



جامعة غليزان  
RELIZANE UNIVERSITY

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي



جامعة غليزان  
RELIZANE UNIVERSITY

جامعة غليزان

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم علم الاجتماع و الفلسفة

مطبوعة بيداغوجية للترشح لمصاف الأستاذية

موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر علم الاجتماع الاتصال

# محاضرات الوظيفة الاجتماعية لوسائل الاتصال الحديثة

مقياس السداسي الثاني

إعداد الدكتورة : مازي فاطمة

السنة الجامعية: 2024/2023

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
05	وصف المقياس.
06	مقدمة.
07	<b>المحاضرة الأولى: مدخل مفاهيمي للإعلام والاتصال</b>
07	تمهيد
08	1 – مفهوم الاتصال
13	2 – خصائص الاتصال
15	3 – مفهوم الإعلام
17	4 – تطور مفهوم الاتصال والإعلام
17	أ – المرحلة البدائية
18	ب – المرحلة الاستكشافية
19	ج – المرحلة الثالثة
20	<b>المحاضرة الثانية: نشأة وتطور وسائل الاتصال والإعلام</b>
20	تمهيد
22	1 – مرحلة الاتصال الشفوي
23	2 – مرحلة ظهور الكتابة
25	3 – مرحلة ظهور الصحافة
26	4 – وظائف الصحافة
26	5 – مرحلة ظهور الإذاعة
27	6 – خصائص الإذاعة
28	7 – مرحلة ظهور التلفزيون
29	8 – مميزات التلفزيون
30	<b>المحاضرة الثالثة: وسائل الاتصال خصائصها ووظائفها.</b>
30	تمهيد
31	1 – شبكة الانترنت
32	2 – وظائف وخدمات شبكة الانترنت
35	3 – مواقع التواصل الاجتماعي
36	4 – الهاتف المحمول واستخداماته
37	5 – مزايا وخصائص الإعلام
39	6 – التأثير الإعلامي ودعائه
40	7 – الفرق بين الإعلام والاتصال
43	8 – الفرق بين الإعلام والدعاية
45	<b>المحاضرة الرابعة: وظائف مؤسسات الإعلام.</b>
45	تمهيد

46	1 — مؤسسات الإعلام وظائفها وخصائصها
46	2— تعريف مؤسسات الإعلام وخصائصها
46	3 — وسائل مؤسسات الإعلام وخصائصها
47	4 — وظائف مؤسسات الإعلام
48	5 — عوائق الاتصال
48	أ — المعوقات الخاصة بالمرسل
49	ب — المعوقات الخاصة بالمستقبل
49	ج — المعوقات الخارجية
50	<b>المحاضرة الخامسة+السادسة: شروط ومقومات الاتصال الفعال.</b>
50	تمهيد
51	1 — مقومات الاتصال الفعال
56	2 — أهمية الاتصال
58	3 — أهداف الاتصال
59	4 — عناصر الاتصال
60	5 — أنواع الاتصال
63	6 — دور الإعلام في تشكيل العقول
63	7 — الإعلام الضار والإعلام النافع
64	8 — شروط الاتصال الناجح
66	<b>المحاضرة السابعة+الثامنة: وظائف الاتصال الجماهيري.</b>
66	تمهيد
67	1 — وظائف وسائل الإعلام
78	2— مهام الاتصال وخصائصه
85	3 — دور وسائل الإعلام في تشكيل المجتمع
88	4 — كيف نتعامل مع وسائل الإعلام والاتصال.
89	5 — وظائف الاتصال الجماهيري
93	6 — وظائف الاتصال الجماهيري حسب ولبور شرام.
94	7 — وظائف الاتصال الجماهيري حسب لازار سفيلد وروبرت.
95	8 — وظائف الاتصال الجماهيري حسب لجنة ما كبرايد — اليونسكو.
95	9— وظائف الاتصال الجماهيري حسب موريس جانو فيتز.
99	<b>المحاضرة التاسعة+العاشر: وظائف الاتصال ومسؤولياته.</b>
99	تمهيد
100	1 — وظائف وسائل الاتصال الحرة.
101	2 — وظائف وسائل الاتصال في التنمية.
103	3 — وظيفة الإعلام في التفاوض.
104	4 — وظائف وسائل الإعلام في التنمية.
105	5 — وظيفة الإعلام في تطوير قطاع الخدمات.

106	6 – وسائل الإعلام سلاح ذو حدين.
108	7 – مسؤولية الإعلام والتزاماته.
108	8 – مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع.
112	<b>المحاضرة الحادية عشر+الثانية عشر: ماهية الإعلام الجديد</b>
112	تمهيد
113	1 – ماهية الإعلام الجديد
113	2 – تعريف الإعلام الجديد
114	3 – أنواع الإعلام الجديد
116	4 – تصنيفات الإعلام الجديد
117	5 – خصائص الإعلام الجديد
121	<b>قائمة المراجع والمصادر</b>

## وصف المقياس:

يعتبر مقياس الوظيفة الاجتماعية لوسائل الاتصال وحدة تعليم سداسية في البرنامج البيداغوجي لطلبة السنة الأولى ماستر علم الاجتماع الاتصال ، ويكتسي هذا المقياس أهمية كبرى بالنسبة للطلبة بالنظر إلى ما يحمله من مواد مهمة ومبادئ أولية وأساسية في هذا التخصص ، فيسمح بنقل الطالب من المعلومات الأولية والعامية إلى المعلومات المتخصصة، فالالاتصال عصب الحياة وشريانها فعلى الطالب التمكن من الموضوع والتعرف على مصطلحات أساسية مثل : الاتصال ، الإعلام والفرق بينهما وخصائص كل منهما والتعرف على وسائل الاتصال الحديثة ومميزاتها وكذا التعرف على الاتصال والتواصل الاجتماعي والتطرق أيضا إلى الاتصال في المؤسسة الاجتماعية مرورا إلى وظائف وسائل الاتصال في المجتمع وكذلك الآثار الإيجابية والسلبية لوسائل الاتصال على المجتمع.

## أهداف التعليم:

يهدف إلى التعرف بالوظائف التكنولوجية الحديثة في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية وأثارها الإيجابية والسلبية.

يهدف إلى التعرف بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة نشأتها وتطورها في العالم.

## مقدمة عامة:

في هذا المقياس نحاول تقديم نبذة عن الوظائف الاجتماعية لوسائل الاتصال الحديثة وكذا شرح وتفسير كل من العملية الاتصالية والعملية الإعلامية ونحاول تقديم معلومات كافية للطلبة بطريقة مبسطة وواضحة.

يعد الاتصال عملية طبيعية تحدث بين أغلب الكائنات الحية على أي مستوى من المستويات المختلفة المعروفة للاتصال سواء كان هذا الاتصال بالأصوات أو الإيماءات المعبرة عن الحالة النفسية أو المزاجية ، أو بالتعبيرات الجسمانية أو بأي اتصال حسي آخر.

إن الاتصال لا يضمن الحياة في جوهرها فحسب ، ولكنه يعني كذلك دفع النشاط الاجتماعي والتعبير عن الحضارة كما أن الاتصال يحقق تكامل المعرفة والتنظيم والقوة ويمتد كخيوط يصل ذاكرة الإنسان الأولى وأنبث تطلعاته عبر جهاد مستمر من أجل حياة أفضل، ويعد الاتصال بين الأفراد والجماعات عاملا أساسيا في تأدية العمليات الاجتماعية لوظيفتها على الوجه الأكمل ، إن درجة فهم أفراد المجتمع لبعضهم البعض لها أهمية كبيرة في نمو المجتمع ورفقيه.

وفهم الاتصال هو شرح للتطورات التاريخية التي أدت إلى نشأة هذه المجموعة من الممارسات الاجتماعية، الثقافية، السياسية، لتقنيات الإيديولوجيا التي تشكل ما نطق عليه اليوم الاتصال.

وبصفة عامة نحاول من خلال هذا المقياس عرض أهم المفاهيم للتعريف بالاتصال والإعلام والتطرق إلى الوسائل المستخدمة في تحقيق الوظائف الاجتماعية ، إضافة إلى توضيح العملية الاتصالية وتبيان خصائصها وأنواعها ووظائفها وكل ما له علاقة مهمة بالمقياس وهذا من أجل توضيحه وتحقيق أهداف التعليم المرجوة.

## المحاضرة الأولى:

### مدخل مفاهيمي للإعلام والاتصال

#### تمهيد:

قبل التطرق إلى صلب مقياس الوظيفة الاجتماعية لوسائل الاتصال أردنا التعرف على مفاهيم أساسية للإعلام والاتصال لأنه بدونها يكون المعنى ناقص فعلى الطالب أن تتكون في ذهنه هذه المفاهيم الأساسية واستيعابها جيدا كونها مكونات الاتصال الجوهرية وتعتبر المدخل الرئيسي لمقياس الوظيفة الاجتماعية لوسائل الاتصال الحديثة.

## مفهوم الاتصال:

تبدأ عملية الاتصال البشري منذ الولادة فالوليد يصدر منذ اللحظة الأولى لولادته أصواتا تدل بالتدرج على مشاعر ورغبات.

## الاتصال لغة:

قاموس أوكسفورد ينسب المفهومين community مجتمع محلي communication اتصال إلى الأصل اللاتيني المماثل communis والذي يعني المشترك والمألوف والعام فنحن عندما نتصل نعمل على إقامة مشاركة مع طرف آخر في المعلومات والأفكار والاتجاهات، وتحمل باللغة العربية المعنى نفسه حيث تشير إلى إقامة الصلة بين أطراف عملية الاتصال.

وكلمة اتصال في المفردة وكصفة تستخدم للإشارة إلى عملية الاتصال التي يتم عن طريقها نقل معنى، أما الاتصال في صيغة الجمع فتشير إلى الوسائل نفسها أو مؤسسات الاتصال:

1 - وسائل الاتصال عموماً.

2 - معلومات مبلغة - رسالة شفوية أو خطبة -.

3 - تبادل الأفكار أو الآراء أو المعلومات عن طريق الكلام أو الكتابة أو الإشارة.

4 - إخبار - تبليغ - إعلام - توصيل.

5 - مراسلة - اتصال.

6 - نبأ - بلاغ.

## الاتصال اصطلاحاً:

تختلف تعريفات الاتصال باختلاف الإطار المرجعي المستخدم، والتأكيد على جوانب معينة من العملية الكلية.



الاتصال هو انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة إلى جماعة أخرى من خلال الرموز:

يعرف الاتصال بأنه تبادل الأفكار والآراء والمعلومات سواء عن طريق الكتابة أو الإشارة أو اللغة الكلامية.

ويعتبر الاتصال قاعدة العلاقات التي تربط الناس في الحاضر مثلما كان عليه في السابق.

والاتصال اصطلاحاً يشير إلى أن الاتصال ظاهرة تتغير بشكل مستمر وتتأثر بعوامل عديدة ويقوم على التفاعل بين عناصره المختلفة كما يعني هذا المصطلح أن الاتصال ظاهرة مستمرة ومتغيرة لا بداية لها ولا نهاية ولا لتتابع معين ثابت، فإذا كنا نقول إن للاتصال مصدراً يرسل برسالة عبر وسيلة إلى مستقبل، فليس معنى ذلك أن عملية الاتصال من الناحية الفعلية تمضي وفق هذا الترتيب فالمصدر يصبح مستقبلاً بين لحظة وأخرى، وقد يحدث ما يمنع وصول الرسالة وغير ذلك من التفاعلات المستمرة بين أطراف عملية الاتصال، ولا نستطيع في موقف معين أن نحدد بداية الاتصال أو نهايته.

فالالاتصال عملية دائمة التغيير ولها مستويات متعددة، ويذهب "ولبر شرام" إلى أن الاتصال الإنساني يعني المشاركة بين شخصين أو أكثر في المعلومات، والأفكار والآراء والاعتمادات والعواطف وغيرها من الرسائل التي يرغبون في تبادلها.

إن أهمية الاتصال تكمن في أنه يضمن استمرار الحياة في وجودها فحسب ولكنه يعني كذلك دفع النشاط الاجتماعي والتعبير عن الحضارة. (د.فضة عباسي بصلي، د.محمد الفاتح حمدي، 2017، ص 16، 17).

من المعلوم أن المعنى القديم الذي كانت تحمله كلمة الاتصال هو الوصل والبلوغ وأما معناه العصري فهو مأخوذ من الإنجليزية أو الفرنسية وهما لغتان تستعملان لفظاً واحداً للدلالة عليه وهي كلمة (communication) ويجب أن نشير إلى أن هذه الكلمة باللغات الأجنبية تؤدي معاني كثيرة نعبر عنها باللغة العربية بكلمات مختلفة نكتفي بذكر ثلاثة منها وهي "المواصلات" و"البلاغ" و"الاتصال" وقد استعملها علماء النفس والاجتماع بكثرة

وأثروا معناها ونوعوها وتنوعها فهم يرون بصفة إجمالية أن الاتصال عملية تبادل للمعاني فيها طرفان: مرسل ومستقبل، والتبادل لا يتم إلا إذا وقع بين شخصين أو أكثر فإن وقع بين شخصين فإنهم يسمونه بالاتصال الفردي الشخصي وهو اتصال بدائي وإن وقع بين مرسل وعدد كبير من الأشخاص فإنهم يسمونه بالاتصال الجماعي أو الجمعي أو الجماهيري (communication de masse) والاتصال المتطور. (د. زهير إحدادن، 2002، ص 9).

يعد الاتصال سر من أسرار استمرار الحياة على الأرض وتطورها بل إن بعض الباحثين يرى أن الاتصال هو الحياة نفسها وعلى الرغم من أن الجنس البشري لا ينفرد وحده بهذه الظاهرة، حيث توجد أنواع عديدة من الاتصال بين الكائنات الحية حيث أن الاتصال بين البشر شهد تنوعا في أساليبه، وتطورا في مراحل التاريخ المتعاقبة.

وقد تنوعت جهود الباحثين في وضع التعريفات لمفهوم الاتصال فيرى بعضهم أنه عملية تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية، أو معنى مجرد أو واقع معين.

ويعد الاتصال عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل، وليس عملية نقل إذ أن النقل يعني الانتهاء عند المصدر، أما المشاركة فتعني الأزواج أو التوحد في الوجود، وهو الأقرب إلى العملية الاتصالية، وهو بالمحطة عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات عن طريق عمليات إرسال وبث للمعنى، وتوجيه وتسيير له، ثم استقبال بكفاءة، لخلق استجابة في وسط اجتماعي معين.

تتفق بعض الدراسات الحديثة على تقسيم الاتصال إلى عدة أنواع ومن أبرزها: الاتصال الذاتي، والاتصال الشخصي، والاتصال الجمعي، والاتصال الجماهيري، الذي يتجاوز اللقاء المباشر، والتفاعل الاجتماعي وجها لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية معقدة باهضة التكاليف، كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما فضلا عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية، وشبكة الانترنت وقد تنوعت المفاهيم التي وضعت لتحديد معنى الاتصال بتعدد المدارس العلمية والفكرية في مجال علم الاتصال.

فالاتصال هو أحد العمليات الاجتماعية التي ظهرت مع بداية حياة الإنسان على وجه الأرض ، وقد بدأ الاتصال بسيطاً ومباشراً واستهدف إشباع الحاجات الأساسية عند الإنسان ، ثم ما لبث أن تطور وازداد تعقيداً مع تطور الحياة على أن وصل إلى أعلى مستوياته من خلال عصرنا الحاضر.

وهناك العديد من التعريفات لعلم الاتصال منها:

**1 -** العملية التي يتم من خلالها نقل رسالة معينة أو مجموعة من الرسائل من مرسل أو مصدر معين إلى مستقبل، أما الاتصال الجماهيري فهو ذلك النمط من الاتصال الذي يتم بين أكثر من شخصين لإتمام العملية الاتصالية، والتي غالباً ما تقوم بها المؤسسات أو الهيئات عن طريق رسائل جماهيرية.

**2 -** نقل أو انتقال للمعلومات والأفكار والاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة لآخر أو لآخرين، من خلال رموز معينة.

**3 -** عملية تحدد الوسائل والهدف الذي يتصل أو يرتبط بالآخرين، ويكون من الضروري اعتباره تطبيقاً لثلاثة عناصر: العملية - الوسيلة - الهدف.

**4 -** عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة أو فكرة أو أي مضمون اتصالي آخر عبر قنوات اتصالية ينبغي أن تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلاً مشتركاً فيما بينهما.

**5 -** الاتصال هو العلم الذي يعنى بتبادل المعاني بين الأفراد عبر نظام مشترك من الرموز، وقد تكون الرموز حروفاً أو أشكالاً أو رسومات أو ما شابه ذلك. (د. ماجد نعمان الخضري ، 2022، ص46،45).

**يُعرف الاتصال بأنه** عملية انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات أو العواطف من شخص إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز، فهو أساس كل تفاعل اجتماعي. يمكننا من نقل معارفنا وبيسر التفاهم بين الأفراد.

كما يعرفه كمال زيتون بأنه "عملية تفاعل بين طرفين حول رسالة معينة: أي مفهوم أو فكرة أو مبدأ، أو مهارة أو اتجاه إلى أن تصير الرسالة مشتركة بينهما يقدم ناصر حميد العديلي يعرف الاتصال بأنه "تبادل المعلومات من شخص أو أكثر وذلك عن طريق خلق التفاهم بين المرسل والمرسل إليه " ويقدمه قاموس اكسفورد"بأنه نقل الأفكار أو توصيلها أو تبادلها بالكلام أو بالكتابة أو بالإشارة "

إن كلمة الإعلام يقابلها في اللغة الفرنسية مصطلح information الذي يفيد وفق ما ورد في قاموس لاروس -أي فعل الإخبار. l'action d'informer - أن العربية ، فإن الإعلام هو الإخبار بالشيء ، الأمر الذي يوضح أما في اللغة مدلول هذا المصطلح في اللغتين العربية و الفرنسية واحد يتمثل في عملية إخبار غيرنا بمعلومات ما، تتعلق بشيء معين قد يكون حدث الساعة، و من هنا فإن: J.Folliet ذكر في تحديده لمفهوم الإعلام بأنه تبادل المعلومات و الأفكار و الآراء بين الأفراد بحكم أن كل واحد من هؤلاء يسعى إلى تحقيق ما هو بحاجة إليه من هذه الأفكار و الآراء بالطرق الممكنة.

و الوسائل المتاحة لديه و هو بذلك حصر مفهوم الإعلام في نطاق عملية تبادل المعلومات بين الأفراد، مستبعدا الوسيلة التي يتم بها هذا التبادل مما جعل

F.BALL

في تحديده للمفهوم نفسه يضيف إلى عنصر تبادل المعلومات عامل الوسيلة (التجهيزات ) التي تجعل هذه العملية ممكنة ، خاصة في حالات التبادل لهذه المعلومات عبر مسافات طويلة بين أطراف مختلفة غير أن ربط وسيلة الإعلام بالتجهيزات دون تحديد دقيق لطبيعتها أدى إلى اعتبار كل أدوات توصيل الكلمة تدخل ضمن هذا التصنيف للوسائل ، حتى تلك التي لا علاقة لها أصلا بالعمل الإعلامي ،مما جعل المدرسة الأنجلوساكسونية في تعريفها للإعلام بالمشكل السابق – تنحصر هذه التجهيزات في الوسائل التي عبرت عنها: Mass media :

أي وسائل الاتصال الجماهيري، على غرار المدرسة الفرنسية التي تبنت أيضا في تناولها لموضوع الإعلام المفهوم نفسه، لكنها استخدمت ما أسمته - بمؤسسات النشر- و هو تحديد أكثر دقة من سابقه في تصور الباحثين

و قد ذكر الباحث إبراهيم إمام: الذي ربط تحديده لمفهوم الإعلام بعملية النقل الموضوعي للمعلومات من مرسل إلى مستقبل، أي في اتجاه واحد قصد التأثير الواعي على عقل الفرد حتى نتيج له إمكانية تكوين رأي عام على أساس الثقة المتبادلة .

و يتجلى من خلال التعاريف المقدمة لمفهوم الإعلام، أن هذا الأخير هو أكثر دقة في تحديد مدلول هذا المصطلح، لكونه يبرز بكل جلاء الخصائص الفنية لهذه العملية التبادلية للمعلومات، التي تختلف اختلافا بينا عن هذه النماذج الأخرى، لنقل المعلومات عبر وسائل الإعلام من مرسل إلى مستقبل لكن بغرض مختلف، يتمثل في نشر المعلومات عن سلع أو خدمات أو أفكار قصد الترويج لها و حث المستهلك على تقبل هذه السلع و الإقبال عليها.

### خصائص الاتصال:

بناء على ما تم عرضه من تعريفات لمفهوم الاتصال، يرى الباحثون أن الاتصال بمفهومه الشامل يتصف بالخصائص التالية:

#### **1 - الاتصال عملية مستمرة:**

لأن الاتصال يشمل سلسلة من الأفعال ليس لها بداية ولا نهاية محددة فإنه دائم الحركة، ولذلك يستحيل على المرء أن يمسه بأي اتصال ويوقفه ويقوم بدراسته، ولو أراد أن يفعل ذلك لتغير الاتصال.

#### **2 - الاتصال يشكل نظاما متكاملًا:**

يتكون الاتصال من وحدات متداخلة، تعمل جميعها حينما تتفاعل مع بعضها البعض من مرسل ومستقبل ورسائل ورجع الصدى وبيئة اتصالية، فإذا غابت بعض العناصر أو لم تعمل بشكل جيد فإن الاتصال يتعطل ولا يحقق النتائج المرجوة منه.

### 3 - الاتصال تفاعلي وأني ومتغير:

ذلك إن الاتصال نشاط يبني على التفاعل مع الآخرين، حيث يقوم الشخص بالإرسال والاستقبال في الوقت نفسه، ولا يمكن أن يتصل شخص بآخر ثم ينتظر الآخر حتى وصول الرسالة ثم يقوم بإرسال رسالة إليه أو يستجيب لرسالته، إننا عادة ما نرسل رسائل إلى الآخرين حتى قبل أن يكتمل إرسال رسالتهم إلينا.

### 4 - الاتصال غير قابل للتراجع أو التفادي غالباً:

إذا أراد شخص ما أن يتراجع عن الاتصال بعد حدوثه، فإنه لا يستطيع ذلك قد يستطيع التأسف والاعتذار أو إصلاح ما أفسده الاتصال وبما أن الاتصال لا يمكن التراجع عنه، فإنه يبني على التفاعلات السابقة والتاريخ بين أطراف الاتصال.

### 5 - الاتصال قد يكون مقصوداً وقد لا يكون: وهذا يتمثل في أربعة حالات:

أ - قد يرسل شخص إلى شخص آخر رسالة بقصد ويستقبلها الآخر بقصد، وبالتالي فإن الاتصال يكون غالباً مؤثراً.

ب - قد يرسل شخص رسالة بدون قصد لآخر يستقبلها عن قصد كمن يتنصت على محادثة خاصة بين اثنين.

ج - وقد يرسل شخص رسالة عن قصد إلى آخر غير منتبه لها فلا يتفاعل معها.

د - وقد يرسل شخصان رسائل ويستقبلانها دون قصد منهما بذلك، ويتمثل هذا بشكل كبير في الرسائل غير الكلامية كنوع ملابسنا ولونها ومظهرنا العام وملاحنا.

### 6 - الاتصال ذو أبعاد متعددة:

معان متعددة برغم أن الإنسان يقوم بالاتصال بصفة مكثفة ويؤديه بعفوية، إلا أن له أهدافاً متعددة ومستويات متباينة من المعاني.

وكل الرسائل فيها على الأقل بعدان من المعاني : معنى ظاهر يبرز من خلال محتوى الرسالة ، ومعنى باطن تحدده طبيعة الصلة بين أطراف الاتصال، كطريقة الكلام والتوكيد على بعض المقاطع وما يصاحب الحديث من إيماءات وإشارات فالإتصال يؤدي لنا وظائف متعددة ونقوم به من أجل تحقيق أهداف نسعى إليها. (د.فضة عباسي بصلي، د.محمد الفاتح حمدي، 2017، ص 17، 18).

### مفهوم الإعلام:

كلمة الإعلام مشتقة من العلم تقول العرب استعمله الخبر فأعلمه أياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته فلغويا يكون معنى الإعلام نقل الخبر وهو نفس المعنى الذي يطلقه العلماء على عملية الإعلام يقول الدكتور عبد اللطيف حمزة: “الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحفية والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة...” ويقول فرنان تيرو: “الإعلام هو نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور.” إن هذا التعريف ينص على شيئين أساسيين في وجود عملية الإعلام وهما الصيغة وشيوع الخبر.

### أما الصيغة:

فهي تنطبع بنوع الوسيلة المستعملة وحسب الحاسة الموجهة إليها من سمع وبصر ولسان ولمس الخ.

فقانون المرور مثلا يستعمل علامات مناسبة يدعمها البصر ويفهمها جميع المارة، وقديما كانت تستعمل النار للإشعار بالخطر والمكفوفون يتوصلون اليوم إلى الإطلاع على المعلومات بكتابة خاصة بهم يدركونها باللمس بأيديهم، فالصيغة إذا تختلف في عملية الإعلام وتتنوع حسب الحاسة الموجهة إليها.

أما شيوع الخبر ونشر الوقائع فهو جعلها معروفة عند عدد كبير من الناس ومعنى هذا أن هناك أحداثا ووقائع تبقى سرية ولا تنشر بين الناس كالمساعي الدبلوماسية والاستعدادات العسكرية وبعض الأحداث التي يرى أصحابها فائدة في عدم نشرها والحدود بين ما ينشر وما لا ينشر غير واضحة تتكيف حسب ظروف المكان والزمان.

وشيوع الخبر قد يقع بالوسائل القديمة كاللسان بين شخص وآخر أو بين شخص وجماعة في التجمعات الدينية أو السياسية أو النقابية أو غيرها مثلا وكثيرا ما تنتج عن هذه الطريقة الإشاعات نظرا للتحريفات التي قد تطرأ على الخبر في نقله شفويا ، قد يقع شيوع الخبر كذلك بالوسائل الحديثة التي تستعمل التقنيات المتطورة والتي تحتاج إلى أنظمة معقدة وتتصف في الغالب بالديمومة والانتظام في الإنتاج.

وفي الحقيقة الإعلام مفهوم عصري ينطبق خاصة على عملية الاتصال التي تستعمل الوسائل العصرية من صحافة وإذاعة وتلفزة ، ولم يطلق قديما كلمة الإعلام على عملية الاتصال بل عرف الدين الإسلامي نوعا من الاتصال سمي بالتبليغ أو بالدعوة وهو أقرب إلى المفهوم العصري للإعلام وهي كلمة مستحدثة information ترجمت من اللغات الأوروبية وحاول واضعوها أن يؤديوا أحسن ما يمكن المعنى الذي تحمله الكلمة.

والإعلام خلافا للاتصال مرتبط أشد الارتباط بالوسائل الحديثة ، وهو وإن كان يتفق مع الاتصال في الشرطين الأساسيين لوقوع العملية يعني الصيغة ونقل الخبر فإنه يختلف معه في شيوع الخبر إذ ليس هو شرطا في وقوع عملية الاتصال زيادة على أن عملية الاتصال لها مدلول اجتماعي كما أشرنا إلى ذلك من قبل في حين أن الإعلام يقتصر على مفهوم إعلامي محض إن صح التعبير. (د. زهير إحدادن، 2002، ص 15، 14).

### الإعلام لغة:

من الفعل أعلم، يعلم، إعلاما، والإعلام بالمعنى البسيط الدارج هو الإخبار ويرى الكثيرون أن الإعلام والصحافة شيء واحد.

### الإعلام اصطلاحا:

الإعلام هو رسالة فكرية، ذات مضامين متباينة وأهداف متعددة لتلك المضامين، وهي تستهدف مخاطبة الإنسان عبر وسائل اتصال متنوعة.

كما يعرف الإعلام بأنه وسيلة لنقل معلومة أو تقبل فكرة تدور حول معنى معين بقصد توصيلها إلى المجتمع الجماهيري. (د. فضة عباسي بصلي، د. محمد الفاتح حمدي، 2017، ص 37).



ويعرف الإعلام بأنه عملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل خاصة أو إطلاع الرأي العام في الداخل والخارج على ما يدور من أحداث ووقائع وبت الثقافة والوعي بين صفوفه.

إن الإعلام بطبيعته يجب أن يكون أمينا كل الأمانة، واضحا كل الوضوح مجردا من الزخرفة والتنميق ، وعلى هذا يكون الإعلام موضوعيا، غايته صالح المجموع من دون محاولة التأثير فيهم عن طريق الكذب أو المبالغة أو التهويل، وعلى هذا الأساس تتحدد وظيفة الإعلام بوسائله المختلفة في النقل والتعبير ، لا التغيير أو الخلق، وعلى الرغم من أن المادة الخام للإعلام تتكون من الحقائق والأحداث فإن وسائل الإعلام لا تخلق تلك الظواهر بل تنقلها إلى الآخرين.

وفي هذا الإطار فإن الإعلام يعني نشر الأخبار والمعلومات الصادقة والآراء على الجماهير خدمة للمصلحة العامة.( عبد الرزاق محمد الدليمي، 2012، ص 160).

### تطور مفهوم الاتصال والإعلام:

انتقل مفهوم الإعلام عبر التاريخ على مراحل ثلاثة وهي الأطوار الثلاثة التي مرت عليها البشرية في تمددها وهي المرحلة البدائية الفطرية ثم تلتها المرحلة الثانية وهي مرحلة اكتشاف الوسيلة الخارجية ثم المرحلة الأخيرة وهي تطوير الاكتشافات وحسن استعمالها.

### 1 - المرحلة البدائية:

كان الإعلام عبارة عن الأخبار التي ينقلها شخص إلى شخص فكان الملام الوسيلة المواتية لذلك وكان الخبر يحتوي في الغالب على تنقلات الصيد وعلى حركات العدو أو غيرها. وإضافة إلى الكلام قد استعمل الشخص كذلك في هذه المرحلة وسائل أخرى تقوم مقام الكلام وهي علامات يقع الاتفاق عليها مسبقا كإشعال النار على قمم الهضاب وكصوت الدف للإشعار بالخطر أو الفرح.

وهذه الوسائل وإن كانت تعتبر اكتشافات لأن الإنسان لم يستعملها إلا بعد فترة طويلة من حياته الاجتماعية فهي غير متطورة ولم تفتح له أفقا واسعة للاتصال.

فهي وسائل أشد الارتباط بحاسة البصر والسمع وبقدرتها المحلية الفطرية فالنار ترى إذا لم يكن حاجز يمنعها من الظهور وصوت الطبول يسمع إذا لم يصدر من مكان بعيد ولذا فهي لم تغير كثيرا من نوعية الاتصال الذي بقي شخصيا.

## 2 - مرحلة الاكتشافات:

لقد اتسمت هذه المرحلة باكتشاف الكتابة ثم الورق ثم الطباعة بحيث أصبح الخبر يكتب ويوزع على عدة جهات وأصبح الاتصال بهذه الكيفية اتصالا جماعيا وقد تنقسم هذه المرحلة إلى قسمين يفرق بينهما اكتشاف الطباعة الذي هو حدث عظيم في تطوير الاتصال بالجمهور أما القسم الأول فيمتاز بشيئين:

- ترقية وتطوير وسيلة اللسان والكلام وخصوصا باستعمال الخطاب والشعر والرواية فصار الاتصال جماعيا أكثر منه شخصيا وصارت تقام النوادي والأسواق لنقل المعلومات في حشد من الناس يأتون من نواحي مختلفة ونائية.

- ظهور الكتابة وتسجيل الأحداث وحفظها ونقلها بين الأجيال والأجناس فتوسعت شبكة الاتصال وسهل نقل الأخبار وانتشرت المعرفة وكثر التعارف بين الأمم وظهرت الأديان فتنوع الاتصال وتفننت أساليبه.

وفي هذه المرحلة ظهرت الحضارات الكبرى في الصين وفي مصر، وفي الفرس وفي اليونان وفي روما ونزلت الكتب السماوية وانتشرت الأديان بفضل استعمالها للكلام والكتابة. أما القسم الثاني فيمتاز بظهور المطبعة واستعمال الصحافة كوسيلة حديثة كبرى للإعلام والاتصال بالجمهور فسهل نقل الخبر ونشره إلى درجة انه أصبح خطرا على أنظمة الحكم المختلفة فأسرعت إلى التغلب عليه بإقامة أجهزة للرقابة وللقمع والزجر.

وبذلك ظهرت أنظمة عديدة لضبط الاكتشاف الجديد وضبط أمور الناس في علاقاتهم بينهم وبين الحكام وبرزت قوانين تحدد عملية الاتصال وتضغط عليها مما تسبب في رد فعل بمطالبة بحرية الإعلام والاتصال.

### 3 - المرحلة الثالثة:

وهي تشمل العصر الحديث بالتقريب الذي اتسم بصفة عامة بانتشار التصنيع وإدخال تقنيات جديدة متطورة على الاكتشافات المختلفة ومن بينها الطباعة واستفادت الصحافة من هذا التطور بحيث أصبحت تطبع بسهولة وبكمية كبيرة مما ساعد على نشرها وتوزيعها بين عدد كبير من الناس بعد أن أصبحت تتمتع بحرية التعبير في أوروبا وتحولت بهذا إلى وسيلة فعالة للتأثير على الجماهير وتنوعت الصحافة وتشعبت فنونها وصارت تغطي جميع نشاطات الحياة سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو ثقافية أو غيرها.

وفي هذه المرحلة ظهرت وسائل أخرى استعملت بسرعة في الاتصال والإعلام وهي الراديو أولاً ثم بعدها بقليل التلفزة وقد أدى اكتشافهما إلى إعطاء بعد كبير لعملية الاتصال والإعلام بحيث صارت تغطي العالم كله على أمواج الأثير وفي لمحة البصر فقربت الوسائل الجديدة بين القارات التي يوجد فوقها البشر وصار العالم كما قال ماك لوهان بمثابة قرية صغيرة رجعت السلطة فيه للكلام المنطوق ونقصت فيه الكلام المكتوب.

ولقد أصبح الاهتمام ينكب أكثر فأكثر على الوسيلة الإعلامية دون مضمونها فالأحداث تكاثرت والتظاهرات تعددت بتوسيع القدرة على تغطيتها دون اكتراث للمكان الذي تقع فيه فالمادة التي تنقلها الوسيلة متوفرة بوفرة يفرض تصفيتها وانتقاءها وبقدر يفرض كذلك في نفس الوقت بذل مجهود كبير لإيجاد تقنيات جديدة لتسجيل الأحداث ونشرها وحفظها لاستعمالها في الوقت المناسب مما أدى إلى اكتشافات جديدة مثل الكاسيت والفيديو والتلفزة السلوكية الخ ومازالت الجهود مبذولة لإيجاد صيغ أخرى فنية متطورة وعلى هذا أصبحت هذه المرحلة تصطبغ بصبغة صناعية واقتصادية. (د. زهير إحدادن، 2002، ص 20، 19).

## المحاضرة الثانية:

### نشأة وتطور وسائل الاتصال والإعلام

#### تمهيد:

في هذه المحاضرة سنتطرق إلى تسليط الضوء على معرفة كيف نشأت وتطورت وسائل الاتصال والإعلام قديما وما هي المراحل التي مرت بها وسائل الاتصال والإعلام إلى أن أصبحت بالشكل المتطور الذي تتميز به اليوم وعلينا معرفة ما هي خصائصها وميزاتها التي تميز كل وسيلة عن أخرى .

## نشأة وتطور وسائل الإعلام والاتصال:

خلق الإنسان وخلقت معه فطرة حب الاستطلاع والبحث وفطرة حب الاستطلاع نجدها في مختلف الطبقات والشعوب من ساكني القصور إلى ساكني الكهوف.

وحيثما يوجد الإنسان تولد الأخبار، فطبيعة الإنسان الاجتماعية تحمل في ثناياها طرزا خاصا من التفاعل الجوهري الذي نشأ عنه عدة ظواهر اجتماعية منها اللغة والفن والصحافة ، التي من أهم وظائفها نشر الأخبار، لأنها تتصل بأهم الغرائز البشرية .

وأظهر صفة من صفات الإنسان الاجتماعية وهي حب الاستطلاع لمعرفة الأنباء والاطمئنان إلى البيئة داخليا وخارجيا والكائنات الحية في أبسط صورها، تعنى بجمع الأخبار وتعرف فنون الاستطلاع.

ومن الثابت أن الإنسان البدائي كان يحكي أخبار مغامراته في الصيد ويروي لأقرانه أنباء انتصاراته وخبراته المختلفة في الحرب والدفاع عن النفس حقيقة أنه كان ينقل أخباره عن بعد بقرع الطبول وإشعال النار وغيرها من الوسائل البسيطة.

ولكن الوظيفة الإعلامية كامنة كالبذرة التي تنهياً للنماء. ( فؤاد توفيق العاني، 1993، ص 19).

وسرعان ما أخذت هذه المهمة الإعلامية في التطور بتحسن وسائل المواصلات ورقية فنون الاتصال حتى بلغت أوجها في النصف الثاني من القرن العشرين.

ودراسة وسائل الاتصال ترتبط ارتباطا وثيقا بالمهارات والتقنيات التي أتاحت خلال الفترات المتعاقبة من تاريخ الحياة الاجتماعية المنظمة وأصبحت الوسيلة بالنسبة لخبراء الاتصال واحدة من العناصر الأساسية في العملية الاتصالية تأكيد على أنه من الصعوبة بمكان أن تحدث العملية الاتصالية إلا عن طريق وسيلة ما .

فهي أداة للتفاعل بين طرفين مرسل ومستقبل بأي لغة أو رمز يستعملها المرسل للتعبير عن ناحية عقلية أو سيكولوجية يبغى من ورائها مشاركة الآخرين معه في رسالة ما بينه وبينهم وبغرض التأثير فيهم. (سوسن عثمان عبد اللطيف، 1990، ص 76).

ومهام الاتصال التي وجدت في المجتمعات القديمة هي نفسها الموجودة من حيث المبدأ في المجتمعات الحديثة، والفارق الوحيد أنها أصبحت متعددة ومتشعبة وأكثر دقة اليوم بفضل

وسائل الاتصال الحديثة المتطورة التي لم تكن معروفة من قبل باعتبار الاتصال بأنه تبادل الأفكار والآراء والمعلومات سواء عن طريق الكتابة أو الإشارة أو اللغة الكلامية.

وإن واقع الإعلام لا يكتمل إلا بوسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية وحاليا تضاف إلى الوسائل السابقة وسائل جديدة هي الفضائيات ومواقع الإنترنت وأشكال الاتصال الإعلامي المختلفة الأخرى.

### **1 - مرحلة الاتصال الشفوي:**

في حديثنا عن الاتصال نجد أن وسائله اختلفت من مرحلة إلى أخرى حسب التقسيمات التي وضعها العلماء والمفكرون ففي مرحلة الاتصال الشفوي الهدف هو الذي يحدد الوسيلة أو الرمز في المخاطبة، ويمكن التعبير عن تلك الفترة بمرحلتي الصيد والرعي ( مرحلتي عصر العلامات والإشارات وعصر التخاطب واللغة).

واتسمت هذه المرحلة بالاتصال وجها لوجه ، كما لم تتميز هذه المرحلة بتقنية للاتصال المادي لأن الغريزة هي التي كانت تملي ما يقومون به ، ومن الثابت أن الإنسان البدائي كان يحكي أخبار مغامراته في الصيد، ويروي لأقرانه أنباء انتصاراته وخبراته المختلفة في الحرب والدفاع عن النفس حقيقة أنه كان ينقل أخباره عن بعد بقرع الطبول وإشعال النار وغيرها من الوسائل البسيطة. (ماهر حمادة، ص 5،6).

تعتبر اللغة اتصال عن طريق الرموز، ويقصد بالرموز الأصوات والإشارات والتعبيرات والرسوم والكتابة وكان للإشارات الأهمية الأولى ثم المنزلة الثانية للكلام في تبادل الفكر، ثم جاءت ألفاظ الإشارة مصاحبة لإشارة الجسم لتعبر عن الاتجاه، ثم تلت ذلك أصوات مقلدة جاءت في أوانها المناسب لتعبر عن الأشياء والأفعال التي يمكن محاكاة أصواتها.

لقد لعبت اللغة دورا أساسيا في نقل التراث البشري والحفاظ عليه بحيث من خلالها يعبر عن الذاكرة الحية للتاريخ.

## سلبيات مرحلة الاتصال الشفوي:

لا يستطيع المخاطب أن يوصل ما يريد قوله إلى غيره بصورة واسعة ، وقبل أن يتوصل الإنسان إلى الكتابة ، كانت العمليات الاتصالية محدودة بالمواقف المواجهة حيث بمقدور الفرد أن يخاطب جمعا من الناس ذلك يحدث فقط إذا ما قدر لهذا الجمع أن يجتمع في مكان واحد وزمان واحد.

## مرحلة ظهور الكتابة:

### بدايات ظهور الكتابة وتطورها:

إن الفردية الاتصالية لم تمكن الإنسان من نشر أفكاره بشكل فعال عبر المكان حيث لم يكن يستطيع أن يتصل إلا إلى الحد الذي يمكن لصوته أن يصل إليه .

والفردية الاتصالية لم تمكنه أيضا من الحفاظ على أفكاره بدقة عبر الزمان، وكان ذلك تعبيرا عن تعقد حاجة الإنسان الاتصالية ، ومن هنا بدأت محاولات الإنسان تجاه الكتابة.( عبد اللطيف حمزة، 1963، ص16، 15).

كانت الكتب المسطورة باليد تستعمل لتدوين الأفكار ونقلها قبل اختراع الطباعة بنحو ألف وخمسمائة سنة، وكان الإنسان البدائي قبل ذلك يعتمد إلى وسائل أكثر بساطة تمتد في القدم أربعة آلاف أو خمسة آلاف سنة قبل طريقة التدوين بالكتابة.

وعرف تدوين الأخبار ونقل الأفكار عدة أشكال انطلقا من المسلات الحجرية والتماثيل، الحفر على جذوع الأشجار، الحفر على الحجارة كما كان الشأن عند قدماء المصريين والآشوريين والكلدانيين، ثم رقم الطين المفخور، ثم ظهور أوراق البردي والرق المستحضر من جلود الغنم والماعز وجلود البقر.( ابراهيم إمام ومحمد فريد محمود غرب، ص 16، 18).

ففي فترات متباعدة من التاريخ قبل مولد المسيح ثم التوصل إلى وسائل فعالة لترجمة الحديث إلى شكل مادي، بدءا من حفظ شفرات بدائية في ذاكرة الإنسان مرورا بالكتابة التصويرية ،

والكتابة الرمزية إلى النصوص الصوتية التي هي نظير تصويري للكلام وأخيرا الكتابة الهجائية التي يمكن تحديد تاريخها بالألف الأول قبل الميلاد في منطقة الشرق الأدنى القديم . والواقع أن الحضارة الصينية كان لها فضل في المخترعات الطباعية وفي صناعة الورق من البامبو الخيزران الذي يشبه البردي عند قدماء المصريين . وفي القرن الأول للميلاد صنع الصينيون ورقا من ألياف النباتات وغيرها بطريقة الطحن والعجن وهي نفس الطرق الحديثة التي ابتكرها الأوروبيون من أمثال فوردرينيه الفرنسي وغيره، بل أن الصينيين قد صنعوا بعض الورق من الحرير. أما البابليون فاستخدموا القطن والكتان وقشر الأرز لصناعة الورق. أما صناعة الورق الحديثة يرجع الفضل في استنباطها إلى العرب الذين نقلوها إلى أوروبا وخاصة عن طريق أسبانيا في القرن الحادي عشر للميلاد، ومنها وصلت سائر الدول الأوروبية.

### مميزات الكتابة:

تمثلت فيما يلي:

- أوجدت لدى الإنسان القدرة على أن يحفظ عبر الزمان ويوزع عبر المكان سجلات مادية للاتصال أكثر فعالية من الحديث والكلام.
- عملت الكتابة على الإبقاء على اللغة ذاتها مثلا النقش على المقابر والمدافن.
- ففي مرحلة ما قبل الكتابة اندثرت لغات منطوقة دون أن تترك أي آثار، أما الكتابة قد جعلت من اللغات القابلة للكتابة شيئا قادرا على البقاء. (أديب مروة، 1960، ص13).
- اكتسبت الكتابة القادرين على استخدامها شكلين متميزين من أشكال القوة، بالسيطرة على الطبيعة (وضع الرموز والقوانين وقواعد استخدمت لإجراء الحسابات الفلكية للتعقب بسلوك نهر النيل الذي يعتبر مصدر القوة السياسية والدينية في مصر الفرعونية) ، والسيطرة على الآخرين ( المهاراة في الكتابة تكسب أصحابها القوة والنفوذ والجاه).
- إن التطورات التي عرفتها الكتابة بكل أشكالها من النقش على الحجارة إلى الكتابة على الورق ساهمت كلها في اختراع الطباعة.



حيث أحدث اكتشاف المطبعة في عام 1436 على يد غوتنبرغ الألماني ثورة في وسائل نشر الأنباء وتداولها وكانت المطبعة وسيلة لنشر الآداب والعلوم وتوجيه الرأي العام أولاً، وتبادل الآراء ثانياً.

ومن هنا نجد أن المطبعة وتقدمها المطرد نحو التحسن هي أساس فكرة الصحافة الحديثة، فقد سارعت إلى جانب توفر المواصلات والبريد، على سرعة إصدار الصحف وقلة تكاليفها.

### مرحلة ظهور الصحافة:

تعد الصحف من أقدم وسائل الاتصال والإعلام في العالم على الإطلاق فقد سبقت منافسيها الإذاعة والتلفزيون بعدة قرون.

المفهوم العام للصحافة هي عين الشعب على الحاكمين والصحافة عبارة عن سجل ووسيلة لنشر الأخبار وسرد الحوادث والمعلومات وروايتها وتعميمها بين طبقات الناس.(محمد البخاري،2004، ص 7).

وهي الوسيلة الإعلامية الكتابية السائدة والمسيطرة حالياً وتشمل لفظة الصحافة جميع الطرق التي تصل بواسطتها الأنباء والتعليقات عليها إلى الجمهور.

وكل ما يجري في العالم مما يهم الجمهور وكل فكر وعمل ورأي تثيره أحداث العالم، يكون المادة الأساسية للصحفي.

وإن تعاريف الصحافة تختلف باختلاف وجهة النظر التي تصوغها بالنسبة إلى الساخر مجرد تجارة، بينما هي في عين الإنسان المثالي مسؤولية وميزة.

ومن قائل أن الصحافة هي أن تكتب مقابل أجر في شؤون أنت تجهلها.

إلى قائل آخر أن الصحافة هي نقل المعلومات بدقة وتبصر وسرعة وبطريقة تخدم الحقيقة وتجعل الصواب يبرز ببطء حتى لو لم يبرز فوراً كما تعتبر الصحافة المطبوعة منطق

الإعلام كونها اعتبرت أول صورة على وجه المعمورة وفي تاريخ البشرية جمعاء .

فالصحافة إذن تعد نافذة على العالم باعتبارها ملمة لمختلف أحوال وأخبار العالم من سياسة اقتصادية، اجتماعية، فكرية، أدب، حوادث أو كوارث طبيعية رياضية وحتى الترفيه وهي

وسيلة تتسم بالحيوية، ذلك لاتصالها بالحياة اليومية للأفراد والحالة الاجتماعية للمجتمعات وقد عرفت هذه الوسيلة الإعلامية تطورا وازدهارا واسع النطاق على مر العصور. لقد مر الإعلام بمختلف أنواعه بعدة مراحل، سنحاول التحدث عن أهم وسائل الإعلام الحديثة من: صحافة، إذاعة، تلفزيون ومسيرة تطورها.

إذ لا يمكننا أبدا تبين أنواعها دون الرجوع إلى تاريخها، الذي جرت أحداثه في إطار من التواشيع الشديدة بين الاختراعات التقنية واستعمالاتها الاجتماعية، إلى أن أصبحت علما قائما بذاته له خصائصه ومميزاته وكذلك غايات خاصة ضبطت لأجله.

### وظائف الصحافة:

إن الوظائف المعروفة للصحافة هي:

- 1- تزويد القارئ بالأخبار.
- 2 - تفسير هذه الأخبار للقارئ متى كانت هناك حاجة إلى هذا التفسير.
- 3 - التسلية وإمتاع القراء بكل الطرق الممكنة.
- 4 - التوجيه والإرشاد وتثقيف القراء.
- 5 - التسويق والإعلان عن الحاجيات التي يحتاج إليها الجمهور أو المرافق التي ينتفع منها.

### مرحلة ظهور الإذاعة:

تؤدي الإذاعة دورا نشطا في التوجيه والإعلام في كافة المجالات بسبب سهولة وصولها وانتشارها، وخاصة بعد التقدم التكنولوجي واختراع الترانزستور الذي ينتقل من مكان إلى آخر. (محمد سيد محمد، 2009، ص 144).

تعتبر الإذاعة المسموعة من أكثر وسائل الثقافة ذيوعا وانتشارا، فهي وسيلة إعلامية هامة تختلف عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى.

و ذلك لأنها تتخطى الحواجز وتصل إلى كل مكان، ويساعد على انتشارها سهولة انتقائها من جهة وتلبيتها لجميع أو معظم الرغبات من جهة أخرى مما يعطيها فرصة التأثير

المستمر، لأن السامع لا يمل الاستماع منها. وبخاصة أنها تحاول إرضاء جميع الأذواق ومختلف المستويات الثقافية من أطفال، شباب، مثقفين وحتى أميين .

فهي تخاطب عقول السامعين بغض النظر عن مستوياتهم الثقافية.

لذلك تصاغ الملذة الإذاعية في عبارات بسيطة يدرك معانيها المثقف وغير المثقف ولأنها تعتمد على الكلمة المسموعة والتأثيرات الصوتية بالدرجة الأولى.

وهي توفر لجمهورها برامج متنوعة وهامة كالبرامج الثقافية، التاريخية، الدينية، الأدبية، العلمية وحتى الترفيه منها والتي يتوافر عليها العديد من أهل الخبرة وغيرهم .

زيادة على ذلك، فإن ساعات البث الإذاعي كثيرة مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى إضافة أنه يمكن استعمالها في أي مكان كان، سواء كان ذلك داخل البيوت أو خارجها وحتى مرافق العمل و قد اعتمدت الإذاعة المسموعة كذلك كرسول لمعظم المنتخبين لترويج سلعهم وكذلك الفنانين لتبليغ رسائلهم الفنية .

إضافة إلى الجوانب والخدمات الاجتماعية والترفيهية التي توفرها الإذاعة لجمهورها، فقد اعتبرت منبعاً ترفيهياً هاماً ومركزاً لتبادل المعرفة في مجال الدراسات التربوية.

إذ أنها ساهمت مساهمة فعالة في تنمية قدرات المستمع باختلاف أعمارهم وخلفياتهم العلمية، وكذلك مراحلهم التعليمية.

### خصائص الإذاعة المسموعة:

1 - تعتبر الإذاعة المسموعة من أسرع وسائل الإعلام الجماهيرية لذلك فهي غالباً ما تتمتع بأولوية النشر.

2 - تعتبر أجهزة الإذاعة المسموعة من أسهل الوسائل الإعلامية استخداماً لسهولة نقلها ولخفتها ولتعدد أحجامها.

3 - يعتبر جهاز الإذاعة المسموعة من أرخص الوسائل الإعلامية شراءً وتشغيلاً.

- 4 - لا تزال الإذاعة المسموعة تعتبر المصدر الوحيد للمعلومات والأخبار للعديد من السكان في الدول النامية، خاصة الأميين منهم.
- 5 - لا تزال الإذاعة المسموعة تلعب دور الرفيق الدائم لملايين من البشر من العالم بمختلف ثقافتهم ومستوياتهم العلمية وأعمارهم وجنسهم ومكان إقامتهم وذلك لأنها لا تتطلب جهد.
- 6 - بما أن الإذاعة المسموعة تعتمد فقط على حاسة السمع في نقل رسائلها الإعلامية لذا فهي لا تقدم صور توضيحية مكتملة للمواقف والأحداث.

### مرحلة ظهور التلفزيون:

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الإعلام الجماهيرية التي استفادت من الثورة التكنولوجية في ميدان الاتصال والإعلام، وذلك لما لهذه الوسيلة من قدرة على التأثير والتغيير للمواقف والاتجاهات.

وشهد التلفزيون تطورات متسارعة وتحولات جذرية وعميقة بفعل الثورة الرقمية وتوسع عمل أقمار الاتصال التي فتحت آفاقا كبيرة أمام إمكانية إنشاء قنوات تلفزيونية متعددة. ومازالت تطورات الاتصال جارية لتسهيل عملية وصول البث المباشر إلى المشاهد بوسائل سهلة ورخيصة، إذ تسعى بعض الشركات العالمية لإتمام البث التلفزيوني الفضائي المباشر عن طريق الهوائيات الاعتيادية من دون الاستعانة بالأطباق الهوائية. (سوسن عثمان عبد اللطيف، ص 91، 90)

يعتبر التلفزيون وسيلة من وسائل الإعلام التثقيفية والترفيهية المنتشرة عبر العالم، وينفرد هذا الجهاز بخاصتين تميزانه عن سائر وسائل الإعلام الأخرى وهما الصورة الحية والصوت الطبيعي وهذا ما يجذب إليه أكبر عدد ممكن من المشاهدين.

وقد عرفه العالم الألماني أوتنبارغ على أنها "التعبير الموضوعي عن عقلية وروحها وميولها واتجاهاتها وتتخذ البلدان الأكثر تطورا من التلفزيون كوسيلة في تعليم الصغار وتربيتهم وعرض قيم مجتمعهم وإحاطتهم بتطورات وأمجاد أسلافهم"

## مميزات التلفزيون:

- 1 - إنه أقرب للاتصال المباشر، ويجمع ما بين الصورة والحركة واللون ويتفوق عن الاتصال المباشر بأنه يكبر الأشياء الصغيرة ويحرك الأشياء الثابتة.
- 2 - ينقل الأحداث فور حدوثها، وبفارق زمني بسيط.
- 3 - يسمح بأساليب متعددة لتقديم المادة الإعلانية، مما يضاعف من تأثيرها على الجمهور.
- 4 - أصبح وسيلة قوية بين وسائل الإعلام الجماهيري بعد أن دخل كل بيت ووفرت الأعمار الصناعية المنتشرة في الفضاء الكوني انتشارا عالميا، مما زاد من فاعلية عملية التبادل الإعلامي والثقافي العالمي، وأصبح وسيلة تقارب بين الشعوب. (محمد البخاري، ص 11).

## المحاضرة الثالثة:

### وسائل الاتصال خصائصها ووظائفها

#### تمهيد:

سنحاول في هذه المحاضرة الإلمام بجميع عناصر وسائل الاتصال، خصائصها ووظائفها قصد معرفة مميزات كل وسيلة ووظيفة كل وسيلة فوظائف وسائل الاتصال متعددة سواء أكانت هذه الوسائل قديمة أو حديثة.

## شبكة الانترنت:

نشأت الانترنت كفكرة داخل وزارة الدفاع الأمريكية إبان الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي .

وذلك تحسبا لاحتمال تدمير أي مركز من مراكز الاتصال الحاسوبي المعتمدة بضربة صاروخية سوفياتية.(محمد علي الحوات ، 2005، ص 31،30).

ويرجع أول تاريخ مدون لفكرة " التشبيك" أو إقامة شبكة اتصال بين كمبيوترات العالم بأنها الوسيلة التي ستتيح لكل منهما الاتصال مع الآخر، والاستفادة من كافة المعلومات في كل الأجهزة .

ولأن تحويل الأبحاث كان عسكريا فقد وضعت الشبكة في البداية لربط أجهزة الكمبيوتر العسكرية الأساسية وخصوصا تلك التي تتحكم في الصواريخ العابرة للقارات فباتت تعرف باسم " الميليتنت".

ولقد مرت الانترنت بعدة مراحل إلى أن وصلت إلى ما عليه الآن ، واليوم يوجد على شبكة الانترنت معلومات متنوعة، فمنها المعلومات القيمة الهادفة ومنها المعلومات الهابطة، ومنها العلمي ومنها الفكاهي، ومنها الأخلاقي ، ومنها الإباحي....الخ

ومثال على ذلك في الشهر السابع لعام 1997 قدر عدد الحواسيب المستخدمة حوالي 14 مليون حاسب ، وعدد المشتركين بحوالي 60 مليون.(محمد عمر الحاجي ، ص18).

لقد ورد العديد من التعاريف التي تخص الانترنت كونه مصطلح جديد في الساحة العلمية مما أدى إلى جلب اهتمام المختصين في هذا المجال ومن بين التعاريف يمكن إدراج ما يلي : فقد عرف في فضاء الانترنت على أنه "مجموعة هائلة من الكمبيوترات أو الشبكات المتصلة فيما بينها وكلها مترابطة بشبكة واحدة هي شبكة الشبكات فاستعمال الهاتف والمودم وجهاز الكمبيوتر لنحصل على الإنترنت"

و في تعريف آخر: "الانترنت هي شبكة من أصل أمريكي، وهي تتكون اليوم من أكبر الشبكات في العالم والإنترنت هي سهلة للمختصين في الميدان وعامة الناس وفي Biblioronتعرف الانترنت على أنها شبكة عالمية متكونة من مجموعة عدد كبير من الكمبيوتر المرتبطة فيما بينها والمرتبطة بشبكة هاتفية، لا أحد يستطيع أن يتحكم فيها، ولا

يملكها. هذه الشبكة الضخمة التي نقوم بالتجوال فيها ليلا ونهارا والمتكونة من العديد من المعطيات المختلفة: المواقع الإلكترونية، مواقع المنافسة، الأخبار، المجالات وقد عرفت الانترنت في مجلة العربي على أنها مجموعة تضم حوالي 700 جهاز كمبيوتر سنة 1996 تعمل معا في خدمة الانترنت المسماة « Word Wide Web » وهذه الكمبيوترات المدعوة أجهزة "وب" الفائدية منتشرة في سائر أنحاء العالم وتحتوي على أي نوع من البيانات ولكن شبكة « Web » و بواسطة برامج معينة تمكن من التحول من جهاز إلى آخر دون بذل مجهود كبير، وقد يساور المستخدم شعور بأنه يستخدم جهاز واحد. ولقد أنضم إلى الشبكة العديد من الشركات من كل أنحاء العالم، ويتضاعف عدد الكمبيوترات التي تزود بمعلومات شبكة « Web » كل عشرة أيام وقد أورد "محمد لعقاب" تعاريف أخرى لبعض العلماء وهي كالتالي:

يعرفها "هتري جولسن" تقدم الانترنت عادة كأنها حقيقة على الرغم من كونها لا تتمتع بوجود فيزيائي ويقول عنها "ارفود ديفور" إنها ظاهرة تعددت العبارات في وصفها شبكة الشبكات بيت العنكبوت الإلكترونية، السبير سبايس .

ويعرفها "فليب كو" الانترنت هي صورة من صور الطريق السريع للإعلام والمعلومات ... وهي في نفس الوقت حل عملي فعال لمشكل صعب حله، اتصال مرن وعالمي للمعطيات بين أدمغة إلكترونية مختلفة التصور .

أما "يان بوتان" ليست شبكة الدعارة أو بمعنية للتجارة وليست آخر فرع من الفاشية وليست ماركة بل هي شبكة رقمية لتبادل الخدمات مثل الشبكات الهاتفية ويعرفها على أنها شبكة الشبكات وشبكة ما بعد الشبكة.

### وظائف وخدمات شبكة الانترنت:

هناك جملة من الخدمات تقدمها الانترنت لكل مستخدميها، وقد تختلف عملية الاستخدام باختلاف حاجات وميولات ورغبات الأشخاص الذين يبحرون على شبكتها، ومن بين هذه الخدمات نجد:



## 1 - البريد الإلكتروني:

حيث يستطيع مستخدم الانترنت إرسال واستقبال الخطابات الكترونيا من وإلى شخص آخر متصل بالانترنت ، وليس الخطابات الشخصية فقط ولكن أي شيء يتم تخزينه في ملف نص ويشمل ذلك برامج الحاسب الإعلانات، المجالات الإلكترونية وهكذا، ويمثل نظام البريد الإلكتروني العمود الفقري والدافع الأساسي لإنشاء الانترنت.(خليل صابات، ص 528).

وهذه أهم مزاياه:

- أنه سريع مقارنة بالبريد المكتوب وأقل تكلفة مقارنة بالهاتف أو الفاكس.

- تبقى رسائلك مخزنة في الآلة إلى غاية حضورك لقراءتها.

- لا أحد بإمكانه الإطلاع على بريدك أو قائمة بريدك، لأنه الوحيد الذي يعرف كلمة العبور لحسابك.

## 2 - خدمة المحادثة:

وهي تتيح فتح خط اتصال بين حاسبك وحاسب مستخدم آخر للانترنت وبالتالي يمكن كتابة رسائل منه، فهناك حديث يتم بين الاثنين من خلال الحاسب ويتم في الوقت نفسه دون تداخل بين تلك الرسائل.

## 3 - قوائم العناوين البريدية:

تشمل إنشاء وتحديث العناوين البريدية لمجموعات من الأشخاص لهم اهتمامات مشتركة.

## 4 - غرف النقاش ومنتديات الحوار.

## 5 - الهاتف عبر الانترنت:

اليوم يستخدم الناس شبكة الهاتف التقليدية بينما في المستقبل القريب سيتم التواصل عبر الكمبيوتر بفضل الانترنت.( محمد لعقاب، 2007، ص 52).

## 6 - خدمة الاستعلام الشخصي:

يمكن الاستعلام عن العنوان البريدي لأي شخص أو هيئة تستخدم الانترنت والمسجلين لديها.

## 7 - خدمة الدردشة الجماعية:

تشبه خدمة الدردشة الشخصية إلا انه يمكن التحدث مع أكثر من شخص في الوقت نفسه حيث يمكن تنظيم مؤتمر لعدد من الأفراد.

#### **8 - خدمة الأرشيف الإلكتروني:**

يمكن البحث عن ملفات معينة قد تكون مفقودة في برامجك المستخدمة في حاسوبك.

#### **9 - خدمة شبكة الاستعلامات الشاملة:**

حيث يسمح للمستخدم بالاستفادة من خدمات الكثير من الموارد الأخرى مثل خدمة نقل الملفات وخدمة المشاركة في قوائم العناوين البريدية، حيث يفهرس المعلومات الموجودة على الشبكة.

#### **10 - خدمة الاستعلامات واسعة النطاق:**

وتسمى هذه الخدمة باسم حاسباتها الخادمة نفسها وهي أكثر ذكاء ودقة وفاعلية من الأنظمة الأخرى حيث تبحث داخل الوثائق أو المستندات ذاتها عن بعض الكلمات المحورية أو الدالة التي يحددها المستخدم ثم تقدم نتائج البحث في شكل قائمة بأسماء المواقع التي تحتوي على المعلومات المطلوبة.

#### **11 - الصفحة العالمية الإعلامية www:**

وتسمى أيضا web الويب تجمع معا كافة الموارد المتعددة التي تحتوي عليها الانترنت للبحث عن كل ما تريد في الشبكات المختلفة وإحضارها بالنص والصوت والصورة والويب نظاما فرعيا من الانترنت لكنه النظام الأعظم الشامل باستخدام الوسائط المتعددة.

#### **12 - خدمة تيلينيت تعرف أيضا بخدمة الربط عن بعد Ronote :**

والتلينييت عبارة عن برنامج خاص يتيح للمستخدم أن يصل على جميع الحواسيب في جميع أنحاء العالم وأن يرتبط بها.

وهي خدمة تجعل من حاسوب المستخدم زبونا للتلينييت ، وذلك لكي يتمكن من الوصول إلى البيانات والبرمجيات الموجودة في إحدى خادمتي تيلينييت الموجودة في أي مكان من العالم.

#### **13 - خدمة بروتوكول نقل الملفات:**

تعد من الخدمات المهمة في شبكة الانترنت، إذ أن هناك الملايين من ملفات الحاسوب المتاحة للاستخدام العام من خلال الشبكة إذ يمكن لمستخدم الشبكة نقلها بالرجوع إلى

حاسوب مزود بخدمة service provider الذي يرتبط به وذلك باستخدام بروتوكول نقل الملفات.

#### 14 - خدمة مجموعة الأخبار: News Groups :

وتعد من أهم خدمات الانترنت وهي عبارة عن نظام حاسوبي لإيداع الرسائل العامة والخاصة ويعمل بنفس طريقة عمل المنتديات الالكترونية العامة العادية، ومجموعة الأخبار يتم تشريعها وتوزيعها بالانترنت عبر خدمة تدعى User net. (عبد المالك ردمان الدنداني، ص 122).

#### 15 - نقل التكنولوجيا للمجتمعات المتطلعة لمزيد من التطور والتعليم والتعلم عن بعد.

#### 16 - المجلات الالكترونية والكتب:

وتتضمن الانترنت مجموعة هائلة ومتنوعة من المجلات والكتب والموسوعات الالكترونية، والتي تقدم معلومات قيمة للمستخدمين في شتى المجالات والتخصصات وحتى الخدمات العامة.

#### 17 - الألعاب:

إن ألعاب الكمبيوتر موجودة ومتوفرة بالنسبة لأي حاسوب شخصي دون الحاجة إلى الانترنت لكن الألعاب من خلال الانترنت تمتاز بالتنوع الشديد الذي يتيح لك ممارسة أي لعبة مهما كانت ميولك.

كما أن مصادر هذه الألعاب متعددة خلال الشبكة، فمثلا من خلال ANONYMOS.F.T.P يمكنك تحميل أي لعبة في جهازك كما أن هناك ألعاب تستفيد من خصائص مثل الشطرنج يمكنك اللعب مع شخص آخر بعيد عنك. (غالب عرض النواسية، 2000، ص 293).

#### مواقع التواصل الاجتماعي:

تعتبر حسب تعريف حسين شفيق مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات

الفورية، وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت ومن أشهر الشبكات الاجتماعية في العالم نجد ( التويتر ، الفيس بوك، وغيرها). (محمود علم الدين، 2000، ص 23).

### **الهاتف المحمول واستخداماته:**

التلفون المحمول ليس ابتكارا علميا مذهلا فحسب، ولكنه من أهم تقنيات القرن الحادي والعشرون، والهاتف النقال عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة للاتصالات اللاسلكية والرقمية تسمح بيبث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور عن بعد وبسرعة فائقة ونظرا لطبيعة مكوناته الالكترونية واستقلالته العملية، فقد يوصف بالخلوي أو بالنقال أو الجوال أو المحمول، ومعروف أن الهاتف النقال الحالي هو الشكل المتطور للهاتف التقليدي الثابت. (فضيل دليو ، 2003، ص 180).

أصبح الهاتف النقال كوسيلة اتصال متعدد وسريع يشغل الكثير من نواحي حياتنا اليومية العامة والخاصة:

### **في المجال الإعلامي:**

يعد التلفون المحمول من الوسائط المستحدثة مؤخرا لنقل الصورة الصحفية لاسلكيا عبر موجات الكهرومغناطسية التي تسير في الغلاف الجوي ، ويعد استخدام المحمول أكثر طرق بساطة وسرعة لنقل الصورة الصحفية من موقع الأحداث إلى مقر الصحيفة مباشرة أو إلى القنوات الإعلامية السمعية والبصرية. (سعيد الغريب النجار، 2002، ص 105).

### **في المجال التجاري :**

أصبحت التجارة بواسطة الهاتف النقال ميسرة وذلك في سياق ما يعرف بالتجارة الالكترونية، حيث حل محل الكمبيوتر كوسيلة اتصال بالأسواق العالمية وإنجاز العمليات التجارية دون التقيد بالمكان والاستفادة من الخدمات البنكية المصرفية.

### في المجال الصحي:

طورت نماذج لتقنيات الاتصال النقال خاصة بالأطباء ونظم الرعاية الصحية (وخاصة بالأطباء) وخاصة أثناء تنقلاتهم وزياراتهم للمرضى.

### في المجال التعليمي:

قد يستعمل الهاتف النقال في الإرشاد والتعليم خارج المدرسة للصغار والكبار في التعليم الموازي والرسمي. (مجد هاشم الهاشمي، 2001، ص 287).

### في مجال العلاقات الاجتماعية:

أصبح اليوم الهاتف النقال هو البديل في التفاعل مع الأفراد والجماعات فبدل من زيارتهم والوصول إليهم أصبح الهاتف هو الوسيلة المفضلة عند العديد من الأفراد في الاتصال بأفراد العائلة أو الأصدقاء خصوصا إذا كانت المسافة بعيدة ولهذا يمكن أن نقول أن الهاتف المحمول حول العلاقات الاتصالية في ظل القرية الكونية إلى علاقات إلكترونية. (د.فضة عباسي بصلي، د.محمد الفاتح حمدي، 2017، ص 202، 201).

### مزايا وخصائص الإعلام:

1 - الإعلام نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية وهي: مصدر المعلومات، الرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل ، جمهور المتلقين والمستقبلين للمادة الإعلامية ، وترجيح الأثر الإعلامي.

2 - يتسم الإعلام بالصدق والدقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحري فليس بالضرورة أن تلتزم وسيلة إعلامية ما بهذه المعايير القياسية خصوصا في ظل الفضاءات الحرة المفتوحة اليوم وضعف الرقابة المهنية النزيهة وتوسع دائرة الإعلام الموجه الخاضع بالضرورة لسياسات وتوجهات ومصالح الجهة الممولة أو المنشئة.

وهنا يتحول المفهوم من الإعلام إلى الدعاية باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب بالأحداث الواقعية.

3 - يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع.

4 - تزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا ، وتقدمت المدينة وارتفاع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع.

#### 5 - عملية مستمرة دينامية:

فالعملية الاتصالية نشاط مستمر لا تتوقف أو يتجمد عند نقطة أو حالة أو واقع معين ، إنما تعتمد على مجمل العوامل الشخصية والثقافية والبيئية والتي بدورها توحد الشخص مع الطرف أو الموقف .

#### 6 - تفاعل اجتماعي:

يشير مفهوم التفاعل إلى أي موقف يتبادل التأثير فيه شيئان أو أكثر ويتضمن نوعا من الاحتكاك والمبادلة بحيث يكون حافزا لردود فعل الطرف الآخر.

وبما أن الاتصال عملية اشتراك واندماج مقصودة بين الأفراد والجماعات فإنه بذلك يرتبط عضويا بمرجعياتهم الاجتماعية والسياسية ونسق بنائهم الثقافي والايكولوجي.

ويرى الكثير من الفلاسفة أمثال هوسرل على أن التفاعل هو جوهر الاتصال ، فعلى المستوى الذاتي يعطي الأفراد دلالات ومعاني وتفسيرات للرسائل ذاتيا ، قد يختلفوا عن الآخرين ، ذلك أن الفرد يتفاعل بشكل نشط مع المؤثرات البيئية والاجتماعية من خلال طبيعته السيكلوجية والاجتماعية وتراكم خبراته.

كما أنه على النطاق الشخصي غالبا ما تحمل الموروثات والطبائع بعدا أساسيا في إضفاء طابع إيجابية الاتصال ويمكن الجزم من أن المجتمع الكوني لا يستطيع الحياة من دون الاتصال وبالمقابل فالاتصال لا يمكن أن يحدث إلا داخل إطار أو نسق اجتماعي.

#### 7 - نظام من الرموز:

تشكل العلاقة الرمزية جوهر العملية الاتصالية، وتقع قاسما مشتركة بين عناصرها ، والرمز ( هو ما يستخدم عمدا ليحل محل الشيء أو معنى آخر) والرمز حسب مفهوم وايت هو ( شيء يكتسب قيمته أو معناه ممن يستخدمونه) فالمعنى ليس أصيلا في الرمز، إنما يتشأ معنى الرمز من التفاعل الإنساني ، كما يبقى عليه ويثريه، وهو ما يسمى بالتفاعل الرمزي والذي يعد الشكل المثالي من التواصل المميز والملازم للحياة الاجتماعية وأداته في البقاء والاستمرار، فضعف المشاركة الرمزية تجعل الفرد منعزلا وغريبا وضعيفا إلى حد كبير،

وكذلك الترميز يعني) العملية التي على وفقها يقوم الأفراد بتحويل الأفكار والمهارات والمفاهيم في أشكال مختزلة، وبشكل عمدي أو تلقائي، ليتم إدراكها، ومن ثم تعديل السلوك في ضوءها أو القيام بنقلها إلى الآخرين). (فواز منصور الحكيم ، 2011، ص 26).

إن مكونات عملية الإعلام تتفاعل وتكون في صورة تغييرات مستمرة، فالتفاعل يتم بين أفراد وجماعات متفرقة، ويسمى اتصالاً جمعياً: فالمرسل لا يستطيع أن يتفاعل والتأثير في سلوك المستقبل هو هدف عملية الإعلام وجاء مفهوم الإعلام العام ليختلف عن قول الآخرين ( إن الإعلام هو الإخبار بالحقائق والمعلومات الصادقة من أجل اتخاذ موقف صحيح، فهذا القول أيضاً تصور لما يجب أن يكون عليه الإعلام وليس تعريفاً لحقيقته) وكل نقل للمعلومات والمعارف، الثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر: الظاهرة والمعنوية ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية بقصد التأثير سواء عبر بموضوعية أو لا ، وسواء أكان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزهم.(د.عبد الرزاق محمد الدليمي، 2012، ص 111،112).

### التأثير الإعلامي ودعائه:

إن نجاح الرسالة الإعلامية يتوقف على عدد من الشروط ومنها:

#### **1 - وضوح الرسالة الإعلامية:**

إذ أن عملية الإعلام مشاركة وتفاهم أي أنها عملية تناغم بين المرسل والمستقبل والتشويش أو التداخل قد يقف عائقاً دون فهم الرسالة ومن أسباب ذلك التشويش: احتواء الرسالة على ألفاظ غير معروفة أو كانت سرعة المتحدث غير ملائمة، أو الطباعة رديئة، أو الصوت ضعيفاً.

#### **2 - الظروف المحيطة بالرسالة:**

حيث تؤثر تأثيراً كبيراً على مدى تقبل الرسالة الإعلامية أو رفضها ، ذلك لأن نفسية المستقبل وطريقة تربيته، ودرجة ثقافته تؤثر على كيفية استجابته لها.

#### **3 - القيم والمبادئ الاجتماعية:**

إذ يعتمد مدى النجاح على درجة تأثير المستقبل بالقيم السائدة في المجتمع واندماجه فيها.

لا يختلف اثنان على الدور الذي الخطير الذي يلعبه الإعلام بمختلف وسائله في تشكيل الآراء وطرح الموضوعات وتغيير الأحكام وإيصال المفاهيم وغرس القيم ومحو السيئ من العادات والتقاليد وتأصيل الكثير من المهارات والسلوكيات وتقديم العلوم وبسط المعارف. إنه يلعب دورا خطيرا كما تعرفون لأنه يخاطب العقول ويدغدغ العواطف ويمس المشاعر بكل ما أوتي من وسائل متنوعة جذابة وشائقة .

لذا تقع على الإعلام مسؤولية تربوية تجاه المجتمع بكل شرائحه المختلفة في التوجيه والتربية والتنقيف والاهتمام بكل ما يهم المجتمع وأبنائه في عرض مشاكلهم وتبني آرائهم ومقترحاتهم ولفت أنظارهم نحو واجباتهم وحقوقهم وخلق توجهات إيجابية. ( عبد الرزاق محمد الدليمي، 2012، ص 161).

### الفرق بين الإعلام والاتصال:

بداية نشير إلى أن هاتين الكلمتين قد تتقاطعان بحيث نجد البعض يستعمل احدهما بدل الآخر ولكن إذا كان الإعلام يعني أساسا المعطيات والأخبار والمعرفة فالإتصال يستلزم الحوار وجود علاقات، و إذا كان مفهوم الإعلام يعبر عن شيء ثابت ( محتوى، حالة، وضعية). فالإتصال عبارة في الغالب عن عملية علاقة فقد يوصف الإعلام بأنه يشكل إحدى وظائف الإتصال الأساسية الثلاث: الإعلام، التعليم، الترفيه.

كذلك الإعلام يقوم بالدرجة الأولى على النقل المعلوماتي من طرف إلى آخر في اتجاه يغلب عليه الطابع الأحادي قصد الإخبار، والتنقيف، والتسلية، وهو بذلك يختلف جزئيا عن الإتصال الذي يتميز بنقل المعلومات ليس في اتجاه واحد ، وإنما في الاتجاهين المتقابلين، وهو ما يوضح أن الإعلام ليس هو الإتصال.

لكونه يمثل جزءا منه فقط أي مرحلة إرسال المعلومات دون استجابة في أغلب الحالات ( فضيل دليو، 2003، ص18).

الإتصال مهارة إنسانية فريدة قائمة على استعمال الرموز وتبادلها وقد سعى الإنسان جاهدا عبر التاريخ إلى تطوير مهاراته في الإتصال.



وتطوير وسائل وأدوات مساعدة في ذلك بل إن تطور الحضارة الإنسانية بمجمله قد يؤدي إلى عاملين رئيسيين :

تطوير الإنسان المتواصل مهاراته الاتصالية وقدرته على التنظيم.

وقد تفرد الإنسان عن بقية المخلوقات بقدراته الاتصالية فانبرى أولاً لتطوير اللغة وأعقبها باختراع الحروف الأبجدية التي مكنت الإنسان من حفظ المعلومات ونقلها عبر الأجيال المتعاقبة محققاً بذلك الثورة الأولى في الاتصال ، فبهذا الاختراع انطلق الإنسان من العصر الشفوي إلى عصر الكتابة .

وخلال ذلك استعمل الإنسان وسائل مختلفة للكتابة كالحجر والعظام والطين وورق البردي والرق وأخيراً الورق.

وانتشرت الكتب عن طريق النسخ لكن على نطاق ضيق واقتصرت على الصفوة في الأغلب الأعم.

لكن جهود الإنسان في نشر المعرفة على نطاق واسع لم تكمل بالنجاح إلا في القرن الخامس عشر للميلاد، حين تم اختراع المطبعة، محققة بذلك الثورة الثانية في الاتصال واختراع المطبعة بحلول عصر الاتصال الجماهيري.

وحقق استخدام وسائل الاتصال الالكترونية في الثلث الأول من القرن الثامن عشر دفعة قوية لبلوغ عصر الاتصال الالكتروني، لما نجم عن ذلك من شيوع للمذياع والتلفاز ووسائل الاتصال الأخرى وبذلك تحققت ثورة ثالثة في الاتصال هي ثورة الاتصال الالكتروني.

إن عصرنا الحالي هو عصر الاتصال ومهما تكن التسمية التي نطلقها على عصرنا الحالي فإن هذا العصر يبقى متميزاً على غيره في نواح كثيرة.

ومن أبرز هذه النواحي تطور تكنولوجيا الاتصال التي أنتجت الأقمار الصناعية والتلفاز الملون والحاسوب والتي تتميز بقدرتها على تخزين المعلومات وتحليلها وإرسالها بصورة فائقة.

بل إن تطور تكنولوجيا الاتصال مداه في التطور والتقدم حين تم ربط أجهزة الاتصال القديمة كالراديو والكاميرا بالحاسوب فظهر إعلام جديد تميزا له عن الإعلام التقليدي أو القديم.

وقد وفرت وسائل الإعلام الجديدة تفاعلا بين الإنسان والآلة الحاسوب وقدرة للوصول إلى المعلومات الكثيرة المتناثرة في الحواسيب حيثما وجدت في بقاع الأرض واسترجاعها وتخزينها رقميا بأقراص صغيرة مدمجة وقد زادت وسائل الاتصال الجديدة بل وضاعفت من قدرة الإنسان على الاتصال بالآخرين ، كما مكنته من استقبال الرسائل لحظة وقوعها من أي بقعة على الأرض. ( عصام سليمان الموسى، 2012، ص36، 35).

بداية نشير إلى أن هاتين الكلمتين قد تتقاطعان بحيث أننا نجد البعض يستعمل أحدهما بدل الآخر و لكن على العموم يمكننا القول فيما يلي:

- 1 – إذا كان الإعلام يعني أساسا المعطيات و الأخبار و المعرفة، فالالاتصال يستلزم الحوار و وجود علاقات .
- 2 – إذا كان مفهوم الإعلام يعبر عادة عن شيء ثابت (محتوى، حالة، وضعية) فالالاتصال في الغالب عبارة عن عملية (علاقة).
- 3 – إن الإعلام أحادي الاتجاه حيث أنه يتجه في اتجاه واحد عكس الاتصال الذي لا يعتمد على الاتجاه الأحادي .
- 4 – تتضمن العملية الإعلامية عنصرين أساسيين هما: المرسل و المستقبل بينما في العملية الاتصالية التي تشترط قيام المستقبل بدور إيجابي بتفاعله مع المرسل .
- 5 – بالتفاعل و الارتباط تتم عملية الاتصال و العكس صحيح بالنسبة للإعلام.
- 6 – في الاتصال تتم عملية رجع الصدى، و الإعلام يكتفي بنقل المعلومات و الأخبار .
- 7 – الاتصال ظاهرة اجتماعية تعتمد أساسا على المستقبل و هو الجمهور أما الإعلام فهو ظاهرة تكنولوجية أي مرتبط بظهور وسائل إعلام جماهيرية فلا يمكن ارتباط الإعلام خارج إطار الوسيلة.

8 - إن للإعلام معنيين ضيق و واسع، بمعنى واسع رد فعل المستقبل و بمعنى الضيق يكون هناك بعض التكافؤ مع الاتصال، أما الاتصال فله طريقتين كفعل و كعملية من جهة و كوضع اتصالي من جهة ثانية و مجال اشتراك ينقطع في مفهومين في معنى الواسع للإعلام مع الاتصال كوضع أو فعل لازم و ينبغي في الغالب أن الاتصال أعم وأشمل من الإعلام

9 - إن للإعلام أهمية أكبر من الاتصال حيث الإعلام يعتبر السلطة الرابعة. والسلطات هي التشريعية - القضائية - التنفيذية.

### الفرق بين الإعلام و الدعاية :

إن كان هذا عن الإعلام - فما هي أوجه الاختلاف بين الإعلام و الدعاية ؟ فالإعلام يهدف إلى تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن المعلومات السليمة الواضحة، وتتأثر سلامة الإعلام بدرجة صحة العلاقات و سلامتها فكلما كانت العلاقات و الحقائق أكثر سلامة و وضوحا كان الإعلام سليما و قويا.

أما الدعاية فلها أهداف محددة تحاول بكافة الوسائل أن تثير ميول الجماهير و عواطفهم بدلا من إيقاظ تفكيرهم و انتباههم

و لذلك يعتبر الإعلام خير وسيلة لتعبئة القوى و كسب التأييد و الثقة، في حين أن الدعاية تعتمد على الأنانية لتحقيق أغراض معينة

كما يختلف الإعلام عن الدعاية من حيث الوسائل النفسية، فالدعاية تعتمد على الإيحاء و الاستهواء .

كما تعتمد على المحاكاة و التقليد و استغلال المواقف التي يشترك فيها الشعور حيث تستغل سلبية الفرد، في حين أن الإعلام يعطي الحقيقة دون أن يتوقع ردود الفعل بل يشارك جمهور الإعلام نفسه في تلك الأخبار و الحقائق .

فالمقصود بالإعلام إذن تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار و المعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق و الصراحة و مخاطبة عقول الجماهير و عواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي.

و يقصد بالدعاية محاولة التأثير في شخصيات الأفراد و السيطرة على سلوكهم بإثارة غرائزهم و شهواتهم، و الدعاية لا يهتمها إلى تحقيق غايات معينة مع التضحية بكل شيء في سبيل تحقيق الغايات

و على الرغم من الفرق الهائل بين الإعلام و الدعاية إلا أن كلا منهما يعمل على تكوين اتجاهات الرأي العام كل بأسلوبه الخاص ، غير أن الرأي العام الذي يتكون عن طريق الدعاية لا يعتمد على الحقائق و مخاطبة العقل بل على مخاطبة الغرائز و إتباع أسلوب الخداع.

## المحاضرة الرابعة:

### وظائف مؤسسات الإعلام وخصائصها

#### تمهيد:

بداية علينا تسليط الضوء على وظائف مؤسسات الإعلام ومعرفة ماهيتها وخصائصها والوظائف الأساسية التي تؤديها في المجتمع والإشارة إلى عوائق الاتصال التي تعيق هذه العملية الاتصالية.

## مؤسسات الإعلام وظائفها وخصائصها.

### تعريف مؤسسات الإعلام وخصائصه:

مؤسسات الإعلام هي مجموعة من النشاطات المتميزة يقوم بها أشخاص يؤدون بعض الأدوار وفقا لبعض القواعد. وتتميز المؤسسة الإعلامية ب:أنها تهتم بإنتاج و توزيع المعرفة (كالإعلان والثقافة) و تعتبر المؤسسة الإعلامية همزة وصل بين أفراد المجتمع حيث توفر قنوات تربط فيها بين الناس و تربط كل فرد بمجتمعه، و كذلك تقتصر المؤسسة الإعلامية على المجال العام لأن القضايا التي تعالجها هي قضايا عمومية

(حيث لا تعالج

مسائل شخصية ) التي يلتف حولها الرأي العام المؤسسة الإعلامية فضاء مفتوح و المشاركة فيها من أطراف أعضاء الجمهور و تكون إرادية دون إرغام و بدون مسؤولية اجتماعية ، تتميز أيضا بربطها لكل القطاعات و المجالات .

وترتبط بالسلطة من حيث التنظيمات القانونية و الجانب القانوني ، وأخيرا تتوحد كل المؤسسات الإعلامية في تلبية الحاجات و الرغبات الجماعية و الفردية .

### وسائل مؤسسات الإعلام وخصائصها:

وسائل مؤسسات الإعلام هي تلك الوسائل التي تستعملها مؤسسات الاتصال الجماهيري و تشمل ما يلي:

**1 - الوسائل المقروءة:** و تشمل كل ما هو مطبوع بهدف التعميم على جمهور المتلقين مثل : الجريدة ، المجلة ، الكتاب ، اللوحات الإشهارية .... الخ .

و تمتاز بإمكانية حفظها و نقلها بسهولة و يمكن للقارئ أن يختار المقال الذي يعجبه ليقرأه من المجلة. كما يمكنه أن يعيد القراءة لأي مقالة أو فقرة منها كما تتأثر سلبا أو

إيجاباً بمصدر التمويل لهذه الوسائل و يكون فيها الرجوع الصدى بطئ مقارنة بالوسائل الأخرى.

**2 - الوسائل المرئية المسموعة :** وتشمل السينما و التلفزيون و التسجيلات المرئية الصوتية (فيديو كاسيت) و تتميز هذه الوسائل بإشراكها في نقل الصورة المتحركة و الصوت المباشر إلى المتلقي و من ثمة فإنهما يخاطبان حاستي السمع و البصر كما يمكن أن يحقق التلفزيون الدور الذي تقوم به السينما في عرض الأفلام ، حيث يحتاج كل من التلفزيون و السينما إلى مؤسسات كبيرة ن فرج الصدى للتلفزيون منخفض نسبياً مقارنة بـرجع الصدى في السينما الذي هو أكثر و أوضح من خلال ما يسمى بالشباك حيث يمكن معرفة استجابة الجمهور للفيلم أو العزوف عنه.

**3 - الوسائل المسموعة:** تشمل الإذاعة و التسجيلات الصوتية كالاسطوانات و الأشرطة و تمتاز الإذاعة بمخاطبتها لحاسة السمع فقط و هي وسيلة لا تكلف المتلقي كثيراً ، لا في المال و لا في الوقت و تختص بجمهورها الواسع بمختلف المستويات و الثقافات ، و ذلك بسبب أن الإذاعة تشرف عليها مؤسسات ضخمة تكون إما حكومية ، كما هو الحال في البلاد العربية ، و إما مؤسسات خاصة كما هو الحال في الولايات المتحدة الأمريكية و قد تكون ذات طابع تجاري أي خاصة بالإعلانات أو إذاعة سياسية غير حكومية التي تشرف عليها الأحزاب السياسية أما التسجيلات الصوتية كالأشرطة و الأسطوانات في أغلبها تسجيلات موسيقية غنائية ذات طابع ترفيهي يمكن التأكد من رجوع صداها من خلال ارتفاع مشترياتها او هبوطها و هي تنتج لجمهور غفير من الناس .

### **وظائف مؤسسات الإعلام :**

- وظيفة الإخبار و التزويد بالمعلومات .
- خلق نظام إعلامي قومي يستخدم لتأدية أنواع مختلفة من الوظائف التي تساهم في إعادة تشكيل المجتمع .

- تحيي التوجه الحركي و الديناميكي داخل المجتمع .
- تعمل على ترابط أفراد المجتمع في الاستجابة للمحيط و البيئة التي يعيش فيها.
- وظيفة الربط بين الحاكم والمحكوم و بين الجماعات المختلفة داخل المجتمع الواحد بما يتلاءم مع مصالحها المشتركة
- نقل القيم و العادات والتقاليد و نقل اللغة إلى أفراد المجتمع.
- وظيفة تشاوريه حيث تقوم بخدمة القضايا العامة و الأشخاص و التنظيمات و الحركات الاجتماعية من خلال الوضع التشاوري الذي تحققه وسائل الإعلام .
- الترفيه و هدفه تحرير الناس أو الجمهور من التوتر و الضغط و المصاعب التي تواجهه في الحياة اليومية.
- وظيفة التسويق و الترويج التجاري.

### عوائق الاتصال:

- تعرض عملية الاتصال عادة مجموعة من المعوقات التي تشوش وصول الرسالة إلى المستقبل وتجعلها غير مفهومة.
- قد ترتبط معوقات الاتصال ب:
- أطراف الاتصال.
  - الرسالة.
  - الوسيلة.

المعوقات الخارجية ( الضجيج، الصوت..).

### المعوقات الخاصة بالمرسل منها:

- عدم التخطيط لعملية الاتصال، مما يؤدي إلى اتصال غير مفهوم.
- التلاعب بالمعاني والألفاظ من جانب المرسل، إما عن قصد أو بشكل غير مقصود.
- عدم قدرة المرسل على التعبير الصحيح، واختيار العبارات التي يفهمها المستقبل.
- عدم فهم المرسل للمستقبل.



### المعوقات الخاصة بالمستقبل:

- عدم القدرة على الإصغاء وخاصة لمدة طويلة.
- المستوى العلمي للمستقبل، وما يتبع ذلك من ذلك من عدم القدرة على التحليل والاستنتاج.
- عدم ملاءمة ظروف المستقبل لاستقبال الرسالة (ظروف نفسية، أو مادية....).

### المعوقات الخارجية وتتعلق ب:

- الضوضاء والضجيج لدى المستقبل أو المرسل.
- الرقابة على الاتصال والتي قد تستلزم أحيانا الحذف أو الإضافة أو التحفظ.
- وجود مشوشات خارجية كوجود أشخاص هدفهم أن لا تصل الرسالة كما أريد لها.(عبد الرزاق محمد الدليمي، 2012، ص 91،92).

## المحاضرة الخامسة+السادسة:

### شروط ومقومات الاتصال الفعال

#### تمهيد:

في هذه المحاضرة سوف نوضح أهمية الاتصال وعناصره وأنواعه، والأهداف البعيدة والقريبة له، والتطرق إلى معرفة الشروط الواجب توفرها للحصول على اتصال فعال وناجح وإعطاء الفرق و مميزات الإعلام الضار والإعلام النافع.

## مقومات الاتصال الفعال:

الاتصال عملية مركبة تختلف في طبيعتها وبنيتها باختلاف المواقف والأشخاص وما يتبادلونه من أدوار ووظائف، ولكن ثمة حقائق رئيسية في هذا الصدد وهي أن الاتصال عملية تفاعلية تركز على مقومات نفسية بالدرجة الأولى.

وأن تحدد بعض المقومات النفسية التي تزكي العملية الاتصالية وتوفر لها الفعالية على النحو التالي:

### **التمكن من مهارات الاتصال الفعال**

تستلزم الفعالية الاتصالية تعلما جيدا لبعض المهارات الاجتماعية وتنمية لهذه المهارات التي تمكن الفرد من التعبير الدقيق عن أفكاره ومشاعره، ومن توطيد علاقاته مع الآخرين.

### ومن هذه المهارات:

#### **1 - حسن الإرسال والاستقبال:**

لكي يتمكن الأشخاص من بناء علاقات اتصالية فعالة وتدعيمها ، فإنهم ينبغي أن يتعلموا وأن يتقنوا مهارة الإصغاء والتفسير لما يقوله الآخرون ولما يشعرون به حينما يعبر هؤلاء الأشخاص عن أنفسهم.

والشخص الموصل كمرسل فعال يدرك بوضوح ما الذي يسعى إلى توصيله، وكيف يتناول الرسالة بطريقة تمكن الشخص المستقبل لها من تفسيرها بدقة.

أما إذا كان الشخص المرسل غير واضح في الرسالة التي يحاول نقلها، أو إذا أخفق في جعل مضمون الرسالة غير ذي معنى بالنسبة للشخص الذي يتواصل معه.

فمن المحتمل أن يكون استقبال الرسالة مشوبا بسوء الإدراك أو بسوء التأويل ، كما أنه يصعب احتواء الآخر لتحقيق الهدف من العملية الاتصالية وغير ذلك من مؤشرات تعوق الاتصال.

وقد يؤدي وجود توقعات معينة عند كل من المرسل والمستقبل إلى تحريف الاتصال ، فإذا كان الشخص المرسل يعتبر المستقبل على أنه متخلف أو متحيز فإن توقعات المرسل بأن يساء فهمه قد تعترض طريق توصيله لأفكاره على نحو هادئ وواضح. ومن ناحية أخرى إذا كانت فكرة الشخص المستقبل عن المرسل على أنه يميل إلى المبالغة أو التحيز أو العداوة نحوه.

أو على أنه ضعيف بدرجة لا يستطيع معها أن يتخذ موقفاً محدداً في قضية ما ، فإن الرسالة نتيجة لهذه الإدراكات القلبية قد لا تلقى اعتباراً من المستقبل أو قد يسيء تأويلها أو يرتاب فيها أو يتحفظ بشأنها، بصرف النظر عن قيمة مضمون الرسالة.

## 2 - إرهاب الحساسية لمشاعر الآخرين:

تزخر الحياة الاجتماعية بمواقف كثيرة تستدعي منا ليس إدراك الكلمات والعبارات فحسب، وإنما أيضاً التفتن إلى المعاني الكامنة وراءها والوعي بالمشاعر المتضمنة فيها، أما الشخص غير الحساس فغالبا ما تصدر عنه أقوال أو أفعال قد تؤذي مشاعر الآخرين أو تغضبهم.

إن حساسية الفرد إزاء حاجات ومشاعر الآخرين فن لأصول العلاقات الإنسانية يكتسبه من خلال التفاعلات الاتصالية مع الآخرين:

ويستلزم إذكاء فن الحساسية لمشاعر الآخرين وإرهابها حسن الإصغاء إليهم ومن شأن يقضتنا إلى صوت الشخص الآخر ونبرته وإيماءاته وتعبيرات وجهه أن تعيننا على فهم المقاصد الكامنة وراء مضمون الرسالة بالإضافة إلى فهم معناها.

والواقع أن الكثير من نقص الاقتدار الاجتماعي إنما ينشأ من كثرة التكلم وقلة الإصغاء. وقد يعزى ذلك إلى أننا قد نكون مستوعبين بمطامحنا وتوتراتنا ومشكلاتنا التي نتملكنا وتحجب عنا رؤية حاجات الآخرين ومشاعرهم ومشكلاتهم.

فلا نرى الآخرين إلا من خلال نواتنا ، بل وقد نستخدم كل جملة يقولونها كمنطلق لتحويل المحادثة إلى أنفسنا ، وذلك مظهر من مظاهر نقص النضج الاجتماعي وضعف المهارات الاتصالية. (د. عبد الرزاق محمد الدليمي، 2012، ص 98، 97).

## فمن عوامل تحقيق الاتصال الفعال كذلك ما يلي:

### **1 - يجب تنمية الرغبة في الاستماع:**

يمكن التغلب على أكثر مشاكل الاستماع بإتباع المسلك الصحيح، واعلم أنه لا يوجد إطلاقاً أشخاص غير جديرين بالاهتمام، وإنما هناك مستمعون غير مهتمين بما يسمعون إليه.

### **2 - التصرف بأسلوب المستمع المهم:**

كن يقظاً ، اجلس معتدلاً مائل إلى الأمام ( إذا استدعى الأمر) واجعل وجهك يشع اهتماماً بما تستمع إليه.

### **3 - الفهم:**

لا تجعل استماعك لمجرد الاستماع فحسب، بل استمع بغرض الحصول على فهم حقيقي لما يقال.

### **4 - الاستحسان:**

لا يجب أحد أن يقاطع حديثه إلا عندما يبدي المستمعون استحساناً، وكن سخيماً في إبداء الاستحسان وأعطى المتكلم شعوراً بأهميته أعرب عن استحسانك بالإيماء والابتسام والتعقيب والتشجيع.

### **5 - الامتناع عن الكلام:**

لا يمكنك الاستماع والكلام في آن واحد اجعل هدفك إيجاد الاتصال مع من تتحدث، فلا تتناوب معه الكلام بالدور.

### **6 - التعاطف مع الشخص الآخر:**

حاول أن تضع نفسك مكانه لتصل إلى فهم وجهة نظره.

### **7 - السؤال:**

يجب أن توجه إلى الشخص الآخر أسئلة حين تعجز عن الفهم، حين تجد حاجة إلى مزيد من الإفصاح، حين تريد الحصول على وده ، حين تود أن تظهر له أنك تستمع إليه بإمعان ، ولكن لا توجه إليه أسئلة قد تسبب له حرجاً تثبطه.

## 8 - ركز اهتمامك وتفكيرك على ما يقوله الشخص الآخر

وجه اهتمامك وتفكيرك جديا إلى الألفاظ التي يستخدمها والأفكار التي ينقلها إليك والمشاعر التي يعرب عنها.

## 9 - النظر إلى من يتحدث معك:

يجب النظر إلى وجهه وفمه وعينه ويديه، مثل هذا سوف يساعده على الاتصال معك ويساعدك على التركيز ويبين اهتمامك بما يقول.

## 10 - ابتسم الابتسام اللائق ولكن دون إفراط.

## 11 - وضع العواطف جانبا:

إذا استطعت حاول أن تصرف عنك دواعي القلق ومخاوفك ومشاكلك فقد تحول دون استماع إلى ما يقال جيدا.

## 12 - تخلص من كل ما قد يشتت انتباهك

ألقى أي أوراق أو أقلام أو ما شابه ذلك من يديك، فقد تحول انتباهك عن الموضوع.

## 13 - حدد العناصر الرئيسية للموضوع:

ركز تفكيرك على النقاط الرئيسية وليس على المادة التصويرية والأمثلة والقصص والإحصائيات وغيرها مما يساعد في سرد الموضوع مهمة ولاشك.

ولكنها ليست العناصر الرئيسية، فاقصر تفكيرك فيها على معرفة ما إذا كانت تثبت وتعزز وتوضح العناصر الرئيسية أم لا.

## 14 - الاشتراك في المسؤولية عن الاتصال:

يتحمل المتكلم جانبا من مسؤولية الاتصال ويقع على المستمع الجانب الآخر، فباعتبارك مستمعا لا بد لك أن تلعب دورا هاما بمحاولة الفهم ويطلب الإيضاحات إذا لم تفهم.

## 15 - التجاوب مع الأفكار وليس مع المتحدث:

لا تسمح لموقفك من المتحدث أن يؤثر في تفسيرك لكلامه، حيث يمكن أن تأتي أفكار طيبة من أشخاص قد لا ترتاح لمظهرهم أو لشخصياتهم.

## 16 - عدم التجادل في ذهن:

حين تستمع لشخص آخر محاولاً أن تفهم وجهة نظره فإنك تقيم عقبة في طريق الفهم لو أنك جادلت في ذهنك، وهذه العقبة تقوم حائلاً بينك وبينه.

## 17 - استغل الفرق في السرعة:

إنك تستطيع أن تفكر أسرع مما يستطيع أي شخص أن يتكلم وعليك أن تستغل الفرق بين سرعتين لصالحك بالسعي إلى أن تتبع سياق كلامه واستعادة ما قال في ذهنه ، أن سرعة الكلام تتراوح بين 100 / 150 كلمة في الدقيقة بينما سرعة التفكير تبلغ 5000 كلمة في الدقيقة.

## 18 - عدم إثارة روح العداء في المتحدث:

قد تجعله يخفي أفكاره ومشاعره ومواقفه، ويمكن أن تتولد عند المتحدث روح العداء لأسباب عديدة متباينة مثل المجادلة والنقد وتدوين المذكرات وتوجيه الأسئلة أو عدم توجيه الأسئلة ، حاول أن تحكم على الأثر الذي تحدثه لدى المتحدث وتتكيف مع الوضع الذي تجده مناسباً له.

## 19 - عدم التسرع في الحكم:

يجب أن انتظر حتى تكتمل لديك كل الحقائق المتعلقة بالموضوع قبل تكوين حكمك عليه.

## 20 - الاستماع:

ثم عندك الاستماع بالاستماع واجعل تنمية قدرتك على حسن الاستماع تسليه تنشدها. ( سيد سالم عرفة ، 2012، ص 38).

## أهمية الاتصال:

وتتمثل في النقاط التالية:

### **( 1 ) - توفير معلومات متكاملة:**

تسعى أنظمة الاتصالات التنظيمية والإدارية إلى جمع وتبويب وتصنيف وتحليل وعرض المعلومات في شكل مرتب للعاملين والمديرين بغرض التصرف الملائم واتخاذ القرارات السليمة.

### **( 2 ) - تخطيط العمل:**

حينما يسعى المديرون والأفراد إلى وضع برامج عملهم وخططهم وقراراتهم، فإنه لا يمكن وضعها إلى حيز الواقع ما لم يتم تحديدها من خلال اجتماعات ومقابلات وقرارات مكتوبة، أي يتم تحديدها بواسطة أنظمة الاتصالات.

### **( 3 ) - تحقيق الدقة في المعلومات:**

يساعد نظام اتصالات الإدارية والتنظيمية على الأخص في حالة توافر توثيق المعلومات، وتوفير معلومات متكاملة، كما يظهر ذلك من خلال توفير معلومات سليمة مما يؤدي إلى صحة التصرف واتخاذ القرار.

### **( 4 ) - البعد عن التخمين والتقدير الشخصي:**

عند إتباع الأسلوب المناسب للاتصال حيث ان وجود نظام للاتصال يجبر المدير أو المسؤول على استخدام الأسلوب المناسب للاتصال، في التوقيت السليم مع العالمين المحددين وباستخدام النماذج والأشكال الملائمة للمنظمة.

### **( 5 ) - التنفيذ الكفء للعمل:**

أن تسيير أمور العمل وتنفيذها تحتاج من الأفراد ومديريهم قدرات عالية على الحديث والاستماع والمناقشة وكتابة التقارير.



وعليه يعتمد التنفيذ على قدرات الأفراد على الاتصال.

#### ( 6 ) - تحقيق السرعة في تبادل المعلومات:

أن وجود نظام للاتصال الإداري والتنظيمي يحقق إجراءات محددة ومسؤوليات واضحة على أطراف الاتصال .

ذلك لأنها تحدد متى يبدأ الاتصال وبأي أسلوب، وفي ظل أي ظرف ومن الأطراف المشتركة لها.

#### ( 7 ) - الرقابة على العمل:

من خلال أساليب الاتصالات المختلفة يمكن جمع المعلومات المناسبة التي تدل على مدى التزام العاملين والمديرين والمخطط.

وعليه تكشف الاتصالات التنظيمية والإدارية هذه الانحرافات بقصد تصحيحها.

#### ( 8 ) - تحقيق ديمقراطية العمل:

يحقق نظام الاتصال الإداري والتنظيمي نظام الشورى وتبادل الرأي بين أطراف التنظيم، كما يحقق فرصة للشعور بالديمقراطية في العمل. (د.سيد سالم عرفة، 2012، ص 25،26).

تعد عملية الاتصال عملية هادفة وضرورية في أي تنظيم، فالالاتصال الفعال هو مفتاح نجاح المنظمة.

وعليه يتوقع بقاءها، وترجع أهمية الاتصال في القدرة على المشاركة والتفاعل مع

الآخرين في حين أن عدم القدرة على الاتصال مع الغير يعد نقصا اجتماعيا وسيكولوجيا

خطيرا وعليه يمكن النظر لأهمية الاتصال من جهة نظر المرسل ومن جهة نظر المستقبل،

فمن جهة نظر المرسل تتمثل أهمية الاتصال فيما يلي:

✓ الإعلام :إعلام المستقبل عما يدور حولهم من أحداث.

✓ التعليم : تدريب وتطوير الأفراد لتأهيلهم للقيام بوظيفة معينة.

✓ الترفيه :بالترويج عن النفوس الأفراد وتسليتهم.

✓ الإقناع:أحداث تحولات في وجهة نظر الآخرين.

أما من وجهة نظر المستقبل فإنه ينظر لأهمية الاتصال من الجوانب التالية:

✓ تعلم مهارات وخبرات جديد.

✓ الراحة والمتعة والتسلية.

✓ الحصول على معلومات جديدة مساعدة في اتخاذ القرارات.

✓ فهم ما يحيط به من حوادث وظواهر .

### أهداف الاتصال:

1 - إعطاء معلومات محددة عن العمل.

2 - إقناع الموظفين بضرورة تطبيق الخطط والبرامج وتحقيق الأهداف.

3 - إيضاح السياسات والإجراءات.

4 - إعطاء الشخص معلومات عن كيفية أدائه للعمل.

5 - إيضاح علاقة الوظيفة بغيرها من الوظائف.

تسعى عملية الاتصال لتحقيق هدف أساسي وهو التأثير في المستقبل والوصول إلى إيجاد معاني مشتركة بين المرسل و المستقبل .ويكون التأثير في الأفكار . والاتجاهات لتكوينها أو

**تعديلها أو تغييرها ومن هنا يمكن حصر أهداف عملية الاتصال في الآتي<sup>1</sup>:**

هدف اجتماعي: يهدف إلى خلق درجة من تفاعل الاجتماعي بين الجماهير وتدعيم الروابط والعلاقات الاجتماعية.

هدف تنظيمي إداري: يعمل على تحسين سير العمل الإداري و تذليل العقبات و توجيه الأفراد لتحقيق هدف محدد و دعم الروابط و الصلات بين كافة المستويات الإدارية و المساعدة في اتخاذ القرارات.

هدف تعليمي تثقيفي: وهو محاولة إكساب المستقبل خبرات ومهارات ومفاهيم جديدة تواكب التطور المستمر في الحياة.

هدف ترفيهي: محاولة إدخال البهجة والفرح والاستمتاع إلى الجمهور المستقبل من خلال أساليب الترفيه التي تساعد على التخلص من الضغوط الكثيرة للحياة.

يساهم الاتصال في الرفع من معنويات العامل ويحسه بأهميته ودوره في المؤسسة مما من شأنه زيادة معدلات المشاركة في المؤسسة. عن طريق إسهامهم في المشروعات التي تقوم بها وكذا زيادة انتمائهم إلى محيط عملهم و تحسين أدائهم.

### عناصر عملية الاتصال:

تتطلب عملية الاتصال عددا من العناصر والمكونات الأساسية المرتبطة والمكملة لبعضها البعض، وبدون هذه العناصر لا يمكن أن تتم عملية الاتصال بشكل فعال ومؤثر. هذا يتطلب منا البحث لفهم عناصر عملية الاتصال والتعرف عليها إن عملية الاتصال تتضمن تسع عناصر، وهناك عنصرين رئيسيين هما المرسل و المستقبل، وهناك عنصران آخران هما الأدوات الاتصاليات الرئيسيتان، الرسالة ووسيلة الاتصال وهناك أربعة عناصر أخرى وهي:

وظائف الاتصال الرئيسية، تحويل الرسالة إلى رموز وترجمة الرموز والاستجابة أو التغذية العكسية، أما العنصر الأخير في هذه العملية فهو الضوضاء أو التشويش .

**وفيما يلي تعريف مختصر لكل من هذه العناصر التسع :**

#### **1 - المرسل :**

هو من يبدأ بعملية الاتصال لأن لديه أهداف محددة ورسالة معينة يريد إيصالها إلى طرف آخر (المستقبل).

## 2 - المستقبل :

هو مستلم الرسالة والذي يطلع عليها لفهم فحواها.

## 3 - الرسالة :

تعبر عن المحتوى الملموس للمعنى أو الفكرة المراد إرسالها أو نقلها إلى الجهة المستهدفة و تكون في شكل صور أو تجسيديات أو كلمات أو غيرها.

فالرسائل تتضمن معاني وإيحاءات معينة.

## 4 - وسيلة الاتصال :

الوسيلة أو القناة التي يتم من خلالها نقل الرسالة أو إرسالها.

## 5 - تحويل الرسالة إلى رموز :

هي عبارة عن العملية التي من خلالها يتم انتقاء الرموز

أو الشيفرات التي تألف الرسالة أو تساهم في صياغتها, مثل الحروف و الرموز و غيرها.

## 6 - ترجمة الرموز:

عبارة عن فك الرموز و الشيفرات المتضمنة في الرسالة من أجل تفسيرها بهدف الوصول إلى فهم دقيق لمعانيها, وبدونها لن يحقق الاتصال أهدافه.

## 7 - التغذية العكسية:

هي تأثير استجابة المستقبل التي تعطي انطباع عن مدى فهم و إدراك المستقبل للرسالة ومضمونها مما يسمح للمرسل من فهم المستقبل.

## 8 - الضوضاء:

هي مجموع المعوقات التي من شأنها التقليل من القدرة على إدراك معنى الرسالة وفهم محتواها, هذا ما يجعلها تؤدي إلى إضعاف كفاءة الاتصال وفعاليتها.

## 9 - الاستجابة: هي ردود فعل المستقبل.

## أنواع الاتصال :

هناك عدة تقسيمات لأنواع الاتصال لعل أهمها هو:

## أولاً : الاتصال الرسمي :

وهو اتصال قائم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة ويتم بطرق رسمية منظمة

متفق عليها ويشمل الخطابات عليها ويشمل الخطابات و المذكرات والتقارير التي ترسل أو تعد من هيئات إدارية داخل المؤسسة المعنية.

هذا الاتصال يكون وفقا لأساليب وإجراءات وقواعد محددة ومنظمة ومعروفة عند أفراد الهيئات الإدارية.

بحيث يعرف كل فرد الصورة التي يجب أن يكون عليها الخطاب أو المذكرة أو التقرير من بدايته إلى نهايته. ويمكن أن يسير الاتصال الرسمي التقرير من أعلى إلى أسفل أو على العكس أو بشكل أفقي.

## تتصف الاتصالات الرسمية بمجموعة من السمات منها:

- ❖ أنها اتصال مكتوبة .
- ❖ أنها تأخذ الطابع قانوني وتعكس صورة المنظمة.
- ❖ أنها هو نوع من الاتصال الملزم لأطراف ذات علاقة.

## ثانياً : الاتصال غير الرسمي:

وهو اتصال لا يلتزم بالبروتوكول الرسمية المتعارف عليها في الاتصال بين أفراد المؤسسة المعنية رؤساء ومرؤوسين ولا يخضع لأية إجراءات أو قواعد أو قوانين إدارية مثبتة ورسمية ومتفق عليها ومدونة كتابة . كما هو الحال في الاتصال الرسمي إذ يتم هذا الاتصال بعيدا عن القنوات الرسمية وبين مستويات إدارية خارج حدود المؤسسة المعنية، متخطيا بذلك خطوط السلطات الإدارية الرسمية. وقد يتم هذا الاتصال بين أطراف خارج المؤسسة المعنية و يكون على هيئة لقاءات شخصية أو اجتماعات غير رسمية تجمع مختلف المستويات الإدارية من أكثر من تنظيم مؤسساتي.

كما يحدث الاتصال غير الرسمي بين القائمين على إدارة مؤسسات مختلفة كما هو شان ما يحدث من اتصال لمنظمات ومؤسسات ودوائر ذات علاقة و الوزارات والأجهزة الحكومية.

يوجد تقسيمات أخرى لأنواع الاتصال هو الاتصال اللفظي والاتصال الغير اللفظي :

#### أ -الاتصال اللفظي :

وينطوي هذا نوع من الأساليب الاتصالية على تبادل البيانات أو الأفكار والمعلومات أو الأطروحات و الآراء بين المرسل والمستلم باستخدام الكلمات المنطوقة و يستخدم المرسل في هذا النوع من الاتصال الفم اللسان بينما يستخدم المستقبل الأذن.

ومن أمثلة هذا النوع من الاتصال المقابلات الشخصية التي تتم وجها لوجه، والمناقشات على اختلاف أنواعها والتي تشمل على لقاءات وندوات واجتماعات، والاتصالات الهاتفية. والواقع أن الاتصالات اللفظية تعد الأكثر استخداما وشيوعا بين المدراء في المنظمات المختلفة بشكل خاص وبين الناس بشكل عام.

حيث تسمح الاتصالات اللفظية بالتعرف على ردود أفعال القطاعات المستهدفة بالاتصال اللفظي بشكل فوري وبسرعة.

حيث أن الاتصال اللفظي لا يحتاج إلى وقت كبير للتحضير أو إعداد له كما انه لا يحتاج إلى أوراق أو وثائق.

#### ب - الاتصال غير اللفظي:

تتطوي هذه الاتصالات على نقل المعلومات والأخبار والانطباعات باستخدام الإشارات أو الإيماءات أو جوانب سلوكية تعبيرية معينة.

هذا نوع من الاتصال يعد أقدم تاريخيا حيث

استخدمته الشعوب ملايين السنين كلغة اتصال وحيدة و مازالت هذه اللغة تستخدم اليوم في بعض مناطق العالم النائية.

و يعتمد الاتصال غير اللفظي على الاستخدام المقصود أو

غير المقصود لتعابير الوجه و الجسد لنقل إشارات وإيماءات توصي برسالة أو معنى معين.

## دور الإعلام في تشكيل العقول:

لقد ظلت المدرسة المصدر الأول للمعرفة حتى بدايات القرن العشرين، إلى أن برز الإعلام وأصبح منافسا لها وللأسرة، فهو يملك النصيب الأكبر في التنشئة الاجتماعية والتأثير والتوجيه وتربية الصغار وتوجيه الكبار.

فالإعلام هو مصدر المعرفة الأول الآن وقد تفوق على كافة مصادر المعرفة التقليدية، وأصبح الإعلام هو المصدر الأول في تشكيل عقول سكان الكرة الأرضية حيث دلت الدراسات على أن ما يزيد عن 80 بالمئة من المعرفة المتكونة لدى الناس هي من خلال تواصلهم مع وسائل الاتصال. (ماجد نعمان الخضري، 2022، ص21).

## الإعلام الضار والإعلام النافع:

وفي ضوء الانتشار السريع والكثيف لوسائل الإعلام أصبح الكثير من الإعلام يتسبب بمشاكل أسرية واجتماعية، وأصبح عدم التأكد من المعلومة أو نشر المعلومة الزائفة يزيد من معاناة المجتمع.

كما أن انتشار الإعلام التجاري ونعني به هنا وسائل الإعلام التي يكون هدفها الربح ليس إلا أعمق من مشكلة المضار الاجتماعية والفكرية الناتجة عن وسائل الإعلام مثل انتشار العنف والجنس من خلال وسائل الإعلام خاصة في المجتمع الأوروبي.

مما ساهم بظهور وانتشار نظرية المسؤولية الاجتماعية التي نادى بمسؤولية وسائل الإعلام أمام المجتمع.

ونادى الكثير من المصلحين الاجتماعيين بالاستخدام الآمن للإعلام وقد ظهر مثل هذه الدعوات في الأردن، حيث طالب نشطاء بحجب المواقع الإباحية عن شبكة الانترنت التي تزدهم بالكثير من الإعلام الضار والإعلام التجاري والإعلام غير المرغوب به الذي يحث على العنف والكرهية والجنس وينشر العادات غير المرغوب بها من خلال الأفلام والمسلسلات.

ويساهم بتغيير العادات والتقاليد وزرع عادات وتقاليد جديدة بدلا منها.

كما كانت المناداة بالتقليل من الأخبار السلبية التي تنتشر من خلال وسائل الإعلام خاصة الأخبار التي تتحدث عن الحروب والقتل والعنف وما شابه لأنها أصبحت تؤثر بشكل سلبي على نفسية المتابعين لوسائل الإعلام.

ومن هنا كان المناداة بمجموعة من القواعد والسلوكيات الاجتماعية لتنتهجها وسائل الإعلام بحيث تكون أكثر إيجابية في بناء المجتمعات وزرع القيم النبيلة من خلال ما يبث من خلالها وهذا ما نسميه اليوم بالتربية الإعلامية التي تركز على تعليم الناس تمييز الأخبار الصادقة من الأخبار الكاذبة.

ومعرفة الصور المزورة على الشبكة العنكبوتية ومعرفة كيفية التعامل مع ما ينشر من خلال التحليل العلمي الموضوعي وتميز الأخبار من الشائعات، والإعلان من الدعاية ومعرفة الغايات التي تنتشر من أجلها الرسائل الإعلامية. ( ماجد نعمان الخضري، 2022، ص28، 29).

### شروط الاتصال الناجحة:

- 1 - من أجل إجراء أي اتصال يجب توافر ثلاثة شروط ملخصة فيما يلي:  
يستدعي وجود طرفي اتصال، أي مرسل ومستقبل، فالأول هو الذي يرسل المعلومات ويحاول التأثير على الآخر، والمستقبل هو الذي يتلقى هذه المعلومات، ثم يبدي ردة فعله بقبول المعلومة أو رفضها أو الوقوف محايدا اتجاهها.
- 2 - يتطلب وجود موضوع ينشئ العلاقة بين الطرفين، فالموضوع هنا يقصد به الفكرة التي يريد المرسل نقلها إلى الطرف الآخر.
- 3 - يفرض وجود قناة اتصال طبيعية أو تقنية توصل الخبر أو المعلومة وهذه القناة متعددة الأشكال والأنواع فمنها الشخصية التي تعتمد على الأفراد، ومنها التقنية التي تعتمد على وسائل الاتصال الأخرى.



4 - ضرورة وجود بيئة اتصال ملائمة وهي كل العناصر المحيطة بالعملية مثل العوامل الخاصة بتصميم الرسالة، ظروف العمل.

5 - يجب أن تكون هذه البيئة خالية من التشويش الذي يحول دون حدوث عملية الاتصال أو التشويش على المعاني والأفكار، ونقل المعلومات. (سيد سالم عرفة ، 2012، ص 36).

## المحاضرة السابعة+الثامنة:

### وظائف الاتصال الجماهيري

#### تمهيد:

في هذه المحاضرة سنبين وظائف الاتصال الجماهيرية بالتفصيل كل وظيفة نتناولها على حدا بالشرح وإعطاء أمثلة لكل وظيفة ، مع الإشارة إلى وظائف الاتصال حسب بعض العلماء أمثال: ولبور شرام وكذا لازار سفيلد وروبرت، وكذا لجنة ما كبرايد - اليونسكو .

## وظائف وسائل الإعلام :

أصبح دور وسائل الإعلام في المجتمع مهم جدا، إلى درجة خصصت جميع الحكومات أقساما ودوائر ووزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية عن طريق تلك الوسائل، ومن تلك الأهداف الداخلية رفع مستوى الجماهير ثقافيا، وتطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية.

فمن أهداف دوائر الإعلام على المستوى الخارجي تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الدولية، ولم يقتصر اهتمام الحكومات بوسائل الإعلام، بل أن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت بها.

ووجدت أن تلك الوسائل تخدمها وتخدم أهدافها وتساعد في ازدهارها، وليس أدل على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفا في العالم، من أن الدولة ذات الإعلام القوي تعد قوية، وأصبح الإعلام عاملا رئيسيا في نفوذ بعض الدول.

وبخاصة التي وجدت فيه إحدى دعائمها الرئيسية، وقدمته على باقي دعائم الدولة، وسبب ذلك هو أن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير وفاعلة سلبا أو إيجابا وللإعلام وظائف عديدة تتمثل فيما يلي: (ماجد نعمان الخضري، 2022، ص 136، 135).

## أولا: الوظيفة الإخبارية:

تقوم وسائل الإعلام بنقل الأحداث والقضايا المهمة، ومتابعة تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع، بهدف تلبية حاجة الإنسان الطبيعية لمعرفة البيئة المحيطة به، ويشكل المضمون الإخباري النسبة الرئيسية السائدة اليوم في وسائل الإعلام التي يفترض أن تقوم بتغطية تلك الأحداث بحيادية ودقة ومصداقية، لكي تحظى باحترام الجمهور.

## ثانياً: التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:

تتولى المدرسة مهمة التوجيه، بعد الأسرة لأن الطالب يقضي وقتاً مهماً من حياته فيها لكن المجتمع بجميع مؤسساته الأسرية والعائلية والاجتماعية والدينية والاقتصادية له دور كبير في مجال التوجيه، وتكوين المواقف والاتجاهات الخاصة بكل فرد.

لذا تتلاقى تلك المؤسسات مع المدرسة في مهمة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات ، خاصة وأن المجتمع ليس كله طلاباً، ولا يتاح عادة لكل أفراد المجتمع دخول المدارس أو الاستمرار في الدرس والتحصيل.

وإذا كانت المدرسة تقوم بمهمتها تلك عن طريق الهيئة التعليمية والكتاب، فإن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر وغير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة.

فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى، ازداد تأثيرها، فلا يعقل مثلاً أن تخاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية باللغة الفصحى، ولا الذين ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام والحجج الفكرية والفلسفية.

## ثالثاً: زيادة الثقافة والمعلومات:

يهدف التنقيف العام إلى زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام، وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية، والتنقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد سواء كان ذلك بشكل عفوي وعارض أم بشكل مخطط ومبرمج ومقصود.

والتنقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، هذه المواجهة تقدم له، بدون أن يكون هو المقصود بالذات، معلومات وأفكار وصور وآراء، وهذا يحدث عندما يتجول الطالب في ساحة ملعب جامعه فيفاجأ بجريدة حائط أو بتلفزيون نادي الجامعة أو باللافتات المرفوعة في أماكن من الجامعة.

وكلها تحمل عبارات تلفت نظره فيندفع في قراءتها أو متابعتها فتعلق بعض الكلمات في ذهنه ويأخذ ببعض الآراء.

أما التنقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير، لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التنقيف المخطط كالبرامج الزراعية التي هي عبارة عن حلقات إرشاد للمزارعين يدعون إليها أو تبث إليهم عبر الإذاعة أو التلفزيون.

#### رابعاً: الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية:

يعرف الاتصال الاجتماعي بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها.

فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبارا اجتماعية عن الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات الاجتماعية والثقافية، فإنها بذلك تكون صلة وصل يومية تنقل أخبار الأفراح من مواليد وزيجات، وأخبار الأحزان من وفيات وفشل وخسارة.

وليست صفحة الولادات والوفيات والشكر بصفة عابرة وغير مهمة في الصحف، بل إنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير.

وهناك أمر ثان هو قيام وسائل الإعلام كلها تقريبا بتعريف الناس ببعض الأشخاص البارزين أو الذين هم في طريق الشهرة سواء في مجال السياسة أو الفن أو المجتمع أو الأدب.

#### خامساً: الترفيه عن الجمهور وتسلية:

تقوم وسائل الإعلام بوظائف مهمة مثل ملئ أوقات الفراغ عند الجمهور مثل الأبواب المسلية في الصحف أو البرامج الكوميدية في التلفزيون وفي الحالتين تأخذ وسائل الإعلام في اعتبارها مبدأ واضحا وهو أن برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه إليها

وحتى في مجال الترفيه هناك برامج وأبواب ترفيه موجه يمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف ودعم بعض الاتجاهات أو تحويلها وحتى تغييرها.

وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام. (فاروق، خالد، 2011، ص 69).

لوسائل الاتصال الجماهيرية وظيفة أخرى لا تقل أهمية عن سابقها ألا وهي وظيفة الترفيه والإمتاع وذلك لأن هذه الوظيفة تشارك الوظائف الأخرى في غاياتها فهي وظيفة إخبارية، تثقيفية، تنموية .

و لكن في قالب طريف مستتر و غير مباشر تستغل فيها ساعات الفراغ و ليس القول لأن صناعة الترفيه لا تنطوي على أي قيمة اجتماعية ثقافية أو سياسية إلا مجرد خدعة و تضليل لتمرير الرسالة.

إن مفهوم الترفيه هو مفهوم شديد الخطورة إذ تتمثل فكرته الأساسية في أنه لا يتصل ظاهريا من بعيد أو قريب بالقضايا الجادة للعالم.

و إنما هو مجرد شغل أو ملء ساعة من الفراغ و الحقيقة أن هناك إيديولوجية مضمرة بالفعل في كل أنواع القصص الخيالية فعنصر الخيال يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس – هربت أ.شيللر : 1986 ، ص 105 –

و إذا كانت السينما هي الوسيلة الأولى للترفيه الجماهيري فإنه حاليا لا تخلو أي وسيلة من وسائل الاتصال الحديثة من برامج ترفيهية موجهة و تسيطر على هذا المجال المهم دول الشمال التي استطاعت تطوير صناعة ترفيهية بأتم معنى الكلمة .

تستعملها وفق رغبات و مصالح لوبيات سياسية دينية اقتصادية لغزو دول الجنوب و توجيه رأيها العام و ذلك تحت إشراف هيئات عليا مكلفة بالتوجيه الإعلامي .

و في هذا الإطار و كرد فعل على هذه التبعية الإعلامية من جهة و الوضعية الاقتصادية و الاجتماعية المتخلفة التي تعاني منها دول الجنوب من جهة أخرى.

برزت إلى الوجود مبادرات وطنية و دولية تحاول أن تطرح قواعد تنظيمية جديدة لوسائل الاتصال و شيكاتها و ترسم لها أطرا و أهدافا تحريرية تنموية تتناسب و وضعيات و مشاكل هذه الدول ( أ.د.فوضيل دليو ، 2018 ص38 ).

### سادسا: الإعلان والدعاية:

تقدم وسائل الإعلام وظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين وتقوم بدور مهم في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل.

أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ ، ولهذا استطاعت وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وإذاعة وسينما.

أمام تعقيد الحياة وتعدد ما فيها من اختراعات وصناعات واكتشافات أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وأسعاره وحسناته.

أصبحت وسائل الإعلام تقوم مقام المعلم والمربي، وحتى الأب والأم في حالات كثيرة، فالبرامج التربوية والمدرسية وبرامج الأطفال وبرامج الطلاب وغيرها من برامج تبثها وسائل الإعلام.

إنما تلتي بوظيفة التثقيف لكنها تتعدى تلك الوظيفة إلى ما هو أعمق وأشم، إلى درجة يمكن القول معها أن الفرد يولد وينمو قليلا حتى تتولاه وسائل الإعلام وترعاه وتقدم إليه ما يلزم من تثقيف وتوجيه وترفيه وإعلان، وأحيانا تقدم إليه ما يسيء إلى نمو شخصيته وآرائه ، فتتحرف بها أو تشوها.

### سابعا: التحفيز:

وبما يوفره الإعلام من أسباب المنافسة الشريفة الهادفة، من خلال تسليط الأضواء على القوى التي حققت النجاح والإنجازات المتفوقة ، وتبيان العوامل والأساليب التي أدت إلى ذلك، فإن الإعلام يحفز الأفراد ويثير آمالهم وطموحاتهم لمحاكاة هؤلاء.

وفي هذا السياق، يعمل الإعلام أيضا على إثارة الآمال القومية والوطنية باستثارة الرموز التاريخية والاجتماعية لتحقيق الأهداف العامة.

### **ثامنا: المناقشة والحوار:**

ويوفر الإعلام الفرص لطرح وجهات النظر المتباينة، وعرض الأدلة والشواهد، مما يشجع على إقامة الحوار الاجتماعي البناء حول مختلف الأمور التي تهم المواطن.

وهذا يزيد من اهتمام الناس بالقضايا العامة ومشاركتهم بها وكما أن الحوار والمناقشة وتبادل الرأي عبر وسائل الإعلام تساعد في الوصول إلى الإجماع بشأن مختلف القضايا، والانتقال حول هدف واحد مقبول للغالبية، مما يرضي الأطراف كافة وييسر عملية اتخاذ القرارات.

### **تاسعا: التقارب الاجتماعي:**

يتيح الاتصال الجماهيري الفرصة للإنسان كي يتزود بأنباء الآخرين في محيطه الاجتماعي والإنساني ( المحلي والدولي) وهذا يزيد من فرص التعارف الاجتماعي ، والتقارب، والتفهم لظروف وأحوال الآخرين والشعور معهم. ( عصام سليمان الموسى، 2012، ص 171).

### **عاشرا: خلق الدوافع:**

وهو دعم الأهداف المباشرة والنهائية لكل مجتمع، وتشجيع الاختيارات الشخصية والتعليقات، ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات والمتجهة صوب تحقيق الأهداف المتفق عليها.

### **الحادي عشر: التكامل:**

و هو توفير الفرص لكل الأشخاص والمجموعات والأمم بما يكفل لهم الوصول إلى وسائل متنوعة تحقق حاجتهم إلى التعارف والتفاهم والتعرف على ظروف معيشة الآخرين، ووجهات نظرهم وتطلعاتهم.



و قبل التعميق في الدراسة استعراضية لتطور وسائل الاتصال الحديثة، لابد لنا من تأكيد استحالة فصل على الترابط القائم بين المعلومات الالكترونية، وأجهزة الإعلام والاتصالات السلكية واللاسلكية. ( سيد سالم عرفة، 2012، ص 25).

وهناك العديد من العلماء الذين تحدثوا عن وظائف وسائل الإعلام بعد أن وقع اختلاف كبير حول وظائفها.

ومن هؤلاء (دوفلر وروكياش) فقد اعتبروا أن للإعلام أربعة وظائف هي:

1 - إعداد وبناء الواقع الاجتماعي.

2 - تكوين الاتجاهات لدور الجمهور إذا اعتمد على معلومات وسائل الإعلام.

3 - ترتيب الأولويات لدى الجمهور ( وظيفة الأجندة).

4 - توسيع نسق المعتقدات.

واعتبر ( ليزلي مولر) أن وسائل الإعلام تقوم بالوظائف التالية:

1 - وظيفة الأخبار والتزويد بالمعلومات.

2 - الربط والتفسير: الهدف منه تحسين نوعية فائدة المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون به وما يعملونه.

3 - الترفيه: أي تحرير الناس من التوترات والضغط والمصاعب.

4 - التنشئة الاجتماعية: المساعدة في توحيد المجتمع.

5 - التسويق وخلق النمط الاجتماعي في المجتمع.

6 - الرقابة: أي القيام بدور حارس البوابة.

7 - المبادرة في التغيير.

8 - التعليم.

كما واعتبر عالم الاتصال ( اليهو كاتز) أن الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام والتي يمكن أن تقدم للفرد وتؤثر في سلوكه انحصرت في الآتي( موسى ،عصام سليمان، 2011).

### **1 - وظيفة المنفعة:**

حيث أن اتجاه الفرد إلى وسيلة معينة أو مضمون معين يتحدد في ضوء النفع العائد عليه من هذه الوسيلة أو ذلك المضمون.

### **2 - وظيفة الدفاع عن الذات:**

وتعكس هذه الوظيفة رأي الفرد في الدفاع عن الصورة التي شكلها عن نفسه ورفض ما عداها.

### **3 - التعبير عن القيم:**

فكلما دعمت وسائل الإعلام القيم السائدة في المجتمع شعر الفرد بالرضا عن هذه المسائل.

### **4 - الوظيفة المعرفية:**

وتتمثل في حاجة الفرد إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه.

وقد وصف عالم الاتصال ( دينيس ماكويل) الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام بأنها تخلق حاجات ودوافع لم تكن موجودة من قبل تدفع الجمهور إلى وسائل الإعلام.

فيسعى إلى إشباع تلك الحاجات من خلال التعرض لوسائل الإعلام وتنحصر هذه الوظائف فيما يلي:

### **1 - الوظيفة الإعلامية:**

وهي رغبة الفرد في معرفة ما يدور حوله من أحداث في المجتمع والعالم.( بدر أحمد،2000).

## 2 - تحديد الهوية:

وتتمثل في حاجة الفرد إلى دعم القيم الشخصية والتواجد مع الآخرين.

## 3 - التفاعل الاجتماعي:

وتركز هذه الوظيفة على حاجة الفرد للانتماء والحوار والتواصل مع الآخرين.

## 4 - الترفيه:

وهي رغبة الفرد في الهروب من المشكلات والخلود للراحة ولملء الفراغ.

وهناك من يرى ثلاث وظائف أساسية لوسائل الإعلام في المجتمع تتمحور في:

## وظيفة تشاورية:

حيث تقوم بخدمة القضايا الاجتماعية والأشخاص والتنظيمات والحركات الاجتماعية من خلال الوضع التشاوري الذي تحقق في وسائل الإعلام.

## وظيفة التقوية الاجتماعية:

التي تتحقق من خلال مقدرة وسائل الإعلام على فضح الانحرافات وكشفها وتعريفها للرأي العام.

## الوظيفة التخديرية:

وهي وظيفة معيقة تدل علميا على اختلال وظيفي لدور وسائل الإعلام ، وذلك عن طريق زيادة مستوى المعلومات للجمهور، إذ يتسبب سيل المعلومات وضخامتها وطوفان المعلومات إلى الناس في تحويل معرفة الناس إلى معرفة سلبية.

وذلك يؤدي إلى الحيلولة دون أن تصبح نشاطات الناس مشاركة فعالة إيجابية كما وحدد (هارولد لازويل) وظائف الإعلام في المجتمعات المعاصرة بما يأتي:

1 - الإشراف والرقابة على البيئة والمحيط الاجتماعي.

2 - العمل على ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة لمحيط البيئة التي يعيش فيها.

3 - نقل التراث الاجتماعي والثقافي في الموجود في المجتمع من جيل إلى آخر. (محمد خويله وآخرون، 2013، ص 34).

وهذه الوظائف مجتمعة تبين أن الاتصال يطال جوانب الحياة الإنسانية ويؤثر فيها كعنصر أساسي لا غنى عنه .

وقد خدمت هذه الوظائف، مجتمعة ومتفرقة، الإنسان عبر تاريخه منذ بدء الخليقة، وبدرجات متفاوتة، وساهمت في إشادة حضارة الإنسان وتطويرها حتى بلغت ما بلغته حالياً.

وبالتأكيد فإن انتشار وسائل الإعلام وتوافرها على نطاق واسع في زمننا الحالي يجب أن يكون حافزاً للقائمين عليها، والعاملين في مجالاتها المختلفة على تطوير أدائها - خاصة في الدول النامية - للقيام بوظائفها على الوجه الصحيح والأكمل.

أما إذا أسيء استعمال الإعلام وقلصت وظائفه ، فإنه يتحول من نعمة إلى نقمة وتطغى فيه السلبيات على الإيجابيات.(عصام سليمان موسى، 2012، ص 172).

تقوم وسائل الاتصال بدور رئيسي لدفع عجلة التنمية والتغيير والتعليم من أجل خلق الحوافز والتعليم والتدريب على اكتساب المهارات.

فقد استخدم الإنسان الاتصال منذ العصور غابرة إلى عصرنا هذا عدة أشكال للاتصال كما استعملنا في الحياة اليومية، سواء كانت وسائل قديمة أم حديثة ومن بين هذه الوظائف ما يلي :

#### أ- وظيفة انطباعية:

تحكم الآراء في نقل المعلومات لأنها مركزة لسلطة اقتصاد المعلومات والرسائل والإعلان. فيما يتعلق بالعمل وظروفه.

#### ب - وظيفة اقناعية:

العمل الاقناعي يختلف في جودة والتوعية من العمل الروتيني.

### ج - وظيفة إبداعية:

إنشاء ووضع أفكار جديدة لتحسين السلوك التنظيمي وتطوير المنظمة بتقديم الاقتراحات ومخططات جديدة.

### د - وظيفة رقابية:

باستخدام قنوات الاتصال الرسمي تفرض الرقابة داخل المنظمة على الأنشطة.

### هـ - وظيفة ترفيهية:

تقوم هذه الوظيفة بتحقيق المتاعب اليومية وأعبائها بتنظيم برامج ترفيهية للترويج عن النفس.

### و - وظيفة الشرح والتفسير :

لقد تعقد المجتمع وتشابكت متطلباته وأصبح ما يجري فيه غير مفهوم للإنسان العادي مما يتطلب الشرح والتفسير.

### ي - وظيفة تعليمية وتربوية:

أن التعليم والتكوين هما أساس الفكر مما جعل الوظيفة التربوية تأخذ أهمية بالغة من وسائل الإعلام.

### ن - وظيفة التثقيف:

أن وظيفة التنشئة الاجتماعية تتصل بخلق الجو الحضاري الملائم للتقدم والنهضة عن طريق التوعية ولهذا تقوم وسائل الاتصال بنشر المعلومات والأفكار التي نحافظ على ثقافة المجتمع وتساعد على تكوين أفراد.

## مهام الاتصال وخصائصه:

نجد أن المنظمة تعتمد على الاتصال كدعامة رئيسية في الإدارة من منطلق المهام التي تؤدي من خلال مزاولة عملية الاتصال فيلاحظ أن الاتصال لديه أربعة مهام رئيسية منها الإعلامية وانضباطية وتكاملية وإعلامية.

### (أ) - المهمة الإعلامية:

حيث تظهر من خلال عملية تدفق المعلومات على كافة المستويات الإدارية والتنفيذية فقرارات الناجمة التي يتخذها المدير ناتجة عن كمية هائلة من المعلومات المتدفقة في الوقت المناسب ويعتمد تدفق المعلومات على مدى فعالية الاتصال على مستوى التنفيذ، نجد أن العاملين بحاجة إلى كثير من المعلومات المرتبطة بالأداء الوظيفي.

### (ب) - المهمة الانضباطية:

يعتمد السير العمل بالمنظمة على مزاولة الكثير من معلومات ضبط ورقابة وتنسيق بين الأنشطة المختلفة وتستمد المهمة الانضباطية للاتصال أنها من متخصصين المنطقة ترتبط بتحكم الإدارة في نقل المعلومات بحكم كونها مركز سلطة وبالتالي المنطق الثاني من كونه اختصار المعلومات والرسائل المعنى الصادر من الإدارة على ما يتعلق بالعمل وظروفه.

### (ج) - المهمة التكاملية:

تعني الممارسة المختلفة وتساعد هذه المهمة في سيادة وأن الوحدة بالنسبة للمنظمة مما يستطيع بها الموظف التعرف على نفسه من خلال انتمائه إلى المنظمة وخلق جو من التكامل لتقليل احتمالات براءات مختلفة.

إن انتشار وسائل الإعلام في هذا الزمن بين الناس وعلى هذه الصورة الكبيرة يعد عاملا رئيسيا دفع الباحثين إلى استجلاء الوظائف التي تقوم بها تلك الوسائل والأهداف التي تحققها، ويرجع الاهتمام بتحديد هذه الوظائف على أسس علمية إلى الأربعينيات من القرن العشرين .

و يتسم الإعلام بعدة وظائف أهمها ما يلي :

### 1 - وظيفة تثقيفية :

يهدف الإعلام إلى تزويد الناس بالمعلومات المفيدة في جميع نواحي الحياة، اجتماعية، سياسية وكذا تزويدهم بأخبار البيئة والمجتمع الذين يعيشون فيه، فالهدف الرئيسي هو إفادة الأفراد بالثقافة الجماهيرية التي تساعد على تماسك المجتمع بكافة شرائحه ومؤسساته . كما يعمل على نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث والتطور الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد، وإيقاظ خياله وإشباع حاجاته الجمالية وإطلاق قدراته على الإبداع .

### 2 - وظيفة تربوية :

و التي تتمثل في كونه عملية عطاء وأخذ وفعل ورد فعل، وتعلم وتعليم وتهدف إلى تغيير السلوك لدى المتعلم المستهدف .

و التعليم يعني التغيير المستمر في سلوك الفرد، وذلك بتزويد المتعلم بالخبرات والمواقف، والأفكار والقيم الاجتماعية التي تساعد على التكيف مع مجتمعه.

بالإضافة إلى كونه يساهم كذلك في نقل المعارف والعلوم والتراث من جيل لآخر مما يساعده إلى تواصل الخبرات في المجتمع .

زيادة إلى ذلك فقد أدى إلى فتح آفاق جديدة ومضاعفة الروابط مع التعليم، فهناك زيادة واضحة في الطاقة التربوية للإعلام ويؤديها وهب من قيمة تربوية أكبر إلى خلق بيئة تعليمية.

فقد أولى كثير من المفكرين والباحثين والسلطات الحكومية وخاصة في العالم الثالث أهمية كبيرة للقيمة التربوية للإعلام ولأثره في التطور الثقافي.

فوسائل الإعلام تعادل المدرسة بالنسبة لأعداد هائلة من النساء والرجال المحرومين من التعليم ويعني دور الإعلام في التربية وفي التنشئة الاجتماعية أنه ينبغي للإعلام أن يتجاوب مع أقصى قدر من احتياجات التنمية في المجتمع وأن يعامل كسلعة اجتماعية كما خصصت بعض البلدان المتقدمة منها أو النامية قنوات إذاعية وتلفزيونية منفصلة للبرامج التعليمية، بينما يخصص الآخر قنوات متباينة من برامجها الإذاعية الأغراض التربية والتدريب والتعليم وتعد هذه البرامج بالاشتراك بين المربين والإذاعيين .

كما لهذه الوسائل فضل نقل المعارف والقيم والمعايير والتقاليد الاجتماعية من جيل لآخر والتعريف بها. وتعد هذه الوظيفة أيضا تعليمية تعنى بتأجيل الفرد وتنشئته تنشئة منسقة مع أهداف المجتمع ومثله وقيمه.

### (3) - وظيفة اجتماعية :

و يتجسد في كونه عملية تفاعل اجتماعية تقوم بنقل المعلومات وتهدف إلى تغيير السلوك الإنساني، فهو أداة فعالة في تكوين العلاقات الإنسانية عن طريق تسهيل تبادل المعلومات وهو عامل هام في توحيد الأفكار، والاتجاهات والعمل على تغيير السلوك الإنساني.

### التنشئة الاجتماعية:

ويقصد بها توفير رصيد مشترك من المعرفة يمكن الناس من أن يعملوا كأعضاء ذوي فعالية في المجتمع الذين يعيشون فيه، و دعم التآزر والوعي الاجتماعيين، بالمشاركة النشطة في الحياة الثقافية .

### \*التكامل:

أي توفير الفرص لكل الأشخاص والمجموعات والأمم بما يكفل لهم الوصول إلى وسائل متنوعة تحقق حاجاتهم في التعارف والتفاهم .



## \*الترفيه:

إذ تمكن هذه الوظيفة في إذاعة التمثيليات الروائية والرقص والأدب والموسيقى والمسرحيات الفكاهية والرياضية والألعاب... الخ من خلال العلامات والرموز، والأصوات والصور بهدف الترفيه والإمتاع على الصعيدين الشخصي والاجتماعي .

## 4 – وظيفة فكرية :

للإعلام دور كبير وفعال في نشر الدعوات والتعاليم الدينية، فالإعلام مثلا يسهم في نشر الدين الإسلامي في شتى بقاع الأرض لكونه رسالة عالمية لكل الناس في كل زمان ومكان.

## علاقة الإعلام بالتعليم :

لقد سعى الإنسان منذ الخليقة إلى التغلب على ما يعترضه والاستفادة بما يمر عليه من تجارب ويربي أولاده تربية تتناسق مع حاجات المجتمع وتقاليده من خلال نقل تراث الأسلاف وخبراتهم إلى الأبناء بأساليب مختلفة ومتنوعة كل حسب عصره وإمكاناته كي ترتقي أفكارهم وحتى لا يسير الشيء الجديد في تيار عكس ما تمليه عليه قيم ومعايير أمته إلى أن وجد في الإعلام بأصنافه الإذاعة، الصحافة، التلفزيون... الخ وسيلته لإدراك مبتغاه .

إلا أن هناك العديد من يتساءل فيما تكون علاقة الإعلام بالتعليم ؟ وإلى أي حد يمكن للإعلام أن يخدم العملية التربوية في المجتمعات ككل؟؟ الإعلام والتربية كلاهما مؤسستان اجتماعيتان وإن اختلفتا في الوسائل والأساليب إلا أن وظائفها وأغراضها متشابهة فهما يجسدان هدفا موحدا ألا وهو بناء الإنسان المتعلم المثقف والمدرك لقضايا أمته والحريص على نمائها والرفع من شأنها. إن الهدف الأول للتعليم هو نقل تراث الأمة الاجتماعي من جيل إلى جيل. وهذا التراث الاجتماعي في حد ذاته ليس موضع بين المعلنين في أغلب الأحيان. ويهدف التعليم بعد ذلك إلى تكوين شخصية المواطن عن طريق توسيع مدارك الفرد وتربية الاستقلال بالرأي فيه. ويتفق الإعلام والتعليم في أن كل منهما يهدف إلى تغيير سلوك التلاميذ، نجد الإعلام يهدف

إلى تغيير سلوك الجماهير في التلميذ الذي ينطلق بكلمة جديدة يتعود عليها من قبل قد تعلم شيئاً فسلك أنواعاً من السلوك اللغوي غير سلوكه الأول الذي اعتاده.

فالتغيير في السلوك في كليهما طريق إلى تكيف الحياة ليعيش المتعلم عيشة أفضل ويستمتع الإنسان في المجتمع بحياة أرغد ولذلك الإعلام والتعليم يقومان بالتقريب بين مختلف أفراد الشعب.

وقد كانت أجهزة الإعلام قديماً وحديثاً هي المدرسة التي تواصل عمل المدرسة التقليدية فتقوم بتقريب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات تعدل من سلوكهم كباراً وصغاراً فيتفاهمون تفاهماً أحسن.

فقد أثبتت وسائل الإعلام قدراتها الهائلة في التعليم والتربية حيث أضفت على العملية التعليمية صورة أكثر حيوية لاعتناقها أساليب التشويق والإثارة.

مما ساعدها على تنمية القدرات الذاتية للمتعلم إثراء تجاربه ورصيده المعرفي وذلك من خلال استشارة الانتباه وجذبه والسيطرة على عدة حواس في آن واحد.

كما أنها ساعدت المعلم في مهمته. و بهذا فوسائل الإعلام تصلك مقدره نشر المعرفة والمعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة بحيث لا يستطيع أي مجتمع أن يستغني عنها.

وهذا ما أكدته النظرية التي جاء بها "مارشال ماكلوهان" حيث أكدت على أن العملية الإعلامية في بعض جوانبها عملية تربوية وهي تسعى إلى نشر التعليم والثقافة إلى جانب نشر المعلومات المختلفة والمتشعبة المضامين، فأثار الإعلام التربوية لا يمكن أبداً تجاهلها. إن اقتحام وسائل الإعلام مجال التعليم يعتبر في الواقع تحقيق لحلم طالما راود أهل الاختصاص الذين يرون في هذه التقنيات وسيلة لإصلاح النظم التربوية التقليدية وأداة لملائمة تزايد الطلب في مجال التدريب مع حاجيات عالم العمل المتطورة.

فالمعلوماتية والتلماتية « Telematics » وعماليات التحوار عن بعد « Téléconférence »

« والتحوار السمعي « Audio Conférence » والوسائل الإلكترونية « message »

« electromical » والأسطوانة المرئية « vidéo Disc » وغيرها من التقنيات الحديثة

ساهمت في قلب مبادئ التعليم عن بعد رأساً على عقب وهذه الاختراعات الحديثة منتشرة بصفة خاصة في بلدان الشمال ولكن بدأت أخيراً تظهر ولو بشيء من الاحتشام في بعض الدول النامية.

ونظراً لهذه الأهمية البالغة التي اكتسبتها وسائل الإعلام بدأت بعض مناهج التعليم الرسمية منها بإدراج مواضيع مثل المبادئ العامة لتشكيل هذه التقنيات الحديثة وتكوين الفكر النقدي في استعمالها ضمن مقررات التعليم على المستويين النظري والتطبيقي. و نخلص إلى القول أن الإعلام منذ نشأته يهدف إلى النمو واليقظة والتوافق الثقافي والحضاري والارتقاء بمستوى الرأي العام بتنويره وتنقيفه.

كما أنه فتح المجال للتفاعل والاحتكاك البشري و يتيح الفرصة للتفكير والإطلاع والحوار وتبادل المعلومات في شتى المجالات والبياديين .

أصبح دور وسائل الإعلام في المجتمع مهم وخطير جداً، إلى درجة خصصت جميع الحكومات أقساماً ودوائر ووزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية عن طريق تلك الوسائل.

ومن تلك الأهداف الداخلية رفع مستوى الجماهير ثقافياً، وتطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية.

أما خارجياً فمن أهداف دوائر الإعلام تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الدولية.

ولم يقتصر اهتمام الحكومات بوسائل الإعلام، بل أن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت بها.

ووجدت أن تلك الوسائل تخدمها وتخدم أهدافها وتساعد في ازدهارها. وليس أدل على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفاً في العالم، من أن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية وقادرة. فلقد أصبح الإعلام عاملاً رئيسياً في نفوذ بعض الدول،

وبخاصة تلك التي وجدت فيه إحدى دعوماتها الرئيسية، وقدمته على باقي دعائم الدولة. وسبب كل ذلك هو أن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير وفاعلة سلباً أو إيجاباً

### الإعلان والدعاية:

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين، كما تقوم بدور مهم في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ... الخ.

ولهذا استطاعت وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وإذاعة وسينما، أمام تعقيد الحياة وتعدد ما فيها من اختراعات وصناعات واكتشافات أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وأسعاره وحسناته بشكل عام. هذه هي الوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام، وهي وأن جرى حصرها في ست وظائف، لكن تبقى هناك مهمات تفصيلية أيضاً لوسائل الإعلام تندرج تحت هذه الوظائف.

فوسائل الإعلام في الواقع أصبحت تقوم مقام المعلم والمربي، وحتى الأب والأم في حالات كثيرة، فالبرامج التربوية والمدرسية وبرامج الأطفال وبرامج الطلاب وغيرها من برامج تبثها وسائل الإعلام، إنما تلتقي بوظيفة التثقيف.

لكنها تتعدى تلك الوظيفة إلى ما هو أعمق وأعم واشمل، إلى درجة يمكن القول معها أن الفرد يولد وينمو قليلاً حتى تتولاه وسائل الإعلام وترعاه وتقدم إليه ما يلزم من تثقيف وتوجيه وترفيه وإعلان وغير ذلك، وأحياناً تقدم إليه ما يسيء إلى نمو شخصيته وآرائه، فتتحرف بها أو تشوهها.

## دور وسائل الإعلام في تشكيل المجتمع:

تعد وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة مصدرا مهما من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، وهي بذلك ذات تأثير في جماهير المتلقين المختلفين المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والأكاديمية والاجتماعية.

وهذا ما يكسبها أهميتها في عملية بناء المجتمعات، ويمكن الزعم بأنها أحد العناصر الأساسية في المساهمة في تشكيل ملامح المجتمعات.

وإذا كان دور وسائل الإعلام في أية بيئة مجتمعية يتحدد بالأثر الذي تستطيع أن تحدثه فيها، فمن الممكن أن نقسم وسائل الإعلام باعتبار تأثيرها في المجتمعات قسمين:

قسم مؤثر وفاعل وقسم غير مؤثر وغير فاعل. إيجابي، وذلك باعتبار الهدف الذي يسعى إليه القائمون على كل اتجاه، ولأن الإيجابية والسلبية من الأحكام النسبية، ليست ثابتة أو محددة.

فإن الضابط الذي يستخدم هذين الحكمين على أساسه هنا هو ضابط الانسجام مع متطلبات الهوية العربية الإسلامية في ما يقدم إعلاميا عبر القنوات المختلفة من حيث طبيعة المادة المقدمة، وما ترسخه من قيم فكرية وثقافية واجتماعية.

ويختلف القسم الثاني:

وهو قسم وسائل الإعلام غير المؤثرة عن الاتجاه السلبي من القسم الأول في الجوهر الأساسي للموضوع، وهو حقيقة الدور الذي يؤديه كل منهما في تشكيل المجتمع وبنائه.

فوسائل الإعلام غير المؤثرة أو الفاعلة لا تؤدي أي دور في المجتمع، وبالتالي لا تقوده إلى أي اتجاه.

وهي غير معنية بما تقدمه للمجتمع وأفراده، ولا تقوم بأكثر من التوصيل لكن دون أسس واضحة، ودون معرفة حقيقية بما يجب أن يقدم، وما يجب أن تكون له الأولوية من بين ما يقدم.

و القائمون على مثل هذا النوع من وسائل الإعلام هم الذين دخلوا السلك الإعلامي إما مصادفة، أو دون رغبة أصلية في الممارسة الإعلامية، أو دون هدف أو وعي حقيقي بالدور الذي تتحمل المؤسسة الإعلامية عبثه، لتكون ذات فائدة ونفع للمجتمع.

أما الاتجاه السلبي من القسم ذي التأثير في المجتمع فيختلف من حيث وجود الهدف، ووضوح الرؤية والوسيلة أو الأداة التي تساعد على تحقيق الهدف والقائمون عليه لا يتحركون خبط عشواء.

وإنما وفق خطط ومنهجيات مدروسة بعناية ، وهم يملكون تصورا واضحا لما يريدون الوصول إليه، ويسعون جاهدين إلى تحقيقه - أو هكذا يبدو - وكأنهم يريدون أن ينشروا ثقافة أو فكرا أو نمطا حياتيا وسلوكيا بين أفراد المجتمع.

وإذا كان ضابط الإيجابية والسلبية هو الانسجام مع متطلبات الهوية العربية والإسلامية فإن الكثيرين يمكن أن يتفوقوا على أن ما يقدم إعلاميا عبر الوسائل المختلفة المتوافرة في الدولة، والمتكاثرة - أو المتوالدة - يوم بعد يوم يتوزع ما بين قطبي السلب والإيجاب.

إن مثل هذه الصفات التي توافرت في للإعلام المسموع جديدة بأن تجعله قبلة لأصحاب الفكر الهادف، الواعي بما يحرق بالأمة العربية والإسلامية من مخاطر، وما تعانيه من ضغوطات على جميع المستويات.

وما تمر به الشعوب العربية من المحيط إلى الخليج من حروب ومأس وحصار واحتلال.

لقد كان من الأولى أن يستغل الإعلام المسموع لتوعية الأجيال الشابة بقضايا أمتها وبواقعها المعاصر، لتنشأ نشأة مختلفة عما نراه اليوم بين شبابنا الذين يتعرضون لتسطيح إعلامي يأخذهم نحو الانشغال بالأمور التافهة والشكلية.

وكذلك يلهيهم عن القضايا المهمة والمصيرية، فنتج لدينا جيل جميل الشكل لكنه مجوف.

ومفرغ من الداخل يتداعى مع أول هبة ريح، ولا تجدي محاولتنا بعد ذلك في جبر الكسور الكثيرة المترتبة على سقوطه السهل لأنه هش وأضعف من أن يخضع لأية عملية إصلاح.

إن حالة الخواء الثقافي والفكري الذي نلاحظها غي كثير من شبابنا هذه الأيام لم تأت من فراغ، ولكنها نتيجة ما يتعرض له هؤلاء الشباب من قبل وسائل الإعلام إما لا تعرف حقيقة دورها وأثرها في المجتمع.

أو أنها تعرف ذلك وتدركه جيدا وتوظف تلك المعرفة وذلك الإدراك لإنشاء جيل من الشباب الأجوف، اللاهي بملاذات الحياة وشكلياتها.

وكان الدنيا أصبحت محصورة فيها، فأصبحنا نكرسها ونرسخ الاهتمام بها عبر وسائل إعلامنا الموقرة في كل لحظة، وبكل وسيلة، لا نوفر جهدا ولا وقتا متغافلين عن القضايا الحقيقية والأمور المصيرية التي يجب أن نوجه إليها شبابنا كي يكونوا عدة لنا في المستقبل وسط عالم يمور بالمتغيرات.

إن الإعلام أمانة ومسؤولية، والمؤسسة الإعلامية كالمؤسسة التربوية من حيث أثرها في تشكيل بنية المجتمعات ورسم ملامحها، وقد يتفوق اثر المؤسسة الإعلامية على التربوية نتيجة عوامل مختلفة، منها طبيعة المادة التي تقدمها كل منهما ومدى مناسبتها لأهواء المتلقين.

وتنوع أشكال المؤسسات الإعلامية، ومرافقتها لأفراد المجتمع في مختلف الأوقات والأماكن بعكس المؤسسة التربوية.

وغير ذلك من عوامل، مما يستوجب استثمار الإعلام في توجيه شبابنا نحو ما يعود بالخير والنفع على مجتمعنا على الأمد البعيد.

فالأجيال التي تنشأ على متابعة سباقات الأغاني، وتوزيع التحيات الصباحية شرقا وغربا. وإرسال اهداءات الأغاني صباحا ومساء، لن تستطيع أن تقدم شيئا مفيدا لمجتمعها ولوطنها. ولن تستطيع أن تنقل معرفة حقيقية للأجيال اللاحقة، وقد تكون حلقة في سلسلة لا يستطيع أحد أن يتوقع طولها. (علي عبد الفتاح كنعان 2014، ص 11، 13).

## كيف نتعامل مع وسائل الإعلام والاتصال:

في إطار البعد التنقيفي التربوي الخاص بمقارنة وسائل الاتصال في عصرنا الحالي الذي يتميز بمحورية وسائلها الحديثة في حياتنا اليومية، وقبل كل شيء يجب تكوين معرفة عامة حول أنظمة وسائل الاتصال ومعرفة أهمية القراءة النقدية والمتعددة للأحداث التي تغطيها وسائل الإعلام ومنه:

1 - يجب معرفة أن الموضوعية المحضة في وسائل الاتصال لا توجد.

فرسائلها عبارة عن منتجات فكرية بشرية تقدم وجهات نظر ظرفية وتعبر عن نوايا مبطنة أو صريحة ناتجة عن خبرات ومعارف ودوافع خاصة بالصحافيين المحليين، معدي البرامج أو الممولين.

وما ينصح في هذا الإطار هو دعوة الإعلاميين أولاً: إلى بذل الجهد في توخي أكبر قدر ممكن من الموضوعية البشرية.

ثانياً: إلى العمل على عرض الرأي والرأي الآخر خدمة للموضوعية نفسها واحتراماً لعقل الجمهور وتعدد الآراء.

2 - أن الرسائل الإعلامية ( مقال، ومضة اشهارية ، برنامج سمعي بصري....) معظمها ليس بالحيادي، فهي تعد وترسل في سياق معين وبترتيب محدد لفئة أو فئات معينة من الجمهور، تبعاً لأذواق وسلوك الجمهور، والمستهلكين المحددة سلفاً.

وهذا يكون عن طريق استطلاعات الرأي وسبر الآراء، وذلك بغية حملهم على الإقبال على أفكار أو سلع أو خدمات معينة.

وتوظف لإثارة ذلك تقنيات عدة يدوية ومعلوماتية، نفسية وعقلية جد فعالة.

وإن معرفة هذه التقنيات تساعد على التخفيف من سلطة هذه الوسائل علينا وعلى عزل طابعها التجميلي والاصطناعي.



3 – أن وراء وسائل إنتاج وتوزيع الرسائل الإعلامية قوى سياسية واقتصادية ليست غريبة عن طبيعة المواضيع الإعلامية المختارة، أو عن منحنى معالجتها.

مما قد يجعل الإعلامي يضحى بالمستلزمات النظرية للنشر: الأنية ، القيمة الإخبارية المحضة أو مدى خدمتها للمصلحة العامة.....لحساب المكاسب السياسية أو الاقتصادية خاصة.

وقد أدت العوامل الاقتصادية إلى غلبة مظاهر الإثارة الجنسية والمآسي والعنف على محتويات الرسائل الإعلامية من خلال الأفلام وألعاب الفيديو كليبات.....فتلثي أفلام هوليوود مثلا مصنفة في خانة لا ترخص مشاهدتها لمن يقل سنه عن 18 سنة.

4 – أن لنا (كجمهور) الحق والقدرة على التفاعل الإيجابي مع هذه الوسائل بانتقاء ما نستقبله وبتفسير الرسائل الإعلامية تبعا لخصوصياتها الديمغرافية والحضارية وذلك بمحاولة معرفة من يقف وراء هذه الوسائل ، ما هي أولوياتها ، أو ما هي أهم محددات توجهاتها الإعلامية المبدئية والظرفية، فيكون بذلك استهلاكنا لرسائلها استهلاكاً راشداً.

ولتعميم مثل هذه المعارف يجب على المؤسسات التربوية أن تهتم بالتربية على وسائل الإعلام للاستثمار في فئات الشباب (من الابتدائي إلى الثانوي) فتساعدهم على الاستعمال العقلاني والمبدع لمختلف وسائل الإعلام بمحتوياتها المتعددة. (د. فضيل دليو، 2018، ص 41،42).

### وظائف الاتصال الجماهيري:

كشفت الدراسات المتعلقة بالنشأة التطورية والتاريخية للمجتمعات البشرية طبيعة التطور الذي لازم الإنسان والتغير الذي صاحب المجتمعات، فمنذ أن استقرت المجتمعات البشرية وخلال المراحل الأولى من حياة الإنسان البدائي ظهرت أنماط الاتصال، وكما يمكننا أن نطلق عليها كلمة ( وسائل الاتصال) لأنها فعلا كانت الوسائل التي استعان بها الإنسان

للتواصل مع محيطه المحدود، وللتعبير عن اهتماماته واحتياجاته البسيطة واستمرارية بقاءه حيا على سطح الأرض.

إن التطور في الحياة الاجتماعية لازم كل من الإنسان والمجتمعات، وإذا ما تأملنا الأدوات والأساليب التي كان يستخدمها الإنسان في الاتصال بالطبيعة ومع الآخرين ستظهر لنا نوعية الوسائل الاتصالية التي استخدمت عبر حياة البشر ككل ، ووسائل الاتصال المستخدمة آنذاك والتي تعبر بشكل دقيق عن طبيعة الحضارة السائدة.

و كما تعددت وسائل الاتصال الجماهيري في الوقت الحاضر وأصبحت مركزا للاهتمام والدراسة والتحليل من جانب الكثير من المهتمين بها سواء من الجامعات والمعاهد والمراكز البحثية الإعلامية التابعة لوسائل الاتصال الجماهيري ومؤسساتها المختلفة.

و أيضا عن طريق العديد من المنظمات والمؤسسات العالمية، والتي تلعب دورا أساسيا في معرفة الدور الوظيفي لوسائل الاتصال الإعلامي في العصر الحديث.

وبالطبع إن دراسة وسائل الاتصال من ناحية عناصرها ومكوناتها وما يتمثل عموما فيما يعرف بطبيعة بناء وسائل الاتصال والإعلام ، يرتبط به أيضا دراسة طبيعة الوظائف التي تقوم بها هذه الوسائل .

وفي نفس الوقت تظهر دراسة كل من البناء والوظيفة ، كجزء أساسي عند تحليل عملية تقييم لوسائل الاتصال باعتبارها أنساق اجتماعية ترتبط بصورة أو بأخرى بالأنساق الكبرى التي توجد وتتطور فيها بصورة مستمرة.

علاوة على ذلك إن دراسة وظائف الوسائل المختلفة للإعلام و الاتصال تجعلنا نركز على عدد من المفاهيم والقضايا والعمليات التي يعطى لها علماء سوسيولوجيا الاتصال والإعلام أهمية متزايدة خلال السنوات الأخيرة.

خاصة دراسة كل من الأهداف أو الغايات والفاعلية والكفاءة والإنجاز والأداء والصراع، وغيرها من القضايا التي يهتم بها العلماء والمتخصصون.

سنعرض أهم الوظائف التي حددها أقطاب وعلماء الاتصال والإعلام الكلاسيكيين ومنهم العالم " هارولد لازويل" ورائد من رواد الاتصال الجماهيري حيث وضع تساؤلاته الخمس المعروفة حول طبيعة الاتصال وهي:

1 - من المرسل؟.

2 - يقول ماذا؟ الرسالة.

3 - لمن؟ المستقبل.

4 - كيف؟ الوسيلة.

5 - ما التأثير؟ النتيجة.

هكذا يوضح لنا " لازويل" إن طبيعة دراسة وسائل الاتصال - كدراسة علمية - لا بد وأن تركز على دراسة هذه التساؤلات والإجابة عليها.

وذلك من أجل معرفة كل من بناء ووظيفة هذه الوسائل بصورة علمية محددة ومنظمة.

وتتلخص وظائف الاتصال الجماهيري حسب هارولد لازويل فيما يلي:

لقد ركز لازويل على تحديد وظائف عامة وشاملة لوسائل الاتصال والإعلام وذلك في ثلاث وظائف أساسية وضعها في كتابه " تركيب الاتصال ووظيفته في المجتمع"

ونذكر من بين هذه الوظائف ما يلي:

1 - السيطرة على البيئة:

أو بتعبير آخر مراقبة البيئة ، أو رصد البيئة، أو مسح المحيط واستجلائه، أي كما يقول الدكتور عصام موسى : جمع ونشر المعلومات لما يقع في المحيط من أحداث ، وعلى المستويين الداخلي والخارجي.

وتعد هذه الوظيفة الإعلامية تتولى فيها وسائل الإعلام تزويد الجمهور بالمعلومات والأخبار عن الأحداث في العالم بشكل عام.

## 2 – وحدة المجتمع:

أي ربط أجزاء المجتمع من أجل إحداث تجاوب موحد إزاء أحداث المحيط (البيئة) ، وتفسير المعلومات الواردة من البيئة، وتحليلها، وتبيان الموقف الذي يجب أن يتخذ استجابة لها.

وتعد هذه الوظيفة بهذا المفهوم دعائية تتولى فيها وسائل الإعلام الإيحاء للجماهير بالأفكار والمواقف التي يجب أن تتبناها. (عصام موسى، 2009، ص 167).

## 3 – نقل التراث أو الموروث الاجتماعي ونشره:

أي أن ما تقوم به وسائل الاتصال من نقل للمعارف والقيم والتقاليد الاجتماعية من جيل لآخر والتعريف بها فإنما ذلك ينطوي تحت بند الوظيفة التعليمية لوسائل الاتصال وهي وظيفة تعنى بتأهيل الفرد وتنشئته تنشئة متسقة مع أهداف المجتمع ومثله وقيمه الاجتماعية. ويلاحظ أن هارولد لازويل لم يشر إلى وظيفتين من وظائف وسائل الإعلام في المجتمع وهما: الترفيه والإعلان.

ويعلل الدكتور عصام موسى ذلك الإغفال بان لازويل لم يشهد مقدمة العصر الذهبي لوسائل الإعلام ، ممثلاً بظهور التلفاز وانتشاره انتشاراً واسعاً، وقد تنبه لهما ( الترفيه والإعلان) من جاء بعده من الدارسين.

وظائف الاتصال الجماهيري حسب تشارلس رايت:

ومع تزايد الاتجاه نحو التخصص في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري، نجد أن هناك عدد من المفكرين الذين اهتموا بدراسة هذه الوسائل وتحليلها ويعرض خصائصها وسماتها العامة.

ومن أبرز تلك المحاولات أو التصورات في وظائف الاتصال تصور عالم الاجتماع " تشارلز رايت " الذي حدد هذه الوظائف في ثلاث وظائف أساسية وهي:

1 – الاتصال الجماهيري يقوم بمهمة توجيهية إلى جمهور كبير ومتنوع من حيث الأفكار والاتجاهات والميول والانتماءات وذلك بهدف التأثير عليهم بصورة أساسية.

2 – الاتصال الجماهيري عام وعاجل وعابر، بمعنى أن الاتصال يتميز بهذه الخصائص، وذلك من أجل زيادة حجم جمهوره وسرعة توصيل المعلومات أو الرسائل الإعلامية.

كما أنه يتميز بالتغير السريع باعتبار أن هذه المعلومات ترتبط بالأحداث اليومية والحياتية والتي تعتبر نوع من الاستهلاك وإن كانت تحتفظ ببعض هذه المواد والمعلومات مثل الأفلام والكتب وغيرها.

3 – الاتصال الجماهيري منظم بمعنى أن وسائل الاتصال أصبحت لها مؤسسات إدارية وتنظيمية ومهنية وتقوم على مبدأ تقسيم العمل الذي يعد من أهم خصائص النظريات الحديثة في الوقت الحاضر.

كما تختلف مهمة ودور المتخصصين والمهتمين بمجال وسائل الاتصال الجماهيري العصرية عن مهمة الهواة أو الفنانين التقليديين.

وأن كل ذلك لا ينفي أيضا أن القائمين على الوسائل الاتصالية لديهم أيضا القدرة على الإبداع والخلق والتنظيم والتحديث المستمر.

وقد رأى تشارلز رايت أن الاتصال الجماهيري يقوم بوظيفة الترفيه عن الناس أيضا بغض النظر عن النتائج الاجتماعية المترتبة عن ذلك.

### وظائف الاتصال الجماهيري حسب ولبور شرام:

ويرى شرام أن وظائف الاتصال الأساسية دائما تربط الأفراد والمجتمعات ببعضها البعض ، ولذلك فإن الاتصال الجماهيري برأيه يقوم بالوظائف الآتية:

1 – الإعلام .

2 - التعليم.

3 - الإمتاع.

4 - الإقناع والوصول إلى الإجماع أي اتخاذ القرار.

ويبدو لأول مرة وجود بعض الاختلافات بين المختصين والباحثين حول وظائف الاتصال الأساسية، ولكن حقيقة الأمر أن هذه الوظائف متشابهة في جوهرها ، وإن اختلفت مسمياتها، فاستخدم شرام مثلا وظيفة الإقناع ولم يشر لوظيفة الإعلان ولكن الإعلان هو نفسه قائم على الإقناع ، أي إقناع المستهلك بشراء سلعة معينة.

لقد أصبحت وسائل الاتصال الجماهيري بالنسبة للمجتمعات المعاصرة أكثر من حاجة ضرورية، فيها يتم تماسك اللحمة الاجتماعية، وبها توثق علاقة الحاكم بالمحكوم، ومن خلالها يعبر الناس عن أفكارهم وآرائهم فهي إذن وسائل حيوية للرأي العام. وهي تقوم أيضا بوظيفة الاتصال السياسي داخليا وخارجيا، فهي تنقل عبر الحدود مآثر الشعوب وتجاربها وقيمها وثقافتها.

### وظائف الاتصال حسب لازار سفيلد وروبرت:

يشير عالمان من علماء الاجتماع، وهما بول لاوار سفيلد وروبرت ميرتون إلى وظيفتين آخرين تضافان إلى الوظائف الثلاث التي حددها هارولد لازويل ( مراقبة البيئة ووحدة المجتمع ونقل التراث) إضافة إلى وظيفة الترفيه والإعلان اللتين أضافهما علماء آخرون فإن لازار سفيلد وروبرت أضافا وظيفتين آخرين هما ( منح المنزلة وفرص الأنماط الاجتماعية أو الاستقامة).

ويقصد العالمان بمنح المنزلة أن في ذكر اسم شخص في أي مجتمع في نشرات الأخبار مدعاة لرفع مكانته وإضفاء نوع من الجاه ( البريستيج) عليه ، فلان تسلط عليه الأضواء بمعنى أن المجتمع يمنحه منزلة عليا في نظر الشعب.

## وظائف وسائل الاتصال حسب لجنة ما كبرايد - اليونسكو:

- 1 - الإعلام.
- 2 - التنشئة الاجتماعية.
- 3 - التحفيز.
- 4 - المناقشة والحوار.
- 5 - التعليم.
- 6 - التثقيف.
- 7 - الترفيه.
- 8 - التقارب الاجتماعي. (كامل خورشيد مراد ، 2011 ، ص 232، 225).

## وظائف وسائل الاتصال حسب موريس جانوفيتز:

حاول موريس جانوفيتز وهو من كبار العلماء المهتمين بدراسة الاتصال إن يحدد أهم وظائف الاتصال الجماهيري، فذكر ثلاث وظائف أساسية هي:

نقل تراث المجتمع من جيل لآخر، وجمع المعلومات التي تساعد على مراقبة البيئة والإشراف عليها، ثم المساعدة على ترابط مختلف أجزاء المجتمع في وجه التغيرات الهائلة التي تطرأ على تلك البيئة.

وقد تبدو هذه الوظائف غريبة بعض الشيء، أو على الأقل غير مألوفة للكثيرين ممن يتصورون أن لوسائل الاتصال الجماهيري وظائف وأهدافا أخرى غير هذه، مثل الدعاية السياسية والترويج للمذاهب والإيديولوجيات والأفكار المتعلقة بنظام الحكم القائم.

أو حتى الترويج لأنواع معينة من النشاط الاقتصادي عن طريق الإعلان، وذلك فضلا عن توفير بعض مواد التسلية والترفيه الراقية المفيدة.

وربما كانت هذه الوظائف الثلاث التي ذكرها جانوفينز هي في نظره " الوظائف النهائية" أو الوظائف العليا التي ينبغي لوسائل الاتصال أن تعمل على تحقيقها في آخر الأمر،

إلا أن اختلاف وجهات النظر وتعددتها حول هذا الموضوع خليق بأن يكشف لنا عن مدى أهمية الاتصال الجماهيري في حياة الفرد والمجتمع.

بل تتنوع وتتباين المجالات التي يمكن أن يفيد فيها، وهذا كله يعني في آخر الأمر أن أية محاولة لدراسة الاتصال الجماهيري يجب أن تعطى كثيرا من الاهتمام لدراسة وفهم النظم التي تصوغ عمليات الاتصال، والسياسات التي تهدف إليها، والآثار المترتبة عليها، ومدى اقتناع الجماهير بما يقدم لهم من مواد ومعلومات.

وهذه مسألة لها أهميتها بغير شك، ويعطيها الدارسون لمشكلات الاتصال الجماهيري ما تستحقه من عناية.

نظرا لما تتعرض له مادة الاتصال ذاتها من تشويه وتحريف، وتأويلات مفروضة في كثير من الأحيان.

وهذا إلى جانب تدخل بعض نظم الحكم تدخلا سافرا في تحديد المادة التي يمكن توصيلها وفرض قيود على مناقشة مشكلات ومسائل معينة.

وقصر المناقشات على الموضوعات التي لا تشكل خطرا على كيان السلطة الحاكمة.

لقد ذكرنا من قبل أن المجتمعات المختلفة عانت الشيء الكثير في كل مراحل التاريخ من مختلف صور وأشكال الرقابة على الاتصال.

ولا تزال الرقابة تفرض على وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمع الحديث، وتتخذ هذه الرقابة أشكالا متجددة دائما.



ولا يشذ عن ذلك حتى تلك المجتمعات التي تزعم أنها بلغت الذروة في إتاحة الفرصة للتعبير عن الرأي في حرية مطلقة ودون أية قيود.

ويمكن إدراك مدى خطورة الرقابة وانتشارها إذا نحن اعتبرنا الاتصال الموجه نوعا من الرقابة المستترة التي تضي عليها السلطات الحاكمة طابع الشرعية.

إذ عن طريق هذا التوجيه يمكن لتلك السلطات أن تتدخل في كل وسائل الاتصال الجماهيري بل وفي نظام التعليم الرسمي وتوجيهها كلها وجهات معينة بالذات تخدم أهدافا محددة تتفق مع أهداف ومصالح تلك السلطات ذاتها.

والفرد العادي يتعرض في حياته اليومية لهذا النوع من الاتصال الموجه الذي يؤثر بالتأكيد بطريقة أو بأخرى في تشكيل تفكيره وسلوكه وقيمه.

بل الأكثر من ذلك هو انه حتى في الحالات التي لا تخضع فيها المعلومات أو مواد الاتصال الجماهيري لأي توجيه متعمد يؤدي إلى تشويه الحقيقة وتحريفها.

فإن هذه المعلومات كثيرا ما يطرأ عليها بعض التغيير والتلوين غير المقصود في أثناء عملية النقل أو التوصيل، ويتوقف حجم هذا التشويه:

1 – على قدرة الشخص أو الأشخاص الذين يقومون بعملية النقل والتوصيل الإرسال على استيعاب المادة وفهمها فهما صحيحا دقيقا، ثم على الأسلوب الذي يتبعونه في الاتصال والتوصيل ومدى كفاءتهم وقدراتهم على استخدام أداة الاتصال اللغوية سواء أكانت مكتوبة أو منطوقة أو حتى لغة صامتة ( الإشارات والحركات والإيماءات وما إليها).

2 – على الشخص المستقبل ذاته وقدرته على استيعاب الرسالة مادة الاتصال وتتبعها بدقة ومدى اهتمامه بها وقدرته على تأويلها بطريقة سليمة.

هي عملية تتأثر بتجربته السابقة وخلفيته الثقافية العامة، بل وأيضا خلفيته في المجال الخاص الذي تنتمي إليه تلك الرسالة والمعلومات التي تتضمنها ، ثم باهتمامه الشخصي بهذا النوع من المعلومات بالذات.

ولكن مع التسليم بأهمية الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال الجماهيري أو الاتصال الجماعي في حياة الفرد والمجتمع، فإن الكثيرين من العلماء الذين درسوا أثر هذه الوسائل دراسة عقلية يرون أن ثمة شيئاً غير قليل من المبالغة والمغالاة في تقدير هذا الدور.

لاسيما حين يصل الأمر إلى تأثيرها في المعايير الأخلاقية والاتجاهات والقيم السلوكية والدينية، بل إن بعض هؤلاء العلماء يشككون في قدرة هذه الوسائل على خلق انطباع عام أو صورة معينة لدى الجماهير عن القادة والزعماء السياسيين أنفسهم الذين يسخرون تلك الوسائل لخلق صورة مثالية لهم في أذهان الناس.

إن نجاح وسائل الاتصال الجماهيري في ذلك هو نجاح محدود نسبياً أو على الأقل هو أضعف وأهون وأكثر ضلالة مما يعتقد الكثيرون، والواقع أن عدداً من كبار علماء الاتصال من أمثال لاسويل وهوفلند عملوا على دراسة أثر الاتصال من أثر الاتصال الجماهيري على قطاعات كبيرة من الناس في عدد من المجتمعات المحلية في أمريكا بالذات.

وقد استمرت هذه الدراسات مدة طويلة من الزمن تقرب نصف قرن، وقد انتهى معظمها إلى نتائج عكسية تماماً، إذ تبين منها أنه لا توجد شواهد مؤكدة تثبت فاعلية وعمق هذه التأثيرات على الناس.

وهذه في حد ذاتها نتائج طيبة، لأنها تعني أن الجماهير لا تتقبل كل ما يقدم إليها بغير مناقشة أو نقد ورفض، وإن كان هذا لا يعني في الوقت ذاته إنكار كل تأثير لتلك الوسائل على الناس. (د. عبد الرزاق محمد الدليمي ، 2012، ص 145).

## المحاضرة التاسعة+العاشرة:

### وظائف وسائل الاتصال ومسؤولياته

#### تمهيد:

تكلمة للمحاضرة السابقة التي تناولنا فيها وظائف الاتصال الجماهيرية سنتطرق إلى وظائف وسائل الاتصال ومسؤولياته نحاول معرفة وظائف وسائل الاتصال والإعلام الحرة ومعرفة وظيفة جميع وسائل الاتصال بصفة عامة وبعض الوظائف الأخرى لوسائل الاتصال كالتفاوض والتنمية وكذا قطاع الخدمات وتبيان مسؤولية الإعلام والتزاماته نحو المجتمع.

## وظائف وسائل الاتصال الحرة:

وتمارس وسائل الاتصال الحرة مهمتين أساسيتين:

1 - مهمة رقابية على الحكومات.

2 - مهمة توعية الناس حول القضايا التي تؤثر في حياتهم.

لقد تنبه قادة كثيرون إلى خطورة الإعلام وما يمكن أن يقوم به في المجتمعات وها هو الرئيس الأمريكي توماس جفرسون يصف هذا الأمر على أحسن وجه قبل مائتي عام قائلا: " الضمانة الوحيدة قبل أية ضمانات أخرى هي الصحافة الحرة".

وقال جفرسون أيضا في عام 1823 " إن قوة الرأي العام لا يكمن مقاومتها عندما يسمح لها بالتعبير بحرية، فالاضطراب الذي تحدثه يجب الامتنال به، وهو ضروري لكي تبقى المياه صافية".

وأصبحت دول العالم المتطورة في عصرنا الحاضر تعتمد على ثلاثة أركان أساسية في بنائها وهي ( السياسة، والاقتصاد، والإعلام).

ومما ضاعف تأثير وسائل الإعلام على بناء شخصية الإنسان هو تداخل وظائفها مع جميع طبقات المجتمع لما تقدمه من معلومات عبر مساحات كبيرة وعلى مدار الساعة من خلال مختلف وسائلها وتسهم هذه الوسائل في بناء القناعات والاتجاهات والمعتقدات عند الفرد وكذلك التأثير على التنشئة الاجتماعية التي تؤثر بدورها على بناء الإنسان الفكري والاجتماعي والنفسي.

تختلف وسائل الاتصال من حيث تأثيرها على الإنسان فهو إما يكون بطريقة مباشرة من خلال برامج ذات اتجاهات واضحة يفهمها المتلقي أو يكون تأثيرها بطريقة تراكمية

عبر الامتداد الزمني الذي يساهم بدوره برسم صورة عن الأشياء والأشخاص من حولنا وكذلك التأثير في اتجاهاتنا وسلوكياتنا حيال الواقع المحيط بنا.

## وظائف وسائل الاتصال في التنمية:

إن كان الاهتمام بتنمية المجتمعات المتخلفة قد بدأ منذ نهاية الحرب العالمية الثانية فغن الاهتمام بدور وسائل الاتصال الجماهيري لم يبدأ إلا متأخرا منذ أواخر الخمسينات من القرن العشرين الماضي.

وقد مرت النظرة لأهمية هذا الدور بمراحل متعددة:

– مرحلة الإهمال.

– مرحلة المبالغة.

– مرحلة التوازن.

### **1 – مرحلة الإهمال:**

وخلال المرحلة الأولى التي استغرقت فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية وحتى نهاية الخمسينيات من القرن العشرين الماضي أهملت فعالية وسائل الاتصال الجماهيرية في التنمية فلم تطرح جوانب الاتصال المختلفة ضمن نماذج التغيير الاجتماعي حتى ذلك التاريخ. إذ لم تكن نظريات التغيير الاجتماعي السائدة تعير موضوع الاتصال أهمية خاصة حيث كانت النظريات الاقتصادية تؤكد تراكم المال والنمو والاستثمارات والإدخار كمدخل للتنمية.

وتناولت النظريات السياسية عوامل السلطة والعلاقة بين الفئات الاجتماعية المختلفة والتنمية والقيادة في المجتمع.

في حين ركزت النظريات النفسية حول حاجة الفرد إلى التغيير وتبني الاتجاهات والقيم الجديدة الملائمة للتنمية.

## 2 - مرحلة المبالغة:

منذ أوائل الستينات من القرن العشرين الماضي بدأت المرحلة الثانية وهي مرحلة المبالغة في دور وسائل الاتصال الجماهيرية في التنمية ونمت التنمية القومية نموا سريعا في الإنتاجية الاقتصادية.

ودور وسائل الاتصال الجماهيرية فيما هو تعبئة الموارد البشرية، وذلك من خلال إحلال قيم واتجاهات وسلوكيات جديدة محل القيم والاتجاهات والسلوكيات القديمة بهدف زيادة الإنتاجية.

## 3 - مرحلة التوازن:

وقد أثبتت الدراسات ذاتها من اعتقاد ثابت قدرة وسائل الاتصال الجماهيرية على الإسهام بشكل فعال في التنمية، وفرقت مرحلة التوازن بين دور كل من وسائل الاتصال الجماهيرية ووسائل الاتصال التقليدية على أساس أن لكل منها قدرات خاصة وأن تحقيق التنمية يحتاج إلى مزايا كل منها.

فطبيعة ووظائف وسائل الاتصال الجماهيرية في كل من المجتمعات النامية والمتقدمة ليست واحدة فهناك اختلافات عديدة وضعت موضع الفحص والمراجعة بواسطة العديد من الباحثين وأهمها:

1 - أن جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية في الدول النامية يعتبر محدودا بالقياس مع المجتمعات المتقدمة.

2 - أن الاعتماد على وسائل الاتصال الإلكترونية لاسيما الإذاعة والتلفزيون أكثر من الوسائل المطبوعة في البلدان النامية لارتفاع نسبة الأمية بينما في الدول الأكثر تقدما تستخدم الوسائل المطبوعة بنسبة أكبر لارتفاع أعداد المتعلمين.

3 - توجد مفارقات واضحة داخل المجتمع النامي الواحد بين معدلات الإقبال على استخدام وسائل الاتصال عند الريفيين من جانب والصفوة الحضرية من جانب آخر.

إن مضمون وسائل الاتصال في المجتمعات النامية أقل جذبا وملائمة لجمهور الريف نظرا لما يحويه من توجيه حضري قوي.

إذ عادة ما يهتم بالأنباء القومية والعالمية وعادة ما تركز هذه الوسائل في المدينة، ولا يحظى الجمهور بتخصص نوعية الوسائل أو الوسائل المتخصصة كما في الدول المتقدمة. (د. عبد الرزاق محمد الدليمي، 2012، ص 249).

### وظيفة الإعلام في التفاوض:

يلعب الإعلام دورا مهما في عملية التفاوض، ويمكن تحديد هذا الدور في النقاط التالية:

الإعلام كمصدر للمعلومات فقد أكدت البحوث الميدانية أن الإعلام هو المصدر الأساسي للقادة السياسيين والدبلوماسيين وكل من لهم صلة بالعملية السياسية في المجتمع.

ويقدم الإعلام لأطراف التفاوض، رؤية أولية للأطراف المشاركة في عملية التفاوض.

الإعلام كأداة: يعد الإعلام أداة من أدوات خلق رأي مساند أو معارض للقضية محل التفاوض أو لطرف من أطراف التفاوض، حيث يلعب دورا مهما في مجال خلق رأي مساند أو معارض لقضية يدور حولها التفاوض وخلق اتجاهات معارضة أو مؤيدة للقضية محل التفاوض أو لأحد أطراف التفاوض.

الإعلام أداة للتفاوض: يمكن استخدام الإعلام كأداة من أدوات التفاوض بأحد الصور التالية:

الصورة الأولى:

استخدامه كأداة من أدوات الضغط.

— ويتم ذلك من خلال تسريب بعض الأخبار والمعلومات التي يود أحد الأطراف أو لا يرغب في نشرها قبل التوصل إلى الاتفاق النهائي.

— من خلال تقديم أخبار كاذبة تمثل إحراجاً لأحد الأطراف المعنية في عملية التفاوض.

— تسريب أخبار عن التوصل إلى نتائج قبل نهاية التفاوض.

الصورة الثانية:

استخدام الإعلام كأداة من أدوات لفرض موقف معين على أحد الأطراف وذلك من خلال دفعه إلى تبني موقف سياسي معين.

الصورة الثالثة:

استخدام الإعلام كأداة من أدوات التلاعب بالمواقف وذلك من خلال تجاهل هذه الحقائق وطرح آراء ومعلومات وأفكار جديدة.

كما هناك إستراتيجية يعتمد عليها التفاوض الدولي عند التعامل مع الإعلام أثناء الأحداث، ونكتفي هنا بذكرها كمفاهيم دون التعرض لتفاصيلها، وهي:

1 - إستراتيجية تجاهل الإعلام.

2 - إستراتيجية الاهتمام بالإعلام.

3 - إستراتيجية التعظيم الإعلامي والضغط على الإعلاميين. (د. علي عبد الفتاح كنعان،

2014، ص 30).

### وظائف وسائل الإعلام في التنمية:

تعتبر العلاقة بين الإعلام والتنمية علاقة وطيدة فالإعلام يساهم بشكل كبير في عملية التنمية الشاملة السياسية والاجتماعية والاقتصادية ويتطور ليواكب تطور كافة قطاعات المجتمعات العربية، وتعتبر الدول العربية دولا نامية وهي بأمس الحاجة إلى هذا التطور لتوفير الأمن الاجتماعي وتحسين مستوى معيشة الشعب وتحقيق أهدافه.



وأثبتت التجارب أن النمو السكاني والاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي يسير جنباً إلى جنب في كل دول العالم

ويثري ثقافتهم وينقل إليهم وجهات النظر الأخرى للاستفادة منها في خدمة مسيرة التنمية القومية في الحاضر والمستقبل.

تواجه المؤسسات الإعلامية على اختلاف أنواعها تحدياً كبيراً لدعم مسيرة التنمية الشاملة فهي تتطلب فناً وبراعة إعلامية ومتخصصين في الحقول الإعلامية المتعددة للحصول على المخرجات العظيمة.

يمكن أن تقدم نفعاً للأمة الإسلامية بأسرها في كافة الحقول من زراعة وصناعة وتجارة وثقافة وأمن اجتماعي، وهذا بالتالي ينعكس على الأمن العربي ويديم أمنه واستقراره.

يعتبر الإعلام العربي وسيلة من وسائل التعبير الرئيسية التي تعبر عن تطلعات وأهداف التنمية وتوفر لها البيئة الملائمة.

لأن التنمية تهدف إلى خدمة الإنسان وتوفر له الظروف المناسبة للعيش الكريم وبالتالي لا بد للإعلام من أن يأخذ دوره في مسيرة التنمية والإصلاح للوصول إلى المقاصد والغايات التي نطمح كعرب للوصول إليها.

### وظيفة الإعلام في تطوير قطاع الخدمات:

أولت المؤسسات الإعلامية العربية اهتماماً بارزاً بهذا المجال انطلاقاً من كونها قطاعات خدمتية تهتم بكافة المواطنين وقد اتجهت معظم وسائل الإعلام العربية سياسات إعلامية تأخذ الأمور بكافة دقائقها وتحدد نقاط القوة في كافة المؤسسات وتدعمها وتبين نقاط الضعف وتسلط الضوء عليها للحد من سلبياتها.

وضمن أسس مدروسة لكي تقوم هذه المؤسسات بالأدوار الريادية المطلوبة بشكل فاعل

بحيث تسهم في تلبية حاجة المجتمعات بكافة شرائحها.

وقد حدد د. عاطف عودة أهداف الإعلام التنموي على النحو التالي:

- 1 - تحديد حاجات الناس ومنحهم شرعية سياسية التعبير عن تلك الحاجات بما يخدم تنمية مجتمعاتهم.
- 2 - تزويد جميع مستويات المجتمع بروابط اتصالية أفقية ورأسية ، وتدخل ضمن ذلك تنمية أساليب الاتصال التقليدية لدى المجتمع.
- 3 - دعم الثقافة القديمة للمجتمعات العربية عبر وسائل الإعلام الجماهيري.
- 4 - العمل على رفع الوعي لدى الناس بمشاريع وفرص التنمية.
- 5 - العمل على تعزيز الاتجاهات والدوافع التي تساهم في التنمية.
- 6 - التزويد بالمعلومات المناسبة التي تحتاج إليها عملية التنمية في جميع مراحلها.
- 7 - تدعيم التنمية الاقتصادية من خلال إيجاد روابط اجتماعية.
- 8 - توفير الدعم لبعض المشاريع التنموية والخدمات الاجتماعية.(د. عبد الرزاق محمد الدليمي، 2012، ص 273).

### وسائل الإعلام سلاح ذو حدين:

وقد أضحى الإعلام في يومنا هذا قوة لها أبعادها الاجتماعية بمقدار ما لها من قوة سياسية واقتصادية وثقافية، فوسائل الإعلام اليوم تنقل إلينا المعلومات والآراء والأفكار والاتجاهات ومن خلال نشاطها الاتصالي يتم نقل العادات والتقاليد ، ويتم تعزيز القيم السائدة في المجتمع. وقد تقوم أيضا بهدم قيم وخلق قيم جديدة، وهكذا غدت وسائل الإعلام سلاحا ذو حدين هما:

## أولاً: قوة إيجابية:

وتكون داخل المجتمع تعمل على تماسكه، وتدعيم بنائه، كما تعبر عن قضاياها وتكشف عن ألوان الفساد والمحاباة والانحراف، وتساهم في دفع عجلة التنمية فيه.

## ثانياً: قوة سلبية:

إذ لم يحسن استخدامها وذلك أنها قد تعمل على تغريب المجتمع، وتفتيته، وتحطيم معنوياته وتشويه شخصيته، الوطنية بغرس قيم غريبة فاسدة، وبتقديم صور من النماذج الغربية للاحتذاء بها.

ولقد تبين علمياً أن وسائل الإعلام تساهم إيجابياً أو سلباً في تكوين عقول الشباب واتجاهاتهم. وذلك كله مرهون بشروط العلاقة القائمة بين الرسالة الإعلامية والجمهور الإعلامي الذي يشكل لحمته وسداه.

ويمثل الشباب الشريحة الإعلامية التي تمر في طور التكوين، وهذا يعني أنها الشريحة الإعلامية التي تخضع بدرجة أكبر لتأثير الرسالة الإعلامية التي تعمل على تكوين عقولهم واتجاهاتهم وقيمهم.

ومن هنا نستنتج أن وسائل الاتصال الجماهيرية وفي مقدمتها التلفزيون ذات ثقل جماهيري كبير في المجتمع.

لا يمكن إغفال هذا الدور الكبير للتلفزيون أو التغاضي عنه، بل يجب متابعة ورصد مضامين برامجها بما تحتويه من قيم سلبية وإيجابية، وذلك للحد من القيم السلبية ودعم وإعلاء القيم الإيجابية. (د. عبد الرزاق محمد الدليمي، 2012، ص 283).

## مسؤولية الإعلام والتزاماته:

1 – تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة والمصادقية المتعلقة بالشؤون العامة وإظهار الحقيقة، والكشف عنها، بموضوعية وصدق وإنصاف، ولتحوز على ثقة الجمهور فلا بد لها ما يلي:

أ – التأكد من صحة الأنباء والمعلومات التي تقدمها للجماهير وصدق تلك الأنباء ودقتها.

ب – أن تحافظ على الحياد عندما تعالج القضايا الجدلية ويتم ذلك بإظهار وجهات نظر مختلف القطاعات.

ج – أن تختار من الأنباء والقضايا التي تتعلق بالجمهور وتهمه وتخدمه.

د – أن تقدم لجماهيرها تحليلات للأنباء والأحداث تتصف بالذكاء والمعرفة وتكشف عن التضلع في الشؤون العامة والحيوية.

2 – الإعلام مسؤول تجاه القيم الاجتماعية ، فلكل مجتمع قيم وطنية وقومية وتراثية وتنموية وأهداف سامية مختلفة.

3 – الارتقاء بالذوق العام.

4 – البعد الأخلاقي للاتصال الجماهيري أيضا وظيفة أخلاقية إذ أنه يدعم السيطرة الاجتماعية على أفراد المجتمع الجماهيري، وذلك بعرضه للسلوك المنحرف أمام أنظار الجميع.

## مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع:

يمكن إجمال مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع كما يلي:

1 – الدفاع عن الحريات العامة:

توجد علاقة قوية بين حرية الإعلام وحرية المجتمع، عن الحريات العامة للمواطنين يشكل أساسا لمسؤولية الإعلام نحو المجتمع.

## 2 – حرية العقيدة:

العقيدة : لغة مشتقة من العقد وهو الربط والإبرام والإحكام، والعقيدة هي المعلومات التي ارتبطت بالقلوب وترسخت في الأنفس.

فما يوجد في ذهن الإنسان من معلومات لا يسمى عقيدة ما لم يتأكد منه ويقطع به ويعقد عليه قلبه، وفي الاصطلاح : هي الأمور التي يجب أن يصدق بها القلب ، وتطمئن إليها النفس ، حتى تكون يقينا ثابتا ، وتعد حرية العقيدة من أهم الحريات العامة.

## 3 – حرية الفكر:

الفكر هو أعمال العقل بالمعلوم للوصول إلى المجهول، وهي الثمرة التي تنتج عن عناية التفكير.

## 4 – حرية الرأي والتعبير:

وهي أساس حرية الصحافة، وهي حق للأفراد والمجموع، فهناك من يرى أن المجتمعات تقيد حرية الرأي والتعبير ( المجتمعات الشمولية والديمقراطية) ولكن الفرق يكون في أساليب تقييد الحرية.

## 5 – حرية الصحافة:

استخدم الصحفيون هذه المقولة حجة لرفض الموائيق الأخلاقية، ولكن من الضروري أن تنص موائيق الشرف على حرية الصحافة فالحرية والأخلاقيات متلازمتان إن الحرية مسؤولية وليست فوضى.

أما الأخلاقيات هي التي تحدد هذه الحرية وتحكمها.

## 6 – حق الجمهور في المعرفة:

أشارت لجنة ماكبرايد إلى أهمية المعرفة، وكيف أن وسائل الإعلام أصبحت تشكل محور الارتكاز الاقتصادي في العام وتشكل المناخ السياسي .

فالعبرة ليست في كمية المعلومات التي يتلقاها الجمهور بل بنوعية المعلومات التي يجب أن تزيد من قدرات الإنسان الثقافية والتحليلية والإبداعية والنقدية.

7 - حماية حق الجمهور في الحصول على المعلومات:

ينبع هذا الحق من حق المعرفة، وهو حق عام للمواطنين يجب أن يمارسوه بأنفسهم.

فوسائل الإعلام هي من تمكن المواطنين من الحصول على المعلومات كما هو معروف

إن المعلومات التي تسيء للاحتكارات والهيمنة الإعلامية ، وتمس مصالح المالكين والمتحكمين بالإعلام لا تنشر ، والطريف بالأمر أن الشعار الذي يرفعه بعض الإعلاميين يقول: لا تعض اليد التي تطعمك.

8 - حق وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات ونشرها:

إن النص على هذا الحق في المواثيق الأخلاقية له أهمية كبرى ذلك أن الحماية الدستورية والقانونية للحق تظل حماية نظرية ولاشك في أن تضامن الصحفيين لحماية هذا الحق يمكن أن يحول الحق النظري المقرر بالدستور إلى حق قابل للحياة في الواقع.

إن حق الحصول على المعلومات يتقيد أثناء الحروب، حرب الخليج مثلا بالنسبة للصحفيين الأمريكيين.

كانت حرب الخليج أكبر في التاريخ فرضت فيها الرقابة على إخبارها وكان رد فعل الصحافة ضعيفا جدا.

9 - التغطية الشاملة والمتكاملة للأحداث:

هناك تهديد يواجه الصحافة المطبوعة من جانب الانترنت وهو الفورية في تغطية الأحداث، لذلك كان على الصحافة والإذاعة والتلفزيون أن تنتهياً لمواجهة التحدي الكبير.

إن الخدمة التي ستقدمها الصحافة والإذاعة والتلفاز للجمهور هي : تفسير الأحداث وتحليلها ودعوة الجمهور للمشاركة في التعليق على الأحداث وإبداء وجهة نظرهم بها.

10 – تعددية مصادر المعلومات وتنوعها:

إن التنوع الإعلامي حق للمجتمع وللمواطنين، ولتحقيق التعددية والتنوع في مجال الإعلام فلا بد أن تتحقق الحرية الكاملة للمواطن في الاختيار الحر للوسائل الإعلامية التي يستخدمها للحصول على المعلومات والآراء والأفكار لذلك فإنه كلما ازداد عدد الوسائل الإعلامية المتاحة أمام الجمهور، وتنوع المضمون الذي تقدمه زادت حرية المواطنين في الاختيار الحر.

11 – نوعية المعلومات المقدمة للجمهور:

وسائل الإعلام مطالبة بالمحافظة على معايير الجودة المعايير من خلال مناظير ثقافية مختلفة، توقع هوكسلي في كتابه عالم جديد شجاع أن الناس سوف يضحكون بدلا من أن يفكروا وهم لا يعلمون على ماذا يضحكون.

فيبدو أن التسلية بحد ذاتها أصبحت أداة سياسية لمنع الناس من التفكير من خلال ضخ الثقافة الهابطة والمعلومات الرديئة التي تدور حول الجنس والجريمة لتحقيق مزيدا من الأرباح ، وبلا أدنى شك فإن من مسؤولية وسائل الإعلام

والإعلاميين تحسين المنتج الإعلامي المقدم للجمهور. (د. كامل خورشيد مراد، 2011، ص 232).

## المحاضرة الحادية عشر+الثانية عشر:

### ماهية الإعلام الجديد

#### تمهيد:

تجدر الإشارة إلى ماهية الإعلام الجديد، و معرفة ما المقصود بالإعلام الجديد ودراسة أنواعه وتصنيفاته، وخصائصه وكل عنصر نتناوله بالتحليل والدراسة.



## ماهية الإعلام الجديد:

-يمثل الإعلام الجديد منظومة تواصلية جديدة تقوم على وسائط و مضامين و نماذج اقتصادية مستحدثة، فإذا كان الانترنت يمثل الوسيط الإعلامي السادس الذي تعتمد عليه المؤسسات الاقتصادية في استراتيجياتها الاتصالية (بعد الإذاعة و التلفزيون و الصحافة و السينما و المعلقات Affichage) فهو بالنسبة للإعلام منظومة رابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث أي الصحافة المكتوبة و التلفزيون و الإذاعة إضافة إلى الهاتف الجوال كمنظومة خامسة في طور التشكل تتأسس بدورها على نماذج تحريرية و اقتصادية مخصصة.

\_كما يستخدم المفهوم ذاته لوصف البيئة الإعلامية التي تدمج بين الإعلام التقليدي من جهة و الإعلام الرقمي من جهة أخرى.

\_هو مجموعة النشاطات التي تدمج بين التكنولوجيات الحديثة و التفاعل الاجتماعي، و صناعة المحتوى مستعملة الذكاء الاجتماعي في جو من التعاون على الشبكة، حيث يقوم المستخدمون سواء كانوا أفرادا أو جماعات، بصناعة محتويات الويب و تنظيمها و فهرستها تعديلها، و التعليق عليها و دمجها مع إبداعاتهم الخاصة.

\_يعتمد الإعلام الجديد على العديد من التطبيقات كالمدونات و الويكي و منصات مشاركة الصور و مشاركة الفيديو، و الشبكات الاجتماعية و علامات تداول المواقع و العوالم الافتراضية و التدوين المصغر غيرها من التطبيقات.

## الأشكال الرئيسية للإعلام الجديد:

تتمثل أهم أشكال للإعلام الجديد في:

### 1 الشبكات الاجتماعية:

هي مواقع تسمح للمستخدمين بامتلاك صفحة شخصية، و نشر ما يرغبون من مضامين (صور، تسجيلات، نصوص...) و قد تزايد استعمال هذه المواقع بشكل مذهل، ففي دراسة أعدها "ديوان الاتصالات البريطاني" تؤكد نموها السريع و انتشارها الحالي يشير الى انها تقنيات الاتصال السائدة حاليا للكثير من الناس، الى درجة أن من لا يملك صفحة خاصة يبدو منعزلا عن العالم، كما تقول **Danah Boyd** من لا يوجد على صفحات الماي سبائيس فهو موجود، و تذكر بعض الأرقام انه "من بين 50 موقعا أكثر زيارة نجد 10 مواقع للشبكة الاجتماعية".

### 2 مواقع الويكي (Wiki):

و هي مواقع للتحرير الجماعي التشاركي، تمكن كل فرد من الكتابة و النشر و تعديل مضامينها و مقالاتها عبر إضافة أشياء أخرى، فالويكي موقع نشيط يمكن لأي زائر إن يغير صفحاته حسب رغبته، و يكتب ما يشاء من معلومات و أخبار.

و من أشهر مواقع الويكين موقع ويكيبيديا (Wikipedia) التي أسسها (Jimmy Wales)، و استطاعت أن تحقق نجاحا بعد ثلاث سنوات من إنشائها، و يقدر مؤسس الموقع عدد المشاركين بانتظام حوالي 1000 مشارك منتظم، و عشرات الآلاف من المشاركين غير المنتظمين، كما أطلق (Wikinews) في 2004 من قبل ويكيبيديا.

و من أشهر مواقع الويكي أيضا نجد موقع ويكيليكس (Wikileaks)، الذي كان في بداية تأسيسه عام 2006 يتيح للمستخدمين إمكانية النشر و التعديل، و بعد ذلك اعتمد نموذج

النشر المركزي الذي تسييره هيئة تحرير، و هو متخصص في التسريبات الأمنية من أطراف مجهولة.

### 3\_ منتديات المحادثة الالكترونية:

يقصد بالمحادثة الالكترونية كل حوار، نقاش، أو حديث يتم بين شخصين أو بين مجموعة أشخاص بواسطة التقنيات الالكترونية المختلفة عبر شبكة الانترنت، و تشمل تقنيات لا تزامنيه مثل القوائم البريدية ((Mailing lists) و مجموعات الأخبار (news groups) و لوحات الإعلان (bulletin boards) و تقنيات تزامنيه، مثل غرف الدردشة ( chat rooms) و منتديات النقاش (Forum discussions) و غير هذه الفئات يلتقي عدد من المتحدثين ينتمون إلى مجتمعات مختلفة، من حيث الديانة و الثقافة.

### 4\_ المدونات الالكترونية: ( blog )

و هي كلمة اشتقت من كلمتين اثنتين هما «log» و«web» ، و قد وضع هذا المصطلح الكاتب الأمريكي (John barger) في ديسمبر 1997، للإشارة إلى المواقع التي تمكن الأفراد من نشر آرائه من و يقصد بها كذلك الموقع الالكتروني الذي يحتوي الذي يحتوي على عناصر و مواد منشورة وفق ترتيب كرونولوجين و يتضمن نصوصا، صورا، و أفلاما مرئية أو مسموعة، و يمكن لأي زائر أو قارئ أن يبدي تعليقا حولها.

### 5\_ مواقع بث تسجيلات الفيديو:

تعتبر بمثابة خزان يحتوي على أعداد كبيرة من التسجيلات، التي ينجزها المستعملون و يبثونها، و من أبرز هذه المواقع، موقع يوتيوب Youtube، و تشير بعض المصادر إلى أن هناك 100 مليون فيديو تتم مشاهدتها يوميا عبر يوتيوب، كما يتم إنزال 13 ساعة من التسجيلات كل دقيقة.

و في سنة 2010 فاق عدد التسجيلات المشاهدة 02 بليون، و يتم بث 24 ساعة تسجيل كل دقيقة، كما أن ما نشر من تسجيلات غير الموقع في 60 يوما يفوق ما تنتجه أكبر ثلاث شبكات أمريكية في 60 سنة. و تشير مصادر أخرى إلى أن 700 مليار فيديو تم نشرها في 2010. أما موقع (Dailymotion) فقد تمت مشاهدة مليار فيديو شهريا، و اشتهر كذلك موقع (Myvideo) المملوك من طرفة شركة غوغل (Google).

### تصنيفات الإعلام الجديد:

يضع ريتشارد ديفيز Richard Davis و ديانا أوين Diana Owen الإعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع هي: الإعلام الجديد بتكنولوجيات قديمة، و الإعلام الجديد بتكنولوجيات جديدة و الإعلام الجديد بتكنولوجيات مختلطة.

### النوع الأول:

يعود إلى مجموعة الأشكال الصحفية في الإذاعة و التلفزيون و الصحف و يشيران إلى راديو و تلفزيون Talk show و المجلات الإخبارية مثل 60 Minutes و برامج الأخبار الحية Live shows و البرامج المسائية مثل Night Line و برامج الصباح المعروفة، مثل صباح الخير أمريكا Good Morning American و برامج التابلويد. مثل Inside Edition الشبيهة بصحافة التابلويد الورقية. و يشمل التجديد في حالات أخرى برنامج أوبرا Oprah Winfrey و قنوات مثل أم تي في MTV المتخصصة في الموسيقى.

### النوع الثاني:

الكومبيوتر و هي الوسائل التي مكنت من إنفاذ حالة التبادل الحي و السريع للمعلومات،

### أما النوع الثالث:

إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة: فيه تزول الفوارق بين القديم و الجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية Artificial، و كذلك تبادل للمنافع بين الإعلام القديم و الجديد.

### خصائص الإعلام الجديد:

التغيرات الحالية التي تعيشها تكنولوجيا الإعلام هي التغيرات الرئيسية الرابعة من نوعها في العصر الحديث، وذلك عقب اختراع الطباعة وبشكل رئيسي للطباعة البخارية السريعة والتي جعلت توزيع الصحف والمجلات والكتب للعموم حقيقة واقعة (1833) ومن بعدها اختراع الراديو (1920) ثم التلفزيون (1939).

التغير الذي نشهده اليوم يعتمد على استخدام الكمبيوتر في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات والتسلية، هذه الخاصية وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة.

وهي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلاميين القديم والجديد، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل وما بعد التفاعل.

والتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين.

هذه الخاصية أضافت بعدا جديدا هاما لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة

أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدونها متى أرادها وبالشكل الذي يريده.

في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار، مثلاً.

ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا.

وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية، وتعتبر هذه المرحلة انقلاباً على نموذج الاتصال التقليدي، حيث أصبح بمقدور الفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل فقط، وفق النموذج الاتصالي القديم.

بالإضافة إلى ذلك فإن الإعلام الجديد يتميز أيضاً بالخصائص التالية:

– تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.

– تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت أيضاً إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل.

– خاصية أخرى هامة لتكنولوجيا الإعلام الجديد هي أنها جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلا جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالانترنت أن يصبح ناشرا وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم.

– الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط حيث أنه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن على مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة.

– تفتت الجماهير ويقصد به زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعا بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.

#### – غياب التزامية:

ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريد.

#### – الانتشار وعالمية الوصول:

ويقصد بالانتشار شيوعه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريبا إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.

#### – قابلية التواصل:

بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى. (علي عبد الفتاح كنعان، 2014، ص 163، 166).

## قائمة المراجع:

- 1 - ماجد نعمان الخضري، " التربية الإعلامية "، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2022، الطبعة الأولى، الأردن.
- 2 - عصام سليمان الموسى، " المدخل في الاتصال الجماهيري " ، إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة السابعة، 2012 ، الأردن.
- 3 - فواز منصور الحكيم، " سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري " ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ، 2011، الأردن.
- 4 - فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي، " مدخل لعلوم الاتصال والإعلام (الوسائل، النماذج ، والنظريات) " ، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2017، الأردن.
- 5 - زهير إحدادن ، " مدخل لعلوم الإعلام والاتصال "، ديوان المطبوعات الجامعية ، الطبعة أولى، 2002، الجزائر.
- 6 - علي عبد الفتاح كنعان ، " الإعلام والمجتمع " ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، 2014، الأردن.
- 7 - عبد الرزاق محمد الدليمي ، " الإعلام والتنمية " ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، الطبعة الأولى ، 2012، الأردن.
- 8 - عبد الرزاق محمد الدليمي ، " مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد "، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، الطبعة الأولى ، 2012 ، الأردن.
- 9 - سيد سالم عرفة، " الاتصالات التسويقية "، دار الراية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2012، الأردن.
- 10 - هادي نهر، أحمد محمود الخطيب، " إدارة الاتصال والتواصل "، عالم الكتب الحديث، أربد ، الأردن، دبط، 7118 ، ص71



- 11 - كمال عبد الحميد زيتون، " التدريس نماذجه ومهاراته "، الجامعة الإسكندرية، ط4
- 12 - ناصر محمد العدلي، " السلوك الإنساني والتنظيم في الإدارة "، معهد الإدارة العامة، السعودية، د.ط، 4883 ، ص411
- 13- محمود المساد، " الإدارة الفعالة "، مكتبة ناشرون، ط7115 ، 7، ص499
- 14 - ربحي مصطفى عليان وعدنان محمود الطوباسي، " الاتصال و العلاقات العامة "، دار الصفاء، عمان الأردن، ط4 ص53
- 15 - محمد صبري فؤاد البشير، " أساليب الاتصال الاجتماعي "، الإسكندرية، 1993 ، ص26 .
- 16 - كامل خورشيف مراد " الاتصال الجماهيري والإعلام " دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى ، 2011، الأردن.
- 17 - فضيل دليو " مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال " ، المفاهيم والنماذج والأنظمة " ألفا للوثائق ، الطبعة الأولى، 2018، الجزائر.