

جامعة الجزائر 03

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الاتصال

مطبوعة محاضرات وحدة

مدخل لعلوم الإعلام والاتصال

السنة الثانية ليسانس

جذع مشترك

الأستاذة: د. حكيمة جاب الله

السنة الجامعية 2019-2020

## تمهيد

تتضمن هذه المطبوعة مجموع محاضرات مقياس مدخل لعلوم الاعلام والاتصال الخاص بطلبة السنة الثانية ليسانس، وقد تم وضعها وفقا للبرنامج المقرر التابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي مع إدخال بعض الإضافات التي يمكن أن تفيد الطالب الذي يدرس في كلية الإعلام والاتصال خاصة وأن البحث في علوم الإعلام والاتصال يتميز ببعض الخصوصيات مقارنة بالبحوث في العلوم الاجتماعية الأخرى.

تضمن البرنامج مقارنة مفاهيمية ونظرية حاولنا من خلاله الإلمام بمجموعة من التعاريف الأساسية، التي تساعد الطالب على الضبط المفاهيمي لمفهوم الاتصال ومختلف ابعاده مع السهاب في تقديم مختلف نماذج الاتصال. اما المحور الثاني فقد خصصناه لمفهوم الاعلام من خلال تقديم مقارنة مفاهيمية ونظرية حول المفهوم وعلاقته بالإعلام الجماهيري أما المحور الثالث فقد خصصناه للمفاهيم المشابهة مثل الدعاية والاشاعة والاشهار وكذا نقاط التشابه والاختلاف مع التركيز على أهمية كل منهما في العملية الاتصالية. كما تضمن المحور الرابع ماهية علوم الاعلام من خلال تعريفها وشرح مختلف مراحل تطورها وكذا أهم الاتجاهات البحثية في علوم الاعلام والاتصال.

أما المحور الخامس فقد تناولنا فيه أهم المداخل النظرية لبحوث الاعلام والاتصال أهمها المدرسة النقدية و المدرسة البنائية الوظيفية من خلال طرح أهم الافكار التي قامت على اساسها البحوث الاجتماعية وبحوث الاعلام والاتصال.

أما المحور السادس فقد خصصناه لعرض أهم النظريات في علوم الاعلام والاتصال مثل نظريات التأثير المحدد ونظريات الاتصال المعتدل ونظريات الانتثار القوي او التراكمي مع الحديث على نظرية حارس البوابة التي تعد من اهم النظريات. ثم في المحور السابع والاخير فقد خصصناه للحديث عن الانظمة الاعلامية المختلفة : النظام السلطوي، النظام الليبرالي، النظام الاشتراكي ثم المسؤولية الاجتماعية واخيرا النظام التنموي.

نتمنى في الأخير أن يكون مضمون هذه المطبوعة مفيدا للطلبة وحتى الأساتذة خاصة و أننا حاولنا تنويع المراجع مع التركيز على الحديثة منها وذات التخصص.

## برنامج المقياس

### المحور الاول: مفاهيم أساسية في الاتصال

-تعريفه، خصائصه، عناصره، عوامل نجاح أو فشل العملية الاتصالية

-وسائله و أنواعه، اهمية الاتصال الجماهيري.

-نماذج الاتصال الخطية:

ارسطو، لازويل، شانون وويفر، التفاعلية عند: روس و ولبار شرام.

## المحور الثاني: مفاهيم أساسية في الاعلام

-تعريفه، خصائصه، عناصره وعوامل فشل أو نجاح العملية الاعلامية .

-الفرق بين الاعلام والاتصال.

-وسائل الاعلام الجماهيرية: تعريفها، خصائصها ، وظائفها.

## المحور الثالث: المفاهيم المشابهة للإعلام:

-الدعاية: تعريفها خصائصها، أنواعها وعلاقتها بالإعلام.

-الاشهار والاعلان: تعريفها، خصائصها، أدوارهما، رسائلهما وعلاقتهما بالإعلام والاتصال.

-الاشاعة: تعريفها ، خصائصها، وأنواعها.

## المحور الرابع: ماهية علوم الاعلام والاتصال

-تعريفها ومجالات اهتمامها

-ظروف نشأتها وتطورها في العالم.

-علاقتها بالعلوم الاخرى.

-الاتجاهات البحثية في علوم الاعلام والاتصال.

## المحور الخامس: النظريات المفسرة للاتصال الجماهيري

-المدخل النقدي

-المدخل البنائي الوظيفي

## المحور السادس: نماذج من نظريات الاتصال الجماهيري

-نظرية التأثير القوي لوسائل الاعلام

-نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين

-نظرية الاستخدامات والاشباعات.

-نظرية ماكلوهان.

-نظرية حارس البوابة.

## المحور السابع: النظم الاعلامية والسلطة السياسية

-النظام السلطوي

-النظام الاعلام الليبرالي

-النظام الاعلامي القائم على المسؤولية الاجتماعية

النظام الاعلامي الاشتراكي

-النظام الاعلامي التنموي

خاتمة

## المحور الاول: مفاهيم أساسية حول الاتصال:

-تعريف الاتصال: تعددت تعريف المفكرين والباحثين باختلاف مجالات تخصصاتهم  
وسنوضح ذلك من خلال ما يلي:

أ-تعريف الاتصال لغة واصطلاحا: جاء في لسان العرب لابن منظور "الاتصال والوصلة:  
ما اتصل بالشيء وصلا وصلة. والاتصال في اللغة العربية يدور حول معان أربعة:  
-التوصل والذريعة الى الشيء.

-التوصل ضد الهجران، وخلاف الفصل والانقطاع.

-توصل اليه : انتهى اليه وبلغه، وتوصل اليه أي تلطف في الوصول اليه.

أما في اللغات الاجنبية فالاتصال كلمة مشتقة من الاصل اللاتيني Communis بمعنى  
أشاع و أذيع عن طريق المشاركة، وجاء في قاموس المصطلحات الاعلامية أن كلمة  
اتصال في المفرد وكصفة تستخدم للإشارة الى عملية الاتصال التي يتم عن طريقها نقل  
المعنى، أما الاتصال في صيغة الجمع فتشير الى الوسائل نفسها أو مؤسسات الاتصال<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>-رحيمة الطيب عيساني، الاعلام والاتصال، المفاهيم الاساسية والوظائف الجديدة، عالم الكتب الحديث، عمان، 2008،

الاتصال في اللغة العربية مأخوذة من المصدر (الوصل) أي البلوغ ، من ثم فان كلمة اتصال مشتقة من وصل أي الربط والاتصال أيضا يصل الناس بعضهم ببعض من خلال أدوات اتصال ورموز ، أما قاموس أوكسفورد فيعرف الاتصال بانه: " نقل و توصيل أو تبادل الافكار و المعلومات بالكلام او الكتابة او الاشارات"<sup>1</sup>.

ومن أهم التعاريف التي قدمت في هذا المجال نذكر التعاريف التالية:

-يعتبر عالم الاجتماع تشارلز كولي بان الاتصال" يمثل ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الانسانية و تنمو و تتطور الرموز العقلية بواسطة نشر هذه الرموز و استمرارها عبر الزمان"

-اما لندبرج فيعتبر انه: نوع من التفاعل يحدث بواسطة الرموز التي قد تكون حركات أو صورا أو لغة أو أي شئى آخر يعمل كمنبه"<sup>2</sup>.

-تعريف كارل هوفلاند: "إن الاتصال عملية يرسل بموجبها المرسل رسالة إلى المستقبل بقصد تغيير السلوك أو تعديله".

-تعريف صالح خليل أبو أصبع: "الاتصال هو عملية ديناميكية يقوم بها الشخص بنقل رسالة ما تحمل معلومات أو آراء واتجاهات أو مشاعر إلى الآخرين لهدف ما، عن طريق

---

<sup>1</sup> - فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام و الاتصال، دار الخلدونية، الجزائر، 2013، ص 15.

<sup>2</sup> - نفس المرجع السابق، ص 15-16.

الرموز في ظرف ما بغض النظر عما يعترضه من تشويش<sup>1</sup>. يتضح من خلال هذه التعاريف أن الاتصال عملية تفاعل لتبادل تتطلب توفر دلالات رمزية بين الأطراف التالية: مصدر، رسالة، وسيلة، مستقبل تأثير ورد الفعل. هذا يعني أن الاتصال أشمل من الإعلام.

-تعريف ابراهيم امام: "انه حامل العملية الاجتماعية والوسيلة التي يستخدمها الانسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته، ونقل أشكالها ومعناها من جيل الى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم".

-تعريف جيهان احمد رشتي: "انه العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة - كائنات حية كانت أو بشرا أو آلات- في مضامين اجتماعية معينة، و في هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات بين الافراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين"<sup>2</sup>.

و هذا يؤكد ان الاتصال يمثل أساس استمرار الحياة و نقل العلوم و الحفاظ على الوجود و تبادل الثقافات و كذا تحقيق الاستقرار على مستوى الجماعات الصغيرة و الكبيرة، و نتيجة للتطور التكنولوجي اصبح الاتصال الرقمي أهم أنواع الاتصال استخداما و تداولاً .

---

<sup>1</sup>-كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور، الخصائص، النظريات، ط 2، دار المسيرة للنشر والتوزيع الطباعة، الأردن، 2014، ص 60-61.

<sup>2</sup>-رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 13.

## 2- خصائص الاتصال:

-الاتصال عملية مستمرة، لأن الاتصال يشمل سلسلة من الافعال ليس لها بداية ولا نهاية محددة فانه دائم الحركة، ولذلك يستحيل على المرء ان يمسك باي اتصال ويوقفه ويقوم بدراسته ولو فعل ذلك لتغير الاتصال.

-الاتصال يشكل نظاما متكاملًا: يتكون الاتصال من وحدات متداخلة تعمل جميعا حينما تتفاعل مع بعضها البعض من مرسل ومستقبل ورسائل ورجع الصدى وبيئة اتصالية، فاذا غابت أحد هذه العناصر يتعطل الاتصال ويفتقد دوره.

-الاتصال تفاعلي و آني ومتغير: ذلك ان الاتصال نشاط يبني على التفاعل مع الآخرين، حيث يقوم الشخص بالإرسال والاستقبال في الوقت نفسه، ولا يمكن أن يتصل شخص بآخر ثم ينتظر الاخر حتى وصول الرسالة ثم يقوم بإرسال رسالة الى اليه أو يستجيب لرسالته.

-الاتصال غير قابل للتراجع: إذا أراد الانسان ان يتراجع عن الاتصال بعد حدوثه، فانه لا يستطيع ذلك.

-الاتصال قد يكون مقصودا وقد لا يكون: ويتمثل ذلك في أربع حالات:

أ-قد يرسل شخص الى شخص آخر رسالة بقصد ويستقبلها الاخر بقصد وبالتالي فان الاتصال يكون في الغالب مؤثرا.

ب-قد يرسل شخص رسالة بدون قصد الى طرف آخر يستقبلها عن قصد كمن يتتصت على محادثة خاصة بين اثنين.

ج-قد يرسل شخص رسالة عن قصد الى طرف آخر غير منتبه لها فلا يتفاعل معها.

د-قد يرسل شخصان رسائل ويستقبلانها دون قصد منهما بذلك، يتمثل ذلك في الرسائل غير الكلامية كنوع الملابس ولونها و مظهرها و ملامحها.

-الاتصال ذو أبعاد متعددة: معان متعددة فرغم ان الانسان يقوم بالاتصال بصفة مكثفة ويؤديه بعفوية<sup>1</sup>.

**2-عناصر العملية الاتصالية:** تتكون العملية الاتصالية من مجموعة من العناصر :

1-المرسل أو القائم بالاتصال: يستعمل اللسانيون العرب عدة مصطلحات للدلالة على المرسل منها: متكلم، مرمر، باث، قائل، وهو الذي تكون لديه فكرة يريد تبليغها فهو منشأ الرسالة وقد يكون فردا أو مجموعة من الافراد أو مؤسسة، وكثيرا ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال ويعتبر طرفا رئيسيا في العملية الاتصالية.

2-الرسالة:تمثل الجانب الملموس في العملية الاتصالية حيث تتجسد عندها أفكار المرسل في صور سمعية لما يكون التخاطب شفهيًا، فهي الفكرة او المعلومة محمولة في شفرة من خلالها يتصل مرسل بمستقبل، ويتم التعبير عن المعاني والافكار رمزيا سواء باللغة المنطوقة

---

<sup>1</sup>-فضة عباسي فضلي، محمد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الاتصال و الاعلام، الوسائل النماذج و النظريات، دار اسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2017، ص 18.

أو غير المنطوقة، وتتوقف فعالية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها.

**3-الوسيلة:** تتطلب أي قناة فيزيائية وتواصل فيزيولوجي بين المرسل والمرسل إليه، وبدون الوسيلة لا يمكن للعملية الاتصالية ان تتم. ويعتبر الاتصال الجماهيري في هذا المجال من أهم المجالات التي تتطلب توافر وسائل اتصال جماهيرية مثل الصحافة والراديو والسينما والتلفزيون والكتاب والتسجيلات المسموعة و الانترنت<sup>1</sup>.

**4-المتلقي:**يمثل طرفا أساسيا في العملية الاتصالية وهو من توجه له الرسالة قد يكون فردا أو جمهورا مثلما هو الشأن في وسائل الاتصال الجماهيرية.

**5-رجع الصدى:** ويمثل التغذية الراجعة ينطلق من المستقبل الى المرسل للتعبير عن مقف المتلقي من الرسالة ومدى فهمه لها أو رفضه لها، ويعتبر رد الفعل مهما في عملية الاتصال.

**6-التأثير:** التأثير يمثل عملية نسبية تختلف من شخص لآخر وذلك بعد تلقي الرسالة الاتصالية، و غالبا ما يكون تأثير وسائل الاتصال الجماهيري بطيئا وفوريا كما يعتقد البعض وقد يكون تأثير مؤقتا وليس دائما، والتأثير يمثل الهدف الاساسي للقائم بالعملية الاتصالية<sup>2</sup>.

### 3-أنواع الاتصال:

---

<sup>1</sup>-فضة عباسي، محمد فاتح حمدي، مرجع سبق ذكره، ص 20-21.

<sup>2</sup>-المرجع نفسه، ص 21-22.

-الاتصال الذاتي: هو ما يحدث داخل الفرد لما يتحدث مع نفسه وهو اتصال يحدث داخل عقل الفرد يتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته.

-الاتصال الشخصي: وهو اتصال الشخص الى شخص آخر، يتم وجها لوجه بين فردين أو أكثر، فهو عملية تبادل للمعلومات والافكار والابخار بين الأفراد باستخدام الحواس الخمس كما يعتمد على الكلام المنطوق والمكتوب وتعبيرات الحواس والاشارات.

-الاتصال الجمعي: يتمثل في العملية الاتصالية التي تحدث بين فرد ومجموعة من الافراد داخل الجماعة الواحدة أو بين المجموعات المختلفة.

-الاتصال الجماهيري: هو العملية الاتصالية التي تحدث بواسطة وسائل الاعلام يتميز بقدرته على توصيل الرسائل بسرعة فائقة الى جمهور عريض من المتلقين منتشرين ومتبايني الاتجاهات والمستويات وهم غير معروفين لدى القائم بالاتصال. وهو اتصال خطي<sup>1</sup>.

هناك تقسيمات اخرى من بينها:

-من حيث الاتصال اللغوي ينقسم الى نوعين:

1- لفظي - شفهي أو كتابي يعتمد على الرموز اللغوية.

---

<sup>1</sup> - نعيمة واكد، مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال الجماهيري، مركز البحوث و الدراسات حول الجزائر، الجزائر 2018، ص 25-27.

2- غير لفظي مثل الاشارات و الحركات و الصور و الرسوم و النقوش.

-من حيث درجة التأثير ينقسم الى:

1- اتصال شخصي اي مباشر وجها لوجه،

2- تنظيمي و هو خاص بالمنظمات.

3- واتصال جماهيري اي يعتمد على وسائل الاتصال الجماهيرية.

- من حيث طبيعة المصدر فينقسم الى: اتصال رسمي و غير رسمي<sup>1</sup>.

4-مراحل تطور الاتصال الانساني: تطور الاتصال البشري عبر عدة مراحل يمكن ان

نلخصها في النقاط التالية:

-عصر الاشارات و الاتصال غير اللفظي: مارس الانسان الاتصال منذ القديم من خلال

عدد محدود من الاصوات مثل الصراخ و الهمهمة ...اضافة الى استخدام الاشارات

بالايدي و الارجل بعد مدة من الزمن حول الانسان اللغة المنطوقة الى نقوش مرسومة و

مكتوبة على الحجر و الجدران و الورق و جلود الحيوانات و ورق البردي برموز و

حروف مسمارية و رمزية، فحقق ثورة اتصالية باختراع الابدجية و الكتابة التي انطلق

فيها من المرحلة الشفوية و السمعية الى عصر الكتابة المصورة أو الرمزية.

---

<sup>1</sup>- فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 20.

-عصر التخاطب والاتصال اللفظي: الحاجة للبقاء دفعت الانسان للتعلم شيئاً فشيئاً فانقل من العصر الحجري الى عصر الحياة المستقرة و الإقامة الدائمة و بدأت تصنع لنفسها لغة تخاطب منطوقة.....ساعدت على تاقلم الناس مع بعضهم البعض و حل نزاعاتهم و التفرغ لبناء حضارة انسانية<sup>1</sup>.

-عصر الكتابة و الاتصال غير الشخصي: بدأت الكتابة بعد استقرار المجتمعات الزراعية: استخدمت الكتابة التصويرية في الكتابة على المعابد و المقابر و تسجيل الاحداث الهامة عن طريق حفرها على الحجارة و كان كل رمز أو رسم يعني فكرة معينة مما يتطلب من الكاتب و القارئ حفظ عدد هائل من تلك النماذج الرمزية.

-مرحلة الطباعة: مع تطور الكتابة تطورت الوسائل التي الكتابة عليها استخدم السومريون العصا المدببة، واستخدم المصريون الحفر على الحجر ثم اكتشف المصريون الكتابة على أوراق البردي الى ان اكتشف الصينيون الورق و نقلوه الى العالم و وصلت صناعته الى بغداد في عهد الخليفة هارون الرشيد ثم انتشر الورق في أوروبا بعد فتح العرب للأندلس.

-عصر الاعلام و الاتصال الجماهيري: شهد القرن التاسع عشر معالم ثورة الاتصالات الجماهيرية التي اكتمل نموها في القرن العشرين، و كان من أسبابها الثورة الصناعية في العالم المتقدم التي صاحبها التوسع في فتح أسواق جديدة كانت بحاجة الى الاتصال غير

---

<sup>1</sup>عبد الرزاق محمد الديلمي، الاعلام و إدارة الازمات، ط1، دار المسيرة، الجزائر، 202، ص 28.

المباشر خارج الحدود فظهر التلغراف ثم الهاتف ثم الفونوغراف، ثم اكتشف ماركوني الايطالي اللاسلكي و كانت المرة الاولى التي يتم فيها انتقال الاصوات الى مسافات بعيدة دون الحاجة الى اسلاك ثم بعدها الخدمة الاذاعية الصوتية لأول مرة في كندا و المانيا بتاريخ 1919<sup>1</sup>.

بعدها ظهر التلفزيون الكابلي حيث ظهر اول فيلم صامت من انتاج فرنسي و صاحب مختلف هذه التطورات دخول البشرية عصر الاتصال الجماهيري نتيجة ظهور وسائل الاتصال الجماهيري و تطورها بشكل كبير.

-عصر الانترنت و الاتصال التفاعلي: ساهمت الانترنت في تطوير الاتصال التفاعلي نتيجة تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و انتشارها الكبير نتيجة الاقبال على استخدامها بأشكالها و انواعها المختلفة. و يعد الاعلام و الاتصال المستفيد الاول من الخدمات التي وفرتها هذه الاخيرة مما أدى لظهور الاعلام الرقمي و الاتصال الرقمي الذي تربع على عرش العملية الاتصالية، نتيجة لتوفره على الكثير من الخصائص التي لا نجدها في الوسائل الاخرى منها التفاعل و الانية والسرعة و التجديد و التوفر و كذا غزارة المعلومات التي توفرها الانترنت.

و نظرا لتوفر الانترنت اصبحت البشرية تعيش في عصر المعلومات و كذا عصر التفاعل نتيجة التقارب بين البشر و امكانية تبادل الاخبار و المعارف و كذا المشاركة

---

<sup>1</sup>- المرجع نفسه، ص 30.

في النشر و حرية ابداء الراي في مختلف القضايا، و اصبح هناك تداخل بين المرسل و المستقبل نتيجة توفر امكانية تغير الادوار.

## 5- عوامل نجاح أو فشل العملية الاتصالية:

أ-عوامل نجاح الاتصال: ان نجاح الاتصال يتطلب توفر مجموعة من العناصر من أبرزها:

-الاعداد الجيد: من خلال دراسة الوضع ومجال الاتصال لمعرفة الطرق المناسبة للاتصال.

-الوضوح والبيان: استخدام لغة اتصال واضحة ومفهومة حتى تحقق الاقناع والفهم.

-الانسيابية: ان يتم وفقا لأقصر الطرق المناسبة دون الحاجة الى تعقيد العملية الاتصالية.

-اختيار الوسيلة المناسبة للاتصال.

- اختيار الوقت المناسب لا رسال الرسالة الاتصالية.

-التوقيت المناسب للاتصال. الانصات.

## ب-عوامل فشل العملية الاتصالية:

-لغة الاتصال ويراد به عدم وضوح الرسالة المراد تبليغها حتى تجد صداها وفاعليتها عند

المتلقي، وعدم استخدام كلمات متعددة المعاني أو تحمل معاني غامضة.

-موضوع الاتصال: ان تحديد مضمون الاتصال يساهم الى حد بعيد في وصول الرسالة.

-عصر الوقت: كلما كان الوقت غير مناسب كلما كانت الرسالة الاتصالية فاشلة.

العوامل التنظيمية: كلما زاد حجم المؤسسات وتعددت مستويات الاشراف كلما أدى الى عدم فاعلية العملية الاتصالية.

-العوامل الاجتماعية: ان طبيعة الاوضاع الاجتماعية السائدة في المؤسسة تؤثر على العملية الاتصالية، فعدم التفاهم بين أفراد المؤسسة يؤثر على العملية الاتصالية. ومن أهم المعوقات يمكن أن نذكر ايضا:

- عدم انتباه مستقبل الرسالة الى محتوياتها.

-عدم وجود تفهم دقيق للمقصود من الرسالة سواء بواسطة المتلقي أو المصدر.

-تأثير الحكم الشخصي لمتلقي الرسالة على نجاح العملية الاتصالية<sup>1</sup>.

## 6- نماذج الاتصال:

من أهم الأهداف التي يسعى إليها أي علم، زيادة فهمنا للظواهر التي تحيط بنا، والوصول إلى تعميمات عن الظروف المحيطة تدعمها الأدلة العلمية الموضوعية، والهدف الثاني هو مساعدتنا على التنبؤ بالنتيجة، وتتم عملية الفهم بواسطة نماذج رمزية نستخدمها جميعا في تفكيرنا لكي تسهل علينا استيعاب وفهم الظواهر ومكوناتها الأساسية، والعلاقات بين تلك

---

<sup>1</sup>-نعيمة واكد، مرجع سابق ، ص 47-57.

المكونات. فالنموذج عبارة عن محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثًا أو نظامًا معينة في شكل رمزي.

ويصنف "بارنلند" (Barnlund, D.C., 1968 :18) النماذج تحت فئتين رئيسيتين هما:

1. النماذج البنائية التي تبرز الخصائص الرئيسية للحدث أو الظاهرة، أي المكونات وعدد وترتيب الأجزاء المنفصلة للظاهرة التي تصفها.

2. النماذج الوظيفية التي تسعى إلى تقديم صورة مطابقة للأسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام، وهي نماذج تشرح طبيعة القوى أو المتغيرات التي تؤثر على النظام أو الظاهرة .

وتخدم نماذج الاتصال أربعة أهداف رئيسية هي:

1. تنظيم المعلومات: فالنموذج يحاول إعادة خلق العلاقات التي يفترض وجودها بين الأشياء أو الظواهر التي ندرسها، وذلك في شكل رمزي أو مادي.

2. تطوير الأبحاث العلمية: فالنموذج يصور أفكار الشخص الذي قام ببنائه عن المتغيرات المهمة في الظاهرة في شكل يتيح للمتلقي تحليل الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات.

3. التنبؤ: هناك علاقة قوية بين الفهم والتنبؤ، وذلك لأننا بعد أن نفهم الظاهرة، سنحاول أن نستفيد من النتائج التي حصلنا عليها، أي نستنتج من العلاقة الوظيفية التي اكتشفناها نتائج أخرى، أو نحاول تطبيق ما توصلنا إليه على مواقف أخرى مشابهة.

4. التحكم: بعد التنظيم والفهم والتتبؤ نصل إلى الهدف الأخير من أهداف النموذج وهو

التحكم وذلك من خلال محاولة السيطرة على الظواهر، واستخدامها لصالح الإنسان<sup>1</sup>.

ويمكن تقسيم نماذج الاتصال الى نوعين رئيسيين هما:

• النماذج الخطية (أحادية الاتجاه). Linear Models.

• النماذج التفاعلية (ثنائية الاتجاه). Interaction Models.

أولا - النماذج الخطية (أحادية الاتجاه):

1. نموذج ( أرسطو):

يرى " أرسطو" في كتابه "فن البلاغة"، أن البلاغة - ويعنى بها "الاتصال" - هي: "البحث

عن جميع وسائل الإقناع المتاحة"، وقد نظم "أرسطو" دراسته تحت العناوين الرئيسية الآتية:

• الخطيب.. (المرسل).

• الخطبة.. (الرسالة).

• المستمع.. (المتلقى).

ونظرا لأن الخطابة كانت الوسيلة الأساسية للاتصال السياسي في المدن الإغريقية، فقد كان

الإقناع الشفهي هو أقرب الشبه بالاتصال الذي نعرفه الآن.

2-نموذج (هارولد لازويل) يقترح «هارولد لازويل» خمسة أسئلة للتعبير عن الاتصال هي:

---

<sup>1</sup>-حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 11، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014،

Who?	1. من؟
Says What ?	يقول ماذا ؟
In Which Channel ?	3-بأية وسيلة (قناة) ؟
To Whom?	4-لمن ؟
What	5-وبأي تأثير ؟
	With Effect ?

فلازويل اهتم بتأثير العملية الاتصالية على المستقبل لانه كام مهتما بتحليل محتوى  
الدعاية السياسية، لكنه لم يهتم بعنصر التغذية الرجعية لانه كان يعتبر ان الاتصال  
يسير في اتجاه واح<sup>1</sup>.

### -نموذج (جورج جرينر):

يتضمن نموذج « جرينر » عشرة عناصر للاتصال هي:

Some one	1. شخص
Perceive an event	2. يدرك حدثا
and reacts	3. ويستجيب
In a Situation	4. في موقف ما
through Some means	5. عبر وسائل

<sup>1</sup>-كامل خورشيد مراد، مرجع سبق ذكره، ص 116.

6. ليصنع مواد مناسبة to make available materials

7. بشكل ما in some form

8. وسياق and Context

9. ينقل محتوى Conveying Content

10. له نتائج With Some Consequences

#### 4- نموذج (شانون) و ( ويفر): Shannon, & Weaver

يعتمد هذا النموذج على نظرية المعلومات التي قدمها الباحث «كلود شانون» عام 1948 ،  
وتقوم هذه النظرية على مفاهيم رياضية تجعل الاتصال شبيها بعمل الآلات التي تنقل  
معلومات، والمكونات الأساسية التي تضع النظام الاتصالي وفقا لهذا النموذج هي:

1. مصدر معلومات. Source

2. ينقل رسالة. Message

3. عبر جهاز إرسال. Transmitter

4. يحمل الإشارة (الرموز). (Encoding) Signal

5. يحدث تشويش. Noise

6. جهاز استقبال يتلقى الإشارة. (decoding)

7. الهدف. Destination

ثانياً: النماذج التفاعلية (ثنائية الاتجاه):

### 1. نموذج "روس التاثير المتبادل":

يعتمد نموذج "روس" التفاعلي على ستة عناصر أساسية هي:

١ - المرسل . ٢ - الرسالة . ٣ - الوسيلة.

وضع روس هذا النموذج سنة 1965 يحتوي على عناصر أساسية تشبه الى حد ما عناصر لازويل ، حيث يشير روس الى ان عملية الاتصال تتاثر بمشاعر و اتجاهات و معلومات كل من المرسل و المستقبل، فاذا كانت الرسالة غير دقيقة فان المستقبل لا يمكنه تفسيرها.

### 2. نموذج الخبرة المشتركة "ولبرشرام":

نشره شرام لأول مرة عام 1958 و طوره عامي 1971-1974 من خلال بحث أجراه بعنوان كيف يحدث الاتصال؟ و يعتبر ان عناصر العملية الاتصالية تتمثل في:

-المصدر او صاحب الفكرة.

-التعبير عن الفكرة و وضعها في شفرة و صياغتها في رموز لتكوين الرسالة.

-المستقبل الطي يتلقى الرسالة.

-الاستجابة أو الهدف و رجع الصدى.

وقد اعتمد شرام في هذا النموذج على أفكار شانون و ويفر خاصة فيما يتعلق برجع الصدى الذي يعتبره مهما جدا لانه يساعد في التغلب على التشويش الذي يطرأ على الرسالة<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>-كامل خورشيد موراد، م س ذ، ص 122.

## المحور الثاني: ماهية الاعلام

1-تعريف الاعلام: كلمة مشتقة من الفعل علم وجاء في لسان العرب لابن منظور «علم وفقه أي تعلم وتفقه وتعالمه الجميع أي علموه ويقال استعلم لي خبر فلان، وأعلميه إياه»<sup>1</sup>.

و الاعلام مشتق من اصل كلمة علم اي العلم بالشيئ و معرفته و الاطلاع عليه، فكلمة الإعلام تعني أساسا الإخبار وتقديم المعلومات، بمعنى أنا أعلم، ويتضح في ذلك وجود رسالة إعلامية تنتقل من مرسل إلى مستقبل... كما يشمل أية إشارات أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استرجاعه عند الحاجة، بذلك فإن الإعلام يعني تقديم الأخبار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقا أن تعلم جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية كافة الحقائق، بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء وأفكار يفترض أنها صائبة حيث يتحركون على أساسها من أجل تحقيق التقدم.

أما لغة فالإعلام هو التبليغ أي الإيصال، يقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب والبلاغ ما بلغك أي وصلتك، وفي الحديث "بلغوا عني ولو آية" أي أوصلوا غيركم واعلموا الآخرين، وأيضا فليبلغ الشاهد الغائب أي فليعلم الحاضر الغائب.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - جمال الدين ابن منظور. لسان العرب، دار الفكر العربي، بيروت ، 1988، ص 655.

<sup>2</sup> -حسين عبد الجبار. اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر ، دار أسامة، الأردن ، " ط 1، 2009، ص 9،10.

-يتصل معنى الإعلام بالأخبار والأنباء والحوادث العارضة، ولا يتضمن المعنى اللغوي أكثر من الأنباء والإظهار والإبراز فيكون أكثر اتصالاً بالأحداث وأشد تعلقاً بالصفة الآنية العابرة<sup>1</sup>. فيما يخص التعاريف المقدمة من طرف المفكرين والباحثين فقد تعددت بتعدد تخصصات المفكرين والباحثين نظراً لاتساع مفهومه وتداخله في الكثير من النشاطات الإنسانية ومن أهم هذه التعاريف يمكن ذكر البعض منها:

- محمد منير حجاب فقد عرف الإعلام «هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم»<sup>2</sup>.

- أما منجد وسائل الإعلام فقد عرفه «بأنه المعلومة أو مجموعة المعلومات المتعلقة بشخص أو شيء والصالحة لأن تبلغ إلى شخص أو مجموعة أشخاص، مجتمعون في مكان واحد أو متفرقون ودون علاقات بين بعضهم البعض، تعني أيضاً هذه المؤسسة المميزة بوسائلها وأنظمتها التي وجدت بوجود الصحف في ق19 مع الثورة الصناعية والحريات الشخصية والسياسية»<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> محمد جمال الفار. المعجم الإعلامي، دار أسامة، الأردن، 2006، ص 26،27.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب. الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 310.

<sup>3</sup> - Francis Balle (Sous la direc. De.), **dictionnaires des Médias**, ed. Larousse, Paris, PP

-«يقصد بالإعلام تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة، التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم على التنوير والتثقيف والجدل المنطقي».

-«إنه فن استقصاء الأنباء الآنية ومعالجتها ونشرها على أوسع الجماهير بالسرعة التي تنتجها وسائل الإعلام الحديثة».<sup>1</sup> أما إجرائيا فنقصد بالإعلام تلك العملية التي يتم بمقتضاها نشر الأخبار والمعلومات والمعارف والثقافات، بهدف تنوير الرأي العام باستخدام وسائل الإعلام والنشر بقصد التأثير.

-كما تعرفها اللجنة العربية لدراسة مشكلات الاتصال والإعلان بأنها «مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة، تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة، وعلى الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيري من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة».<sup>2</sup>

#### - خصائصه:

-لا يكون فيه تبادل فهو ياخذ اتجاها واحدا من فوق الى تحت.

-لا يوجد إعلام بدون أحداث ملموسة أو معنوية فكرية.

<sup>1</sup> - محمد جمال الفار، مرجع سبق ذكره، ص 28،

<sup>2</sup> - جامعة طنطا، موقع سبق ذكره. ص 2،

-كلفة الخبر ضئيلة جدا من حيث شراء الجريدة و سماع الراديو والتلفزة مما يساعد على نشر الخبر بسرعة فائقة<sup>1</sup>.

-عناصر العملية الإعلامية: قدم لازويل عناصر العملية الاعلامية سنة 1948 في شكل مجموعة من الاسئلة يمكن أن نوضحها من خلال ما يلي:

-من؟ أي المرسل. -ماذا؟ أي الرسالة المقدمة. - لمن؟ أي من المتلقي.

- بأي وسيلة؟ - بأي تأثير؟

-وظائف العملية الإعلامية:

-انها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.

-انها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي تقوم ب: نقل التراث بين الاجيال من خلال التقنيات المتوفرة.

-جمع المعلومات وإعادة بثها وتحليلها<sup>2</sup>.

-الفرق بين الاعلام والاتصال:

ان من أسباب الخلط بين الاتصال و الاعلام هو ان وسائل الاتصال الجماهيرية في نشأتها الاولى اهتمت بنشر الاخبار و هذه عملية إعلامية، لهذا السبب يطلق الباحثون في الغرب

---

<sup>1</sup>-فضة عباسي، محمد الفاتح حمدي، م س د، ص 38.

<sup>2</sup>-نفس المرجع السابق ذكره، ص 38.

مصطلح وسائل الاعلام على وسائل الاتصال الجماهيرية الكبرى مثل الصحف و المجالات الاخبارية و محطات الاذاعة و التلفزيون ، و هناك سبب آخر و هو رغبة علماء الاتصال الجماهيري التفريق بين الاتصال كعملية نقل نواد و مواصلات و الاتصال كنشر معرفة و معلومات فلجأوا الى استخدام عبارة وسائل الاعلام عند الحديث عن وسائل الاتصال الجماهيري للتمييز بينه و بين ما تعنيه كلمة اتصال من معان أخرى غير الاعلام و الابلاغ<sup>1</sup>. و يمكن ان نوضح اكثر طبيعة العلاقة بين مفهوم الاتصال و مفهوم الاعلام في النقاط التالية:

- الاعلام كمفهوم عصري ينطبق على عملية الاتصال المستعملة للوسائل العصرية .
- ويختلف عن الاتصال من حيث الشيوخ حيث لا يشترط الاتصال توفر ذلك، الاتصال أيضا ذات بعد تفاعلي عكس الاعلام الذي لا يشترط ذلك.
- الاتصال ظاهرة اجتماعية ارتبطت بوجود الانسان في حين الاعلام ظاهرة حديثة ارتبطت بالتكنولوجيات الحديثة، كما ان الاعلام ذات اتجاه واحد.
- الإعلام يتوفر على مختلف عناصر العملية الاتصالية باستثناء رجع الصدى<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>-عبد الرزاق محمد الديلمي، مرجع سبق ذكره، ص 35-36.

<sup>2</sup>-نعيمة واكد، مرجع سبق ذكره، ص 64-65.

يتضح مما سبق ان الاتصال أشمل من الاعلام مع وجود الكثير من نقاط التشابه و لكن في نفس الوقت هناك اختلاف من حيث رجع الصدى او ما يعرف بالتغذية العكسية التي تتوفر في العملية الاتصالية لكن في العملية الاعلامية يوجد فقط تقديم خبر او معلومة.

### -وسائل الاعلام الجماهيرية:

**تعريفها:** عرفت وسائل الاعلام الجماهيري التي يطلق عليها أيضا وسائل الاتصال الجماهيرية بانها: "الصحافة و الاذاعة و التلفزيون و السينما و الكتاب و التسجيلات المسموعة و الانترنت، اي انها الوسائل التي تتم بها عملية الاتصال الجماهيري المتميزة التي توجه الرسائل الاعلامية بسرعة كبيرة في اللحظة نفسها الى جمهور عريض متعدد المشارب مع قدرتها على خلق راي عام و تنمية اتجاهات سلوك جديدة لدى الجمهور أو تعديل ما هو موجود أو إلغاء سلوك ما." فهذا التعريف يركز على البعد الانساني في وسائل الاتصال بخلاف الكثير من المعالجات التي تركز على الاجراءات التقنية لعمليات الاتصال و الاعلام، كما يعتبر انه اعلام منظم تقوم به هيئات او منظمات او جماعات سواء ابتغت الهدف المادي او اهداف اخرى<sup>1</sup>.

**خصائصها:** من أهم خصائصها نذكر ما يلي:

---

<sup>1</sup>-كامل خورشيد موراد، م س ذ، ص 179-180.

-فهو يأخذ اتجاهها واحدا من فوق الى تحت و خلافا للاتصال الشخصي قل ان يوجد في عملية الاعلام تبادل، فالاعلام يفرق بين مصدر الخبر و المستقبل له، فالذين يقومون باصدار الخبر .

-الاعلام يصف الواقع فلا يمكن ان يكون إعلام بدون وقائع و حوادث سواء كانت مادية او ملموسة او معنوية او فكرية ، فالخبر الذي يصف الواقع و ينقله الاعلام ليس وليد الخيال لان الخبر المبني على الخيال يعد كذب و لا يعد خبر .

-كلفة الخبر ضئيلة فسعره رخيص و يمكن لاي فرد الحصول عليه مع توفر خاصية الدوام في الاستعمال مثلما هو الشأن بالنسبة للراديو و التلفزيون، و هذه الكلفة هي التي تصنع الفارق بين الخبر الصحفي و الخبر العلمي هذا الاخير الذي يتطلب مجهودا كبيرا و نفقات كبيرة و اجهزة متقنة و نظاما معقدا لاتقانه<sup>1</sup>.

-وظائفه: تعددت الوظائف المقدمة من أبرزها نذكر ما يلي:

تحدد غالبية المنظرين وظائف الاعلام في النقاط التالية:

-الاعلام: أي تزويد الفرد بالمعلومات الضرورية المساعدة على اتخاذ القرارات المناسبة.

---

<sup>1</sup>- زهير احدادن، مدخل لعلوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص 16.

-التنشئة الاجتماعية: أي توفير المعرفة المناسبة لجعل الافراد أعضاء فعالين في المجتمع و مشاركين في الحياة الاجتماعية.

-تعزيز الدوافع: اي دعم الاهداف المباشرة للمجتمع و تشجيع النشاطات التي تسعى لتحقيق الصالح العام.

-الحوار : اي تبادل الآراء في الحقائق القائمة للوصول الى اتفاق حولها.

-التربية و نشر المعرفة: على نحو يعزز التطور الثقافي و الفني و العلمي و تكوين الشخصية و اكتساب المهارات.

-الترفيه: اي التسلية و المتعة على الصعيد الفردي و الجمعي.

-التكامل: اي توفير فرص للاشخاص و الجماعات لتحقيق حاجاته في التفاعل و التعارف.

-التسويق و الاعلان: بمعنى الاسهام في تنشيط الاقتصاد عن طريق الترويج للسلع و تسويقها<sup>1</sup> و التعريف بها.

هناك ايضا وظائف قدمها بعض الباحثين من بينها:

**1- وظائف الاعلام الجماهيري حسب هارولد لازويل:**

---

<sup>1</sup>-مصطفى يوسف كافي، الاعلام المعاصر و تحديات العولمة، الفا دوك، قسنطينة، 2017، ص 28.

-المراقبة: تثبت المراقبة في الفرد اليقظة التي تساعد على اتخاذ القرارات الصائبة في مختلف الظروف حتى يتمكن المجتمع من التأقلم.

-الترابط: يحقق الترابط والاجماع بين أفراد المجتمع حول القضايا الاساسية التي تشغل اهتمام الافراد والمجتمع، ولا يتحقق ذلك الا من خلال توفر إعلام نزيه.

-نقل التراث الاجتماعي: تعمل مختلف وسائل الاعلام على تحقيق هذه الوظيفة فهي الاطار المرجعي العام في المجتمع الواحد<sup>1</sup>.

## 2-وظائف وسائل الاعلام حسب بول لازرسفيلد:

-فرض وتأكيذ المعايير الاجتماعية: من خلال الكشف عن مظاهر الانحراف في المجتمع.

-التشاور: توفر أساليب معين للتشاور وتبادل الرأي وهذا ما يخلق اللفة والشرعية.

-تخفيف الاحساس بالاختلال الوظيفي: لان المعلومات الكثيرة تؤدي للتضليل.

## 3-وظائفها حسب مارشال ماكلوهان:

-نشر المعلومات، وسيلة لإعادة بث المعلومات، انها وسيلة لتحليل وتفسير المعلومات،

وسيلة للتعليم، للترفيه، لنقل التراث بين الاجيال، انها جزء من التطور التكنولوجي.

## 4-وظائفها حسب دنيس ماكويل:

---

<sup>1</sup>-نعيمة واكد، م س ذ، ص 70.

-توزيع المعارف.

- الاهتمام بالمسائل التي تهم الري العام وتساهم في إعداده.

-الترفيه والامتناع والمساعدة على القضاء على أوقات الفراغ.<sup>1</sup>

### المحور الثالث: المفاهيم المشابهة للإعلام:

أولاً-الدعاية: تعتبر الدعاية كلمة مستحدثة اشتقاقها من الادعاء و هو المطالبة بالشيء حقا كان أو باطلا، و هي تختلف لغة عن الدعوة لانها المطالبة أو الدعاء الى شيء مع الاعتقاد انه حق ثابت، و لعل هذا الاختلاف الدقيق في المعنى هو الذي جعل العرب في العصر الحديث يستعملون كلمة الدعاية و يتركون كلمة الدعوة.

و الدعاية في مفهومها اللغوي العصري فيها مزج للحق بالباطل و هي تعتمد على التلغيف و التزييف و لا تتردد في استعمال الطعن و التزوير، لذلك بقي منها التعبير عن شيء تنفر منه النفوس<sup>2</sup> و من اهم التعاريف المقدمة نذكر التعاريف التالية:

-عرفها لبيمان" انها محاولة التأثير في شخصية الافراد والسيطرة على سلوكهم لأغراض علمية أو ذات قيمة مشكوك فيها في مجتمع ما وفي زمن ما".

---

<sup>1</sup>- نعيمة واكد، مرجع سابق، ص 75-76.

<sup>2</sup>-زهير احدادن، مرجع يبق ذكره، ص 25.

- نشر معلومات بين الناس والهدف منها التأثير في الرأي العام وفق اتجاه معين دون الكشف عنه".

-انها نشر لمعلومات و حقائق أو مبادئ أو مجادلات أو إشاعات أو أنصاف حقائق أو أكاذيب- وفق اتجاه معين من جانب فرد معين أو جماعة في محاولة منظمة للتأثير في الرأي العام وتغيير اتجاه الافراد والجماعات باستخدام وسائل الاعلام والاتصال الجماهيري".

-انها تلك الانشطة التي تصمم عمدا من أجل التأثير في الناس وآرائهم"<sup>1</sup>.

-عرفها عبداللطيف حمزة انها" هي محاولة التأثير في الافراد و الجماهير و السيطرة على سلوكهم لاغراض مشكوك فيها، ذلك في مجتمع معين و زمان معين و لهدف معين."<sup>2</sup>

#### أ-خصائص الدعاية:

-النشر: و هي تمثل صفة أخذتها من العملية الاتصالية.

-التضخيم: باستخدام أسلوب المبالغة والمفاضلة في نشر الآراء والافكار للفت نظر الافراد.

-التكرار مع التبسيط: بهدف جلب الانتباه ومساعدة الناس على الحفظ والتذكر.

-الفكاهة: حتى تكون اكثر قابلية للتصديق<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>-عامر مصباح، الاقناع الاجتماعي ، خلفياته النظرية وآلياته العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 31-32

<sup>2</sup>-زهير احداث، مرجع سبق ذكره، ص 26.

<sup>3</sup>-ميلود سفاري، مراد زعيمي، الاشاعة والرأي العام، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، 2003، ص 33-34.

ب-أنواع الدعاية: تعددت التقسيمات المقدمة من طرف المفكرين والباحثين من أهمها:

-هناك من يقسمها الى ثلاثة أنواع:

1- الدعاية المكشوفة وتكون موجهة بشكل مباشر الى الهدف و واضحة في وسائلها ومضمونها و أغراضها.

2-الدعاية المقنعة التي تؤدي بطريقة غير مباشرة ومستترة وراء عناوين وشعارات معينة وتخفي وسائلها وآلياتها.

3-بالإضافة للدعاية المضادة التي تكون كرد فعل على الحرب النفسية التي يعلنها العدو.

-يقسمها عبد اللطيف حمزة الى:

1-الدعاية البيضاء: تمثل نشاط علني من اجل هدف معين مستعملة وسائل الاتصال الجماهيري.

2-الدعاية السوداء: تمثل الدعاية المستورة تقوم على نشاط المخابرات السرية ولا تكشف عن مصادرها الحقيقية لكنها تنمو وتتطور بطرق سريعة،

3-بالإضافة للدعاية الرمادية: وهي التي لا تخشى من ان يقف الناس على مصادرها الحقيقية ولكنها تخفي وراء اهداف معينة.

-هناك تقسيم اخر يقسمها حسب مجالاتها منها :

-الدعاية الدينية: تعتمد على القيم والمبادئ الدينية للإقناع بفكرة معينة تستهدف تحطيم بنية الخصم الفكرية.

- الدعاية السياسية: توظف الايديولوجيا والقيم الثقافية للتأثير في نظام سياسي معين واقناع الآخرين لتبني نفس النظام.

-الدعاية التجارية: تستهدف الاشهار لسلعة معينة والترويج لبضائع معينة من أجل تسويقها ودفع المستهلك لاقتنائها من اجل ربح معركة المنافسة التجارية<sup>1</sup>.

ت-أساليب الدعاية:

1-أسلوب النكته: تتم من خلال نشر نكته معينة بين الجماهير الشعبية حتى تصبح موضع حديث الساعة، ذات مدلول سياسي أو ديني أو عرقي.

2-أسلوب الاستعطاف: يتم من خلال الظهور بمظهر الاستعطاف مثال ذلك الدعاية الصهيونية في صراعاتها مع العرب.

3-أسلوب الكذب: تستخدم بهدف الحط من قيمة الخصم مستخدمة بذلك أسلوب التكرار.

4-أسلوب الاناشيد: مثلما تستعمل الثورات الحربية.

5-أسلوب الشعارات: تستخدمه الانظمة السياسية والجماعات في تلخيص أفكارها وايديولوجياتها في شعارات مختصرة والدعاية لها.

---

<sup>1</sup>-عامر مصباح، مرجع يبق ذكره، صص 33-34.

6- أسلوب منطاد الاختبار: يتم عن طريق جس النبض لمعرفة موقف الجمهور من قضية معينة أو ردة فعله على قرار سياسي معين.

8- أسلوب التضخيم والمبالغة: يتم من خلال التهويل والتضخيم للأحداث<sup>1</sup>.

ث- عوامل نجاح الدعاية:

- إشباع حاجات الافراد النفسية والاجتماعية حتى تجد اهتماما لها.
- عدم معاكسة أفكار الدعاية لمعتقدات الناس ومبادئ دينهم أو عاداتهم.
- تستهدف تعديل الاتجاهات لا تغييرها بشكل كلي، اي الاعتدال لضمان الاستمرارية.
- الاعتماد على العبارات والاشارات والوسائل الفنية التي تجذب انتباه الناس واهتمامهم.
- توظيف الشخصيات المحبوبة وذات النفوذ الشعبي في نشر الدعاية بين الجماهير.
- توظيف مفاهيم علم النفس الاجتماعي للتأثير في الرأي العام.
- التحديث باستمرار في وسائل الدعاية وأفكارها و آلياتها حتى تخرج عن المألوف<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> - عامر مصباح، مرجع سبق ذكره، ص 37-38.

<sup>2</sup> - نفس المرجع السابق، صص 40-41.

## ثانيا: الاشهار والاعلان:

**1-تعريفه:** يرى البعض بانه لا يوجد معنى اصطلاحي للإعلان خاصة وان هذا المعنى لم يتحدد الا في عام 1819 في دائرة المعارف للبستاني، حيث ذكر بان المقصود بالإعلان هو الاظهار والنشر، كما نجد في اللغة الانجليزية ان كلمة الاعلان Adversiting مشتقة من كلمة Advert ويقصد به لغة الانتباه لشيء ما، وبإيجاز فان المعنى الاصطلاحي للإعلان يقصد به الاشهار ولفت الانتباه والانظار الى الشيء المراد الاعلان عنه ومن اهم التعاريف يمكن ذكر التعاريف التالية:

- "انه اتصال غير شخصي للمعلومات، و هو ذو طبيعة إقناعيه حول المنتجات والخدمات والافكار للممول، معروف يدفع ثمن إعلانه في الوسائل الاعلامية المختلفة".

- "الإعلان يمثل عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا لتوصيل معلومات معينة الى فئات من المستهلكين حيث يفصح المعلن عن شخصيته في الاعلان"<sup>1</sup>. فالإشهار يمثل عملية اتصالية بين منتج ومستهلك يتطلب دفع مقابل وافصاح المعلن عن هويته.

- " الاشهار هو اتصال جماهيري له عدة أهداف ومصالح محددة للمعلن الذي يدفع للوسيلة الاعلامية لبث رسالة تنجزها عادة وكالة إشهارية".

---

<sup>1</sup>-كمال خورشيد مراد، مرجع سبق ذكره، ، صص 401-402.

- "الاشهار يعتبر التقنية التي تسهل الدعاية لبعض الافكار أو العلاقات الاقتصادية بين بعض الرجال الذين لديهم بضائع أو خدمات للعرض ورجال آخرين يهتمهم استعمال تلك البضائع... فالإشهار عملية اتصال غير شخصي من خلال وسائل الاتصال العامة، بواسطة معلنين يدفعون ثمنا معيناً لا يصل معلومات معينة الى فئات معينة من المستهلكين بحيث يفصح المعلن عن شخصيته"<sup>1</sup>.

## 2- خصائصه:

- الاعلان نشاط اتصالي يدخل ضمن أنشطة الاتصال الجماهيري.
- الاعلان مدفوع الاجر.
- يستخدم من قبل المنظمات الربحية وغير الربحية.
- يستخدم جميع وسائل الاتصال والاعلام الجماهيري.
- وضوح شخصية المعلن وهويته.
- المعلن مطالب بدراسة جماهير المستهلكين لكي يتم تصميم الاعلان وفق الظروف الموضوعية.

---

<sup>1</sup>-عبدالنور بوصابة، أساليب الاقناع في الاشهار التلفزيوني، تاكسيج للدراسات والنشر والتوزيع، الزائر، 2014، ص

-يستهدف تقديم معلومات واقناع الجمهور<sup>1</sup>.

-الاعلان نشاط له هدف محدد يتمثل في تحقيق مصلحة المعلن.

-يعتمد على التكرار للوصول الى مختلف الجماهير المستهدفة وتحقيق التأثير التراكمي.

-يتوفر على عناصر الجذب للنظر والاهتمام والاستحواذ<sup>2</sup>.

### 3-أنواع الاشهار ومعايير تصنيفه:

1-معيار الجمهور المستهدف: ينقسم الاشهار وفقا لهذا المعيار الى:

-الاشهار الصناعي: يقع على عاتقهم شراء أو تأثير على شراء المنتجات الصناعية فهو

اشهار صناعي لأنه يستهدف الجمهور الذي لا يهتم بالمنتج وانما بوسائل صناعته.

-الاشهار التجاري: انه اشهار تقوم به المؤسسات المنتجة من خلال الوسائل ذات الاثر

الجماعي من أجل كسب العملاء أو زيادة عددهم أو حتى الحفاظ عليهم.

-الاشهار المهني: يستهدف جمهور معين مثل الاطباء مثلا.

### 2-معيار الغرض من الاشهار:

-الاشهار الاولي: يهدف لزيادة الطلب على السلعة بغض النظر عن العلامة التجارية.

---

<sup>1</sup>- كمال خورشيد، مرجع سبق ذكره ، ص 403.

<sup>2</sup>-منى الحديدي، الاعلان، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002، ص 41.

-الاشهر الانتقائي: يقدم المنتج بالتركيز على العلامة التي ينتمي إليها، فيستهدف التشهير وزيادة الطلب على تلك الماركة فقط ولا يمكن للمؤسسات الاخرى المنافسة لها.

-الاشهار التدعيمي: يهدف لتذكير المستهلك بان المنتج مازال موجودا في السوق.

-الاشهار الدفاعي: يمثل استراتيجية دفاعية من طرف المنتج مما وصل إليه من رقم أعمال و حجم المبيعات والحصة التي يمتلكها في السوق.

-الاشهار المقارن: من خلال نقد منتجات الغير وإبراز نقائصها.

3-معيار المنطقة الجغرافية: ينقسم الاشها وفقا لهذا المعيار الى:

-الاشهار المحلي، الاشهار الوطني. -الاشهار الدولي.

4- معيار الوسيط الاشهاري: وذلك وفقا لنوع الوسيلة المستخدمة<sup>1</sup>، اما ان يكون اشها تلفزيوني او اشهار اذاعي او مطبوع او الكتروني.

5-معيار مجالات الاشهار واستخداماته:

-الاشهار التعليمي: يتم في المرحلة الاولى من بث الاشهار بهدف التعريف بالمنتج.

-الاشهار الارشادي: من خلال توفير معلومات حول المنتج.

-الاشهار التذكيري: يهدف لتذكير المستهلك بتواجد المنتج.

---

<sup>1</sup>-عبدالنور بوصابة، مرجع سبق ذكره، ص 48.

الإشهار الاعلامي: تقدم معلومات حول المنتج لتقوية الصلة بالمستهلك

**ثالثاً-الإشاعة:** هي نشر الخبر بصفة غير منتظمة و بدون التحقيق من صحة الخبر ، فالإشاعة لها علاقة وثيقة بعملية الاتصال و الاعلام ، لأنها تنتشر الخبر مثلثيها غير انها تختلف عن هذا الاخير في كونها تنتشر الخبر بشكل سبه خف يو بسرية و تنتكر عن مصادرها و تمتنع عن ذكرها كما تنتشر اخبارا وهمية و قد تكون حقيقية و لكن تلبسها الكثير من التحريف و التشويه مما يشوه من الخبر الاصلي و هي عملية لا تتم في وقت واحد مثل الاعلام و لكن تتم بتدرج، و تستعمل وسائل الاعلام بشكل قليل حيث تركز على الاتصال الشخصي<sup>1</sup>. من اهم التعاريف المقدمة نذكر التعاريف التالية:

- " انها عبارة عن قصص غير متحقق منها تنتشر في المجتمع و يزعم فيها وقوع حادثة معينة".

- " انها معلومة لا يتحقق من صحتها ولا من مصدرها تنتقل عن طريق النقل الشفوي".

- " انها الاحاديث والاقوال والابخار والروايات التي يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها ودون التحقق من صدقها، ويميل كثير من الناس الى تصديق ما يسمعونه دون محاولة التأكد من ذلك." تقوم الإشاعة على أساس انتزاع بعض الاخبار أو المعلومات أو معالجتها والتأكيد أحيانا بالحذف والتهوين ثم القاء ضوء باهر على معالم محددة، تجسم بطريقة

<sup>1</sup>- زهير احدان، م س ذ، ص 30

انفعالية وتصاغ بصياغة معينة بحيث يتيسر للجماهير فهمها وسريانها واستيعابها على اساس اتصالها بالأحداث الجارية وتماشيها مع العرف والتقاليد"<sup>1</sup>.

## 2- خصائصها:

- تفترض الانتقال عن طريق الاتصال الشفوي من خلال الكلمة المسموعة.
- الغموض وعدم الاعلام الكافي بالنسبة للواقعة، فالنقص الاعلامي هو الظرف المناسب للإشاعة وانتشارها.
- أهمية الواقعة أو الشخص أو الصفة موضع الاشاعة.
- تتصل الاشاعة بالرأي العام المكون مبقا وتستند إليه وتستطيع تعديله جزئيا أو مؤقتا وتهدف الى التأثير النفسي في الرأي العام المحلي.
- الاشاعة قد تمثل تعبيراً عن حالة الكبت<sup>2</sup>.

## 3- تصنيفات الاشاعة:

-التقسيم الاول: إشاعات الكراهية، إشاعات الخوف، إشاعات الاحلام والاماني، الاشاعات الفضولية.

<sup>1</sup>-ميلود سفاري، مرجع سبق ذكره، ص 22

<sup>2</sup>-المرجع السابق، ص 23.

**التقسيم الثاني:** إشاعات محلية، إشاعات قومية، إشاعات عالمية.

-**التقسيم الثالث:** اشاعات ذات أسلوب مباشر ثم إشاعات ذات أسلوب غير مباشر.

#### 4-مراحل انتشار الاشاعة:

-**مرحلة: التغيير والتشويه:** أي ان الاشاعة في أول مراحلها تفقد العناصر الفرعية، أي تفقد جزء من مضمونها أثناء الانتقال من مرحلة لأخرى.

-**مرحلة التضخيم والمبالغة:** في المرحلة التي تفقد الاشاعة جزء من مضمونها فإنها تكتسب عناصر جديدة مختلفة وكاذبة تتضمن تضخيما حول تلك الواقعة.

-**مرحلة التنسيق:** ككل اختلاق فانه في حاجة الى منطق خاص ومزدوج: منطق يؤكد على الكذب ويدافع عنه، ومنطق يخلق التناسق بين الكذب والحقيقة في الاشاعة من أجل اتاحة الفرصة لعملية الاقناع لتحقيق الهدف المطلوب<sup>1</sup>.

#### المحور الرابع: ماهية علوم الاعلام والاتصال

-**تعريفها ومجالات اهتمامها:** هي الإطار الموضوعي الذي يضم كافة الأنشطة والعمليات الإعلامية والاتصالية، والجهود المنظمة والدقيقة التي تستهدف توفير المعلومات عن الجمهور وقنوات الاتصال ووسائله التي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات وتخطيط الجهود الإعلامية والاتصالية. كما يشمل كافة العناصر الداخلة في العملية الاتصالية (الجمهور،

---

<sup>1</sup>-نفس المرجع السابق ص 52-53.

الرسائل، المصادر، التأثيرات) بطريقة متوازنة تساعد على وضع استراتيجيات إعلامية ناجحة<sup>1</sup>.

### -ظروف نشأتها وتطورها في العالم:

ان الحديث على تطور علوم الاعلام والاتصال يقودنا للحديث عن تطور البحوث الاعلامية والاتصالية بشكل خاص، هذه البحوث التي مرت بنفس مراحل تطور العلوم الاجتماعية بشكل خاص ويمكن أن نوضح ذلك من خلال المراحل التالية:

1-المرحلة الفلسفية: تبدأ بحصول تراكم معرفي على مستوى تخصص علمي ما، مما يؤدي إلى عجز أدواته التحليلية(مناهج وأدوات) من معالجة هذا الكم المعلوماتي الأمر الذي يدفع إلى التفكير في إيجاد أدوات تحليلية بديلة. لتحقيق هذه الغاية لا بد من الدخول في مرحلة فلسفية للعلم الذي هو في طور الظهور، حيث يتم في هذه المرحلة التركيز على تحديد مجالات اهتمام جديدة عبر تكوين مفاهيم عامة وإعادة النظر في الافتراضات الأساسية المعروفة وكذا في المناهج وأدوات البحث. وإذا كللت هذه الجهود باتفاق الباحثين على المناهج والأدوات والمواضيع، فإن المرحلة الفلسفية تكوم قد وصلت إلى نهايتها ليتم الانتقال إلى المرحلة التجريبية التي يختبر فيها هذا الاتفاق ميدانيا، إذا حدث العكس تستمر المرحلة الفلسفية.

---

<sup>1</sup> -سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 2006، ص 19.

و في مجال علوم الإعلام غلب على البحوث الطابع الفلسفي والتاريخي والقانوني الأدبي ولم تواكب التطور العلمي، مع اختراع المطبعة كانت البحوث الإعلامية ضمن الأبحاث الإنسانية تعتمد على الحدس والتخمين. مع مطلع ق 20 ظهرت محاولات جديدة لتطبيق أساليب جديدة مثل جهود daniel strach عن الإعلان والإذاعة والتلفزيون 1922-1927 حيث حاول تطبيق أساليب القياس الكمي، كما نشر ليبمان كتاب حول الرأي العام سنة 1922 كانطلاقة لتأسيس البحث في الاتصال (رغم الانتقادات الكثيرة التي تعرض لها)<sup>1</sup>.

2- المرحلة التجريبية: نقصد بها تطبيق مناهج البحث العلمي الحديثة في معالجة الظواهر الإعلامية، جاء ذلك بعد انتقال العلوم الاجتماعية خلال ق 20 من الطور الفلسفي إلى طور الدراسات التجريبية نظرا لعدة عوامل.

-انتشار الصحافة وتناولها لمختلف القضايا الاجتماعية خلال ح ع 1 (الدعاية) دفع الباحثين لدراسة محتوى هذه الصحف مثل ما فعل لاسويل هارولد لدراسة مضامين الصحف. هذه الجهود دفعت مدرسة الصحافة في كولومبيا في و م أ لأخذ جهود لاسويل وتطوير أساليب القياس الكمي، حيث استخدمت طرق العد والقياس (عناصر المساحة، المواضيع، الصور) كوحادات في القياس الكمي مما أدى لانتقال البحث للمرحلة التجريبية.

-ظهور الراديو في منتصف العشرينات كأداة اتصال جديدة ودخوله منذ الثلاثينات مجال الاستخدام الواسع ، جعله موضع البحوث مثل قياس الجمهور لتحسين مستوى الإعلام ، مع

---

<sup>1</sup>-احمد بن مرسي ، الاسس العلمية لبحوث الاعلام و الاتصال، ط1، دار الورسم، الجزائر، 2013، ص 92.

الإشارة إلى أن بحوث الإعلام الأولى استعارت أدواتها التحليلية من العلوم الأخرى (علم الاجتماع وعلم النفس) مما جعلها محتواة في علوم أخرى وكونه أيضا مجالا حتميا لكل العلوم الأخرى<sup>1</sup>.

-عوامل تطور علوم الاعلام والاتصال: لقد ارتبط تطور علوم الاعلام والاتصال بمجموعة من العوامل يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

-ازدياد اهتمام الهيئات الحكومية بالدعاية خلال الحرب العالمية الاولى والثانية، مما أدى لدراسة تأثيرات هذه الوسائل على الرأي العام، مما ساعد على الاهتمام بتطوير مناهج البحث الحديثة وتطبيقها على نطاق واسع لقياس التأثير.

-بدت الجماهير في المجتمعات الديمقراطية تشعر بالقلق من استخدام وسائل الاعلام في السيطرة السياسية في الاتحاد السوفياتي وإيطاليا و ألمانيا.

-احتكار ملكية وسائل الاعلام في أيدي أقلية في الولايات المتحدة وانجلترا والدول الاوروبية الاخرى واختفاء التنافس بينها...مما اثر قلق المصلحين الاجتماعيين من هذا الاحتكار.

-اشتداد المنافسة بين الراديو ومن بعده التلفزيون وبين وسائل الاعلام القديمة للحصول على دخل أكبر من الاعلان.

---

<sup>1</sup> -نفس المرجع السابق ، ص 26-32

-الاهتمام بدراسة التأثير السياسي لوسائل الاعلام وبشكل خاص أثناء حملات الانتخابات

الرئاسية لمعرفة دور الاتصال الشخصي والجماهيري ف هذا المجال.

-التعاون بين وسائل الاعلام والهيئات الأكاديمية في إجراء الابحاث<sup>1</sup>.

اما بالنسبة للعوامل التي ساعدت على تطور بحوث التأثير في مجال علوم الاعلام و

الاتصال فيمكن ان نلخصها في النقاط التالية:

-الاعلان و اهميته في دعم الابحاث حول تأثير وسائل الاعلام على الجمهور نتيجة اهتمام

المعلنون باهمية معرفة فاعلية اعلاناتهم لدى الجمهور.

-الدعاية المرافقة للحربين العالميتين مما دع الحكومات في انشاء مراكز للبحث و التحليل.

-ظهور الراديو و التلفزيون و توظيفهما في الحملات الانتخابية في امريكا.

-الاهتمام بالتنمية القومية للدول مما حفز على دراسة اهمية وسائل الاتصال و ازدهار

بحوث تدفق المعلومات و انتشار المبتكرات و دور الاتصال فيها.

-الثورة التكنولوجية في الاتصال و اهتمام الباحثين بتاثير هذه الثورة الاتصالية على

المستويات المحلية و الدولية و تاثيرها على الافراد.

-توظيف الكمبيوتر في طرق جمع البيانات و تحليلها ساعد في إيجاد الطرق الملائمة

لدراسة المشكلات الاعلامية و تاثير وسائل الاتصال على الجمهور<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - جيهان أحمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993، ص 28-29.

## -الاتجاهات البحثية في علوم الاعلام والاتصال.

يرجع الفضل في تطور بحوث الاعلام الى هارولد لازويل وبول لازسفيد وكورت لوين وكارل هوفلاند في تطوير أبحاث الاعلام والاتصال بالجماهير لمساهماتهم في بناء الاسس الحديثة لنظريات الاتصال وسنوضح ذلك من خلال طرح أهم الاتجاهات في بحوث الاعلام:

**1-الاتجاه السياسي لبحوث الاعلام:** يمثل هارولد لازويل التيار السياسي الذي يهتم باستخدام تحليل المضمون كسلوب من أساليب القياس، ويعتبر من علماء السياسة تدرب في جامعة شيكاغو ودرس بها. كما درس الدعاية ودور وسائل الاعلام في الدول والمجتمعات بالإضافة لدراسته للقائمين بالاتصال من ذوي النفوذ السياسي، واشتهر خاصة في مجال تحليل المضمون على أساس علمي.

**2-الاتجاه السيكولوجي الاجتماعي:** يعتبر الكثير من علماء النفس ان مجال علم النفس الاجتماعي من المجالات الاساسية للدراسات الاعلامية، ومن أهم الرواد نذكر: كارل هوفلاند، كورت لوين، بول لازسفيد حيث ترك هؤلاء بصماتهم في المجال الاعلامي، هوفلاند درس عملية الاقناع، لوين درس وقام بتجارب حول الجماعات والأدوار الاجتماعية و لازسفيد ركز في أبحاثه على دراسة استقصاء الرأي العام وتأثير وسائل الاعلام وبشكل

العلاقة بين التأثير الشخصي وتأثير وسائل الاعلام وذلك في مركز الابحاث الاجتماعية التطبيقية بجامعة كولومبيا. أما كارت لوين الذي ولد ف اوروبا ثم هاجر الى أمريكا فقد انصب اهتمامه على دراسة ديناميكية الجماعة، الاتصال داخل الجماعات و كذا تأثير جماعات الضغط وتأثير أنماط الجماعة على تصرفات واتجاهات أعضائها، كما درس أسباب السلوك مركزا على الاعتبارات الاجتماعية في جميع جوانب الحياة<sup>1</sup>.

أما هوفلاند الذي يعتبر عالم نفس إجتماعي ونال شهرة كبيرة قبل ح ع 2 كعالم من علماء النفس التجريبي، فقد اهتم بدراسة الاتصال وتغيير الاتجاهات معتمدة في دراساته على التجربة والقياس الدقيق من خلال السيطرة على متغيرات الدراسة وتنوع متغير واحد فقط. كما قام ببناء علم جديد للبلاغة وتأثير القائم بالاتصال الذي يؤمن الجمهور بصدقه. وقد تفرع عن هاذين الاتجاهين الكثير من المجالات من بينها: المجال التاريخي، المجال الاصلاحى، المجال الصحفى، المجال الذي يدرس فلسفة اللغة والمعاني، المجال الذي يدرس دور الاعلام في نشر الافكار المستحدثة<sup>2</sup>.

## المحور الخامس: المداخل النظرية المفسرة للاتصال الجماهيري:

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع السابق.

<sup>2</sup> - جيهان أحمد رشتي ، مرجع سبق ذكره، ص 34-38

فيما يخص الاتصال تم شرحه اما جماهيري فان اصلاح جمهرة او حشد يشير الى مجموعة كبيرة من الناس تأتي من جميع مجالات الحياة و من مختلف الطبقات الاجتماعية، تتضمن أفرادا يختلفون في مراكزهم و مهنتهم و ثقافتهم و ثرواتهم، و كل فرد مجهول الهوية و لا يتفاعل مع الاخرين و لا يتشاور معهم، فافراد الجمهور منفصلين عن بعضهم البعض ماديا كما انهم غير قادرين على العمل كوحدة بشكل فعال.

و كلمة اتصال جماهيري أصولها حديثة و قد استمدت من التشابه بينها و بين اصطلاح أقدم و هو الانتاج الجماهيري، و اصطلاح جماهير يرتبط بالثورة الفرنسية و هو تعبير مقرون بالخوف و الاحتقار<sup>1</sup>.

يمكن ان الاتصال الجماهيري بكونه ذلك الاتصال الذي يتم عبر وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة من تلفزيون و صحافة مطبوعة و الكترونية و عبر الاذاعة و السينما و كل اعلام يتم عبر التكنولوجيات الحديثة للاتصال و هذا ما يسمى بالاعلام الجديد او الرقمي او الالكتروني الذي يستند الى الانترنت كآلية ضرورية خاصة في ظل توفر مختلف وسائل الاستخدام الفردي مثل الهواتف الذكية و اللوحات الالكترونية.

**أولا - النظريات النقدية:** تفترض النظريات النقدية أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم، والعمل على دعم الوضع القائم وتتفق

---

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 56.

الدراسات النقدية في تحديد علاقة وسائل الإعلام بالقوى الاجتماعية والسياسية على النحو التالي:

1. إن محتوى وسائل الإعلام يروج اهتمامات الجماعات المهيمنة في المجتمع، وبميل هذا المحتوى إلى التغطية غير المتوازنة للعلاقات الاجتماعية.

2. تحليل المعاني الرمزية للمحتوى الذي تروجه المصالح الرأسمالية لجذب اهتمام الطبقات العاملة.

3. فضح أسطورة حياد الدراسات الإعلامية الأمريكية التي يمولها كبار رجال الأعمال لخدمة الثقافات المهيمنة. وتتنمي النظريات النقدية إلى الفكر الماركسي وهي تمثل مدخل يطلق عليه المدخل الثقافي، وتستمد هذه النظريات أفكارها من مدرسة فرانكفورت وأعضائها البارزين "هورخيبر"، "أدورنو"، و"ماركوزي". وكانت هذه المدرسة قد بدأت نشاطها في جمهورية "فيمار" الألمانية ثم هاجرت إلى الولايات المتحدة في أعقاب تولى النازي الحكم في ألمانيا<sup>1</sup>.

وبلخص "ستيوارت هول" Hall أحد أبرز رواد النظريات النقدية الأعمال التي قام بها

مركز الدراسات الثقافية المعاصرة بجامعة برمنجهام على النحو التالي:

1. دراسة محتوى وسائل الإعلام على المستوى الأوسع Macro Level بدلا من نماذج التأثير المباشر التي تعتمد على (مثير / استجابة)، والتأكيد على قوة وسائل الإعلام

---

<sup>1</sup>--حسن عماد مكايوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 120

الفكرية والثقافية، وتوضيح موقف الهيمنة من خلال الطريقة التي تقدم بها العلاقات الاجتماعية والمشكلات السياسية التي يتم تحديدها.

2. تحدي النظريات الخاصة بالنص الإعلامي بوصفه تقديمًا واضحًا للمعنى و إعطاء اهتمام أكبر للبناء اللغوي والفكري أكثر من مجرد تحليل المحتوى التقليدي.

3. التأكيد على العلاقة بين ترميز الرسائل الإعلامية وتباين تفسيرات الجمهور، بدلا من مفهوم الجمهور الموحد الذي اتفقت عليه الدراسات التقليدية.

4. الاهتمام بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تداول وتأمين تعريفات الهيمنة الفكرية وتقديمها، والتي تختلف تماما عن نماذج الثقافة الجماهيرية التي تتناولها البحوث الأمريكية<sup>1</sup>.

5. ويقسم محمد عبد الحميد النظريات النقدية إلى اتجاهين رئيسيين:

#### 1. مدرسة فرانكفورت:

هي إحدى المدارس التي قامت مبكرة على فكرة الماركسية الجديدة، اعتبارا من عام ١٩٢٣ في معهد الدراسات الاجتماعية بفرانكفورت، وقام بإعلاء فكرتها كل من: "ماكس هور خيبر"، "وتيو دور أدورنو". تتميز هذه المدرسة الى انها استندت الى الروح النقدية الماركسية كإطار مرجعي خاصة في مقاولاتها الفلسفية و نزعتها الانسانية العامة، و قد استندت في ممارساتها لعملية النقد الاجتماعي على المتغيرات الثقافية و السيكلوجية و اسقطت

---

<sup>1</sup> - نفس المرجع السابق، ص 120.

المتغيرات الاقتصادية، لذلك تتعرض النظرية للاستغلال الاقتصادي الذي يقوم عليه النظام الرأسمالي بل ركزت على الجوانب السيكولوجية و الثقافية<sup>1</sup>.

## 2. النظرية الثقافية النقدية:

تسود هذه النظرية في الدوائر الأكاديمية بإنجلترا ومن روادها «ستيوارت هول»، وتهتم بالتحليل الثقافي لتسجيل مدى ارتباط ما تقدمه وسائل الإعلام بحياة الناس، وتعتبر هذه المدرسة أن الهيمنة Hegemony التي ترددها دائما في بحوثها هي الأسلوب المناسب والسائد للعلاقة بين من يملكون ومن لا يملكون. وهم يرددون دائما مفهوم الهيمنة عندما يتحدثون عن الدور الثقافي للوسائل الإعلام. ويعتقد "هول" أن وظيفة وسائل الإعلام هي دعم الهيمنة لمن هم في مراكز القوة،<sup>2</sup>.

## 3-نظرية الاقتصاد السياسي Political Economy Theory :

وتركز نظرية الاقتصاد السياسي على تأثير القوى الاقتصادية في المجتمع على ما تقدمه وسائل الإعلام في هذا المجتمع. ومن المهم في هذه النظرية إدراك الارتباط بين النظام الاقتصادي والنظام السياسي، فالحكومة تسن القوانين التي تعمل على تسيير الأعمال وإنعاش الاقتصاد، ومن ناحية أخرى يعمل رجال الأعمال على مساندة الحكومة ودعم

---

<sup>1</sup>-يوسف محمد، النظريات النفسية و الاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة و الالكترونية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2015، ص 158-159.

<sup>2</sup>-حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 120-121.

مرسحها الساسين الذين يحمون المصالح الاقصادية من خلال دفع الضرائب والمنح والمساعدات التي تدعم الحكومة.<sup>1</sup>

## ثانيا - نظرية البنائية الوظيفية:

تركز البنائية الوظيفية على توضيح المهام التي تسعى أجهزة الاعلام لتحقيقها باعتبارها أحد المؤسسات التي تهتم بتفسير الاتجاهات و تقديم أنشطة المؤسسات الاجتماعية الاخرى في ضوء حاجات المجتمع، باعتبار ان الاعلام يمثل إحدى مكونات المجتمع الرئيسية، حيث تكمن وظيفة الاعلام في ربط أجزاء المجتمع و ضمان التكامل الداخلي، و قد دانييل كاتز وظائف وسائل الإعلام في المنفعة و الدفاع عن التراث و القيم و تقديم المعرفة إلا ان دنيس ماكويل قد حددها في :

-وظيفة الاعلام التي تتمثل في الرغبة في معرفة كل ما يدور من أحداث و وقائع.

-وظيفة تحديد الهوية التي تتمثل في دعم القيم الشخصية و انماط السلوك الاجتماعي المقبول و تحقيق الفرد لذاته و التوحد مع المجتمع.

-وظيفة التفاعل الاجتماعي. -وظيفة الترفيه.<sup>2</sup>

وقد قام "روبرت ميرتون" (1957) بتلخيص العملية البنائية الوظيفية للمجتمع فيما يلي:

1. إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظامه الأجزاء مترابطة وأنه تنظيم

للأنشطة المرتبطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.

---

<sup>1</sup>-حسن عماد مكاوي، ليلي السيد، مرجع سبق ذكره، ص 118-121.

<sup>2</sup>-مرفت الطرابيشي، مرجع سبق ذكره، ص 93.

2. يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي، وإذا حدث أي نوع من التنافر داخله، فإن قوى معينة سوف تنشط من أجل استعادة التوازن.
3. تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره وبمعنى آخر، فإن كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.
4. إن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده، أي أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبي الحاجات الملحة للنظام، وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش، و يمكن القول بأن وسائل الإعلام تعد من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي، ولا يستطيع المجتمع المعاصر - بالشكل الذي تعرفه - أن يستمر بدون هذه الوسائل<sup>1</sup>.

#### -الانتقادات الموجهة لهذا المنظور:

من أهم الانتقادات في هذا المجال هو التفسير الغائي الذي يعني في جوهره اهتمام النظرية بفروض عامة غير قابلة للاختبار حتى ان كوهين يرى ان ما تقدمه الوظيفية من فروض يتطلب نوعا من التحقيق العلمي لا يوجد ف علم الاجتماع. فالانتقادات الموجهة للقدرة التفسيرية للنظرية بعدم وضوح ما قدمته من قضايا وفروض وما تضمنته من مفاهيم تنقصها الدقة والاتفاق على مدلولاتها من جهة اخرى.

#### 2-الانتقادات المتعلقة بجوهر النظرية:

---

<sup>1</sup>-حسن عماد مكاوي، ليلي السيد، م س د، صص 126-128

-المبالغة في محاكاة العلوم الطبيعية نتيجة عدم ادراك الفروق الجوهرية بين طبيعة الظاهرة الاجتماعية والظاهرة الطبيعية.

-المبالغة في تقدير اهمية الاشتراك في القيم باعتبار هذا الاشتراك يساهم في تحقيق التكامل والتناسق الاجتماعي ومكوناته، مما جعلها كأنها نموذج عضوي يسير بطريقة نمطية نحو التكامل ويتناقض مع حقيقة وجود التغير.

-اهمال لبعض أبعاد الواقع الاجتماعي: حيث قللت من بعض الأبعاد المهمة مما جعلها نظرية ذات منظور احادي متجاهلة للتغير والصراع الاجتماعي<sup>1</sup>.

#### المحور السادس: نماذج من نظريات الاتصال الجماهيري:

أولاً: نظريات التأثير المحدود: جاءت هذه النظريات بعد سقوط نظريات التأثير القوي لوسائل الاعلام وان تثيرها هو تأثير موحد ومباشر وسريع، وقد ظهرت متزامنة مع ظهور الراديو والسينما، وقد جاءت لتأكيد فرضية انتقال المعلومات على مراحل من خلال نظرية تدفق المعلومات على مراحل و دور القادة الراي في الحد من تأثير قوة وسائل الاتصال ومن اهم هذه النظريات نذكر النظريات التالية:

1-نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين: في بداية الاربعينيات من القرن الماضي بدأ الباحثون في و م أ يتحدثون عن التدفق الاعلامي على مرحلتين، حيث تصل الرسالة قبل

---

<sup>1</sup>-ميرفت كامل الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة، القاهرة، 2006، ص 109-110.

وصولها الى الجمهور الى قادة ال رأي ومن ثم الى الافراد العاديين الاقل نشاطا في المجتمع، فقد أظهرت التجارب العلمية التي أجريت في الولايات المتحدة من خلال الدراستين اللتين قاما بهما الباحث لازرسفيلد و زملاؤه ان الاتصال الشخصي أكثر تأثيرا وفعالية من وسائل الاعلام. وكانت هذه التجارب تمثل تحول كبير في مستويات تأثير وسائل الاعلام من القوة الى المحدودية.

تقوم هذه النظرية على فكرة ان المعلومات التي تنشرها وسائل الاعلام تنتقل الى الجمهور عبر مرحلتين: قادة الرأي يتعرضون غالبا للرسائل الاعلامية و من ثم تنتقل الى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية. فالجمهور يتأثر بطريقة غير مباشرة ، و هذا التأثير غير المباشر ينسجم مع تفسير قادة الراي للرسالة الاعلامية أكثر من التفسير المقصود للرسالة من مصدرها الاصلي وهي وسائل الاعلام، كما تؤكد فرضية النظرية على اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة وسائل اتصالية تمثل ضغوطا على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي<sup>1</sup>.

**2-نظرية انتشار المبتكرات:** ظهرت وتأثرت بالنظرية السابقة الذكر التي قدمها لازرسفيلد، تركز هذه النظرية على نشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات والتجديد بين الافراد في المجتمع، او قطاع منه بهدف تحقيق التنمية وهو في نفس الوقت يعتبر التغيير الهدف النهائي لها. قد انبثقت هذه النظرية عن نموذج التأثير الاجتماعي الذي أكد على دور البيئة

---

<sup>1</sup>-منال هلال الزهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة، الاردن، 2018، ص 283-285.

الاجتماعية في التأثير على سريان المعلومات وقبولها، أي ان تعرض الفرد لوسائل الاعلام بشكل انتقائي يظل خاضعا للفئات الاجتماعية التي ينتمي اليها، ذلك ان الفرد يتحرك في اطرها بما في ذلك دور قادة الرأي في تمرير المعلومات التي يستقوها من وسائل الاعلام بشكل كاف.

**فرضية النظرية:** يفترض هذا النموذج ان قنوات وسائل الاعلام تكون أكثر فاعلية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، في حين تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فاعلية في تشكيل المواقف حول الابتكارات الجديدة. ويوضح روجرز صاحب النظرية دور قادة الرأي كما يلي:

-يتعرض قادة الرأي لوسائل الاعلام أكثر من أتباعهم على مطالعة الصحف ومشاهدة البرامج المختلفة ذات الصلة باهتمامهم.

-يتصل قادة الرأي أكثر من غيرهم بالجهات المسؤولة عن برامج التغيير مثل المسؤولين عن مشاريع التنمية ويعبرون عن آرائهم بهذه البرامج ثم ينقلونها الى المسؤولين.

-يتميز قادة الرأي بمركز اجتماعي يمكنهم من التأثير على أتباعهم.

-قادة الراي أكثرهم تفتحا وتقبلا للأفكار الجديدة والتغيير من غيرهم.

-مشاركة قادة الرأي الاجتماعية أكبر من مشاركة الأتباع.

-قادة الرأي اكثر ابتكارية ولديهم أفكار جديدة وقدرة على ابتكار الحلول اذا كان النظام الاجتماعي يحبذ التغيير، وإذا كانت معايير المجتمع تقليدية و لا تحبذ التغيير فان قادة الرأي يكونون اقل ابتكارية لانهم يحاولون الالتزام بتوجهات نظامهم الاجتماعي<sup>1</sup>.

### الانتقادات الموجهة للنظرية:

-أثبتت الدراسات أن عملية تبني المبتكرات ليست محددة او منفصلة عن بعضها البعض لكنها عملية متداخلة.

-أثبتت الابحاث العلمية في مجال نشر المبتكرات ان المراحل الخاصة بتبني الافكار ليست متتالية أو متعاقبة بل ان الفرد قد يقفز من مرحلة لأخرى دون ان يمر بالمراحل الاخرى.

### 3-نظرية ترتيب الأولويات - Agenda - Setting Theory:

تهتم بحوث "ترتيب الأولويات" بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام، والجمهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهتم المجتمع. وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم في طبيعتها ومحتواها. هذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجيا ، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقلقون بشأنها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام. ترجع الأصول النظرية لبحوث "ترتيب الأولويات" إلى "والتر ليبمان"

<sup>1</sup>-منال هلال الزهرة، مرجع سابق، ص 293.

Lippman من خلال كتابه بعنوان "الرأي العام" (١٩٢٢) حيث يرى "ليمان": أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير Pseudo Environments وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع». وتركز هذه النظرية على أن في مقدور وسائل الإعلام أن تغير الاتجاهات حسب نموذج الآثار الموحدة في دراسات الإعلام المبكرة<sup>1</sup>.

### أنواع بحوث وضع الأولويات:

- 1-يركز هذا النموذج على قياس الاجندة المجمعدة للقضايا المثارة في وسائل الاعلام ويتم ترتيبها وفقا لأهمية ودرجة اهتمام وسائل الاعلام بها.
- 2-نموذج يركز على مجموعة من القضايا، ولكن ينقل وحدة التحليل من المستوى الكلى الذي يعتمد على معلومات تجميعية إلى المستوى الفردي.
- 3-نموذج يهتم بقياس أجندة القضايا في وسائل الاعلام ومقارنتها بالاجندة الفردية للجمهور.
- 4-نموذج يدرس قضية واحدة، وينطلق من الفرد كوحدة للتحليل<sup>2</sup>.

### الانتقادات الموجهة النظرية وضع الأولويات:

---

<sup>1</sup>-حسن عماد مكاي، مرجع سبق ذكره، ص 290

<sup>2</sup>-ميرفت كامل الطرابيشي، م س ذ، ص 268.

- اغفال الطبيعة التراكمية التي تبثها وسائل الاعلام و غياب الاسس النظرية التي ترتكز عليها هذه البحوث لكونها تركز على قضايا متخصصة.
- لم تحدد هذه النظرية مصدر التأثير على الجمهور.
- ضيق المجال الذي تتحرك فيه.
- غياب الاسس النظرية الذي ترتكز عليها<sup>1</sup>.

## 2-نظرية الإنماء الثقافي: Cultivation Theory

ظهرت نظرية الإنماء الثقافي في الولايات المتحدة الأمريكية خلال عقد السبعينيات كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام الترتكمية على المدى الطويل. وتذهب هذه النظرية إلى القول: بأن مداومة التعرض للتلفزيون تنمى لدى المشاهد اعتقاد بأن العالم الذي يراه على شاشة التلفزيون، إن هو إلا صورة من العالم الواقعي الذي يحياه". وترتبط هذه النظرية بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي "چورچ جربنر" Gerbner من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية ويهدف هذا المشروع إلى إقامة الدليل الإمبريقي على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية، واهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة هي:

1. دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.

2. دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.

---

<sup>1</sup>-منال هلال الزهرة، م س ذ، ص 320.

3. دراسة الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.

حيث تقترض نظرية الإنماء أن الأشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية ويشار إليهم عادة بكثيفي المشاهدة. يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من برامج التلفزيون أو لا يشاهدون ويشار إليهم عادة بقليلى المشاهدة ، ذلك أن كثيفي المشاهدة سيكون لديهم قدرة أكبر على إدراك الواقع المعاش بطريقة متسقة مع الصور الذهنية التي ينقلها عالم التلفزيون<sup>1</sup>.

#### افتراضات نظرية الإنماء:

1. يعد التلفزيون وسيلة فريدة للإنماء بالمقارنة بين وسائل الإعلام الأخرى.

2. تكون رسائل التلفزيون نظاما ثقافيا متماسكا يعبر عن الاتجاه السائد.

3-تحليل رسائل التلفزيون يقدم علامات لعملية الإنماء.

4 يركز تحليل الإنماء على مساهمة التلفزيون في نقل الصور الذهنية على المدى

البعيد.

5-يركز تحليل الإنماء على تدعيم استقرار المجتمع وتجانسه<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> - حسن عماد مكاوي، المرع السابق، ص 304.

<sup>2</sup> - نفس المرجع السابق، ص 302-307.

### ثالثاً-نظريات التأثير القوي، التراكمي:

يرى بعض الباحثين أن لوسائل الاتصال الجماهيرية تأثيرات قوية إذا ما تم استخدام هذه الوسائل في إطار حملات إعلامية منظمة حسب المبادئ الأساسية للاتصال، وسنتعرض لثلاث نظريات تفترض قوة تأثير الرسالة الإعلامية على جمهور المتلقين وهي:

1. نظرية "مارشال مكلوهان" حول وسائل الاتصال كامتداد للحواس.

2. نظرية "إليزابيث نويل - نيومان" دوامة الصمت.

#### 1- نظرية وسائل الاتصال كامتداد للحواس: قدم هذه النظرية "مارشال مكلوهان Marshal

Mcluhan" في الستينيات، وهي عبارة عن تصورات نظرية لتطور وسائل الاتصال وتأثيراتها على المجتمعات الحديثة، وتعتمد هذه النظرية على ثلاثة افتراضات أساسية نعرض لها على النحو التالي:

#### أولاً - وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان:

يرى "مارشال مكلوهان" ان الوسيلة هي امتداد للإنسان فكاميرا التلفزيون تمد أعيننا و الميكروفون يمد آذاننا، و الآلات الحاسبة توفر بعض أوجه النشاط التي كانت في الماضي تحدث في العقل فهي امتداد الوعي بوسائل الاعلام الجديدة كامتداد لحواسنا. كما يرى ان كل حقبة زمنية كبرى في التاريخ تستمد شخصيتها المميزة من الوسيلة الاعلامية المتاحة آنذاك على نطاق واسع، فهو يطلق على القرن العشرين عصر الطباعة حيث كانت الوسيلة الرئيسية لنقل المعرفة بين الناس، و اعلن ان الطباعة شجعت الفردية و النزعات القومية.

في حين ان التكنولوجيا قد حلت محل عصر الطباعة مما جعل الاتصال سريعا و جعل الشعوب تنصر في بوتقة واحدة فهي تقضي على الفردية، كما ركز ماكلوهان على الفرد معتبرا ان وسائل الاتصال هي امتداد للحواس عندما لا يكون بمقدورنا التواصل مع الاخرين دون أي وسيط أو وسيلة للاتصال الشخصي، بالتالي نضطر للاستعانة بوسائل الاتصال كامتداد لحواسنا من اجل الحفاظ على الاتصال بيننا.<sup>1</sup>

ويقسم "مكلوهان" تطور الاتصال الى أربع مراحل هي:

1. المرحلة الشفوية: التي تعتمد كلية على الاتصال الشفهي Totally Oral وقد

استغرقت معظم التاريخ البشري.

2. مرحلة الكتابة: وقد استمرت نحو الفى عام.

3. مرحلة الطباعة: من سنة. 15. إلى سنة ١٩٠٠ تقريبا.

4. مرحلة الوسائل الإلكترونية: منذ بداية القرن العشرين.

ويرى "مكلوهان" أن وسائل الاتصال الإلكترونية غيرت في توزيع الإدراك الحسي، أو كما يسميها "مكلوهان" "نسب استخدام الحواس" "Senso ry Ratios فامتداد أي حاسة يعدل من طريقة تفكيرنا وتصرفاتنا وإدراكنا للعالم من حولنا.

ومن الناحية السياسية، يرى "مكلوهان"، أن وسائل الإعلام الإلكترونية حولت العالم إلى قرية عالمية Global Village «تتصل جميع أجزائها بعضها ببعض، وتحت تلك الوسائل على العودة للحياة القبلية.

---

<sup>1</sup> -منال هلال الزهرة، مرجع يبق ذكره، ص 379-381.

ثانيا- **الوسيلة هي الرسالة** : بمعنى أن طبيعة كل وسيلة، وليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات، ويرى "مكلوهان" أن الرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه، كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع، فالمضمون غير مهم، وأن المهم هو الوسيلة التي تنقل المحتوى، ويشير "مكلوهان" إلى أن لكل وسيلة جمهوره من الناس الذين يفوق حُبهم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها، بمعنى آخر. التلفزيون كوسيلة هو محور الاهتمام كبير، فكما يحب الناس القراءة من أجل الاستمتاع بتجربة المطبوع، فإنهم يحبون التلفزيون بسبب الشاشة التي تعرض الصور و الصوت والحركة والألوان.

ويقترح "مكلوهان" أن بناء الوسيلة ذاتها مسئول عن نواحي القصور فيها، ومسئول عن مقدرتها في توصيل المضمون، فهناك مثلا، وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة، فمثلا : مشاهدة مباراة في كرة القدم أفضل في التلفزيون عنها في الراديو أو الجريدة، ومباراة كرة القدم الرديئة على الشاشة أكثر إثارة من مباراة عظيمة تذاع بالراديو.

وعلى خلاف ذلك، فإن مطالعة أخبار الجرائم في الصحف أكثر إثارة عنها في التلفزيون، ويبدو أن الكل وسيلة خصائص خاصة بها تجعلها الأفضل في إثارة موضوعات معينة<sup>1</sup>.

#### **-وسائل الاتصال الساخنة ووسائل الاتصال الباردة:**

ابتكر "مكلوهان" مصطلحات "الساخن" و"البارد" ليصف بناء وسيلة الاتصال، أو التجربة التي يتم نقلها، وكلمة "بارد" تستخدم في وقتنا الحاضر لتعني ما ألفنا على أن نطلق عليه كلمة "ساخن" في الماضي. ويهتم "مكلوهان" بالقدرة على التخيل الذي يعتبر محور فكرته

<sup>1</sup>-عماد حسن مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص275-277.

عن الساخن والبارد . ويرى «مكلوهان» أن الوسائل المطبوعة والراديو وسائل ساخنة، لأن كل منها تعتمد على استخدام حاسة واحدة فقط ولا تحتاج سوى لقدر بسيط من الخيال، في حين يرى السينما والتلفزيون من الوسائل «الباردة» التي تحتاج الى ممارسة جهد كبير في التخيل من جانب المشاهدين.

بهذا المعنى، يمكن القول: إن الآلية الذاتية Automation باردة، في حين أن الوسائل الميكانيكية ساخنة، والشخص التقليدي ساخن، في حين أن الشخص المتطور بارد. والوسيلة الساخنة درجة وضوحها مرتفعة High Definition وعلى درجة عالية من الفردية، وتحتوي على قدر كبير من المعلومات المطلوبة. أما الوسيلة الباردة فدرجة وضوحها منخفضة، وتنقل معلومات قليلة، وتحتاج إلى جهد من جانب الجمهور لاستكمال التجربة.

**فالمطبوع:** وسيلة ساخنة، لأنه يفرض نمطه على الصفحة ويتكرر لا نهاية له، وهو يقوم على التجريد، ويحمل الإنسان بعيدا عن العلاقات التقليدية الوثيقة إلى أسلوب الحياة الحديثة، من القبلية إلى الأمية، ومن الحرف اليدوية إلى الإنتاج على نطاق واسع، ويعتمد المطبوع على تعدد الرسائل والأنماط بشكل لانهاى تقريبا.

**والحديث:** وسيلة باردة، لأنه يطور تبادل للرسائل، مثيرات واستجابات ورجع صدى، وأنماط معقدة ومتداخلة للعلاقات الشخصية، ومجتمعات تركز على العائلة أو القبيلة.

**والراديو:** وسيلة ساخنة، لأن درجة مساهمة الجمهور فيه قليلة، وهو على درجة عالية من الوضوح، بمعنى أنه يوفر المعلومات بشكل عام، وبدون مساهمة كبيرة من الجمهور.

**والتلفزيون:** وسيلة باردة، لأنه يحتاج إلى قدر كبير من المساهمة من جانب الجمهور.  
فالتلفزيون سوف يعود بالفرد مرة أخرى إلى التجارب الجماعية للثقافة الشفهية، وسوف يشجع المساهمة بدلا من الانسحاب والعزلة، والعمل بدلا من الاقتصار على التفكير. ويعتقد "مكلوهان" أن التلفزيون يغير من نسيج المجتمع، وأن التحول عموما من وسيلة لأخرى يخلق ضغطة شديدة على المجتمع<sup>1</sup>.

و يطبق مكلوهان المصطلحين ساخن و بارد على التجارب و على الناس و على الدول فيقول ان وسائل الاعلام الباردة أفضل بالنسبة للأفراد الذين يتميزون بالطابع الفردي الى حد كبير، أي الافراد الاكثر برودا الذين يصعب إثارتهم و وسيلة مثل الراديو تحتاج الى صوت يتصف بخصائص تميزه عن غيره و يمكن التعرف عليه مباشرة، اما التلفزيون فيفضل الافراد الذين تكون لديهم درجة وضوحهم منخفضة جدا بحيث يظهرون عاديين و لكن بشكل ايجابي<sup>2</sup>.

من اهم الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

-في الوقت الذي اشار فيه مكلوهان الى ان وسائل الاعلام الالكترونية ساعدت في انكماش الكرة الارضية و تقلصها في الزمان و المكان حتى اصبحت توصف بالقريبة العالمية، إلا انه أدى الى ما يمكن تسميته بعص القلق لان الثورة الالكترونية تجبر الفرد الالتزام و المشاركة بعق و بغض النظر عن وجهة النظر التي يتبناها.

<sup>1</sup>-حسن عماد مكاي ، م س ذ ، ص 270.

<sup>2</sup>-جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993، ص 393.

-ان أفكار ماكلوهان أصبحت موضع انتقاد ذلك ان الاسس التي بني عليها نظريته في كتابه الشهير " الوسيلة هي الرسالة" الذين قال اننا نعيش في قرية عالمية، فان ريتشارد بلاك يعتبر ان القرية العالمية التي زعم ماكلوهان عن وجودها في الستينات من القرن الماضي و تتبا باكتمالها في نهاية القرن لم يعد لها وجود حقيقي في المجتمع المعاصر.

-ان التطور التقني الذي ركز عليه ماكلوهان عند وصفه القرية العالمية ادى لتحطيم هذه القرية و تحويلها الى شظايا، و اصبح العالم يشبه البناية الضخمة التي تضم عشرات الشقق السكنية التي يقيم فيها أناس كثيرون و لكن لكل منهم يعيش في عزلة<sup>1</sup>.

### 3-نظرية "إليزابيث نويل - نيومان" دوامة

#### الصمت : Spiral of Silence

تعد هذه النظرية واحدة من النظريات التي تؤكد على قوة وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، وقد طورت هذه النظرية الباحثة الألمانية "إليزابيث نويل - نيومان"

Eli ,sabethNoelle Neumann عام 1974 وترى « نيومان » ان عملية تكوين الرأي العام باعتبارها عملية ديناميكية، تتداخل فيها عوامل نفسية واجتماعية وثقافية وسياسية، بالإضافة إلى دور وسائل الإعلام كدور محوري في تكوين الاتجاه السائد حول القضايا المثارة في المجتمع. و كانت تتحرى عن ثلاثة متغيرات أساسية تساهم في تأثير وسائل الإعلام وهي:

<sup>1</sup> - منال هلال الزهرة، م س ذ، ص 398-399.

1. التأثير التراكمي من خلال التكرار: حيث تميل وسائل الإعلام إلى تقديم رسائل متشابهة

ومتكررة حول موضوعات أو شخصيات أو قضايا، ويؤدي هذا العرض التراكمي إلى

تأثيرات على المتلقين على المدى البعيد.

2. الشمولية: تسيطر وسائل الإعلام على الإنسان وتحاصره في كل مكان، وتهيمن على

بيئة المعلومات المتاحة، مما ينتج عنه تأثيرات شاملة على الفرد يصعب الهروب من

رسائلها.

3. التجانس: ويعني أن بين القائمين بالاتصال اتفاقا وانسجاما مع المؤسسات التي ينتمون

إليها مما يؤدي إلى تشابه توجهاتهم والقيم الإعلامية التي تحكمهم، ويؤدي ذلك إلى أن

الرسائل التي تتناقلها وسائل الإعلام المختلفة تبدو متشابهة ومتسقة، مما يزيد من قوة

تأثيرها على المتلقين.

وتؤدي هذه العوامل السابقة إلى تقليل فرصة الفرد المتلقي في أن يكون له رأيا مستقلا حول

القضايا المثارة، وبالتالي تزداد فرصة وسائل الإعلام في تكوين الأفكار والاتجاهات المؤثرة

في الرأي العام.<sup>1</sup>

وترى «نيومان» أن هناك عوامل عديدة تجعل الناس يحرصون على إبداء وجهات نظرهم،

والمشاركة بآرائهم منها:

1. شعور الفرد بالانتماء إلى رأي الغالبية.

2. الميل إلى التخاطب مع من يتفقون معنا في الآراء أكثر من الذين يختلفون معنا.

---

<sup>1</sup> -ميرفت كامل الطرابيشي، عبدالعزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة، ص 265.

3. الشعور بتقدير الذات يحث الفرد على إبداء رأيه.

4. يميل الأفراد من الرجال متوسطى الأعمار من الطبقة الوسطى إلى الحوار والمشاركة

بسهولة.

5. تشجع معظم القوانين الأفراد على إبداء آرائهم عندما يشعرون أنهم أكثر عدداً، ويمثلون

الأغلبية. وفي غير هذه الحالات سوف نجد أن الأفراد يميلون إلى التزام الصمت، ويزداد هذا

الصمت كلما ازدادت الضغوط لصالح رأي الغالبية.

وقد واجهت هذه النظرية بعض الانتقادات خاصة من الباحثين الأمريكيين ويمكن إجمالها

فيما يلي:

1. أشارت بعض الدراسات الإمبريقية الأمريكية إلى أن مفهوم الأقلية الصامتة Silent

Minority يفتقد إلى الدقة، فقد أشارت إحدى الدراسات الأمريكية إلى أن الأقلية المعارضة

لانتخاب الرئيس "جورج بوش" في حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ١٩٨٨ لم تكن

تؤثر الصمت وعدم النقاش مع الآخرين حول الحملة الانتخابية. كذلك فإن الأقلية قد

تتحدث مع الآخرين على الرغم من اختلافها معهم في الرأي بهدف كسب التأييد والمساندة،

ولا يرجع صمت الأفراد بالضرورة إلى الخوف من العزلة الاجتماعية وإنما قد يرجع إلى عدم

إلمام الأفراد بالقضية المطروحة للنقاش.

2. يشكك بعض الباحثين في افتراض المضمون المتسق والمتكرر لوسائل الإعلام، على الأقل في وجود الديموقراطيات الغربية التي تتعدد فيها الآراء والمصالح، ويصعب على وسائل الإعلام أن تتبنى اتجاهات واحدة وثابتة من القضايا المثارة لفترة زمنية طويلة.
3. وسائل الإعلام لا تعبر بالضرورة عن رأي الأغلبية، بل تعكس أحيانا رأي الأغلبية المزيفة التي تروج لها<sup>1</sup>.

### -القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة:

يعتبر القائم بالاتصال داخل المؤسسة الاعلامية أحد العناصر الفاعلة في نظام العمل الذي يدين أولا الى مجموع السياسات سواء كانت من السياسات التي يرسمها أصحاب الملكية أو القائمون عليها، و يعتبر التزام القائم بالاتصال بهذه السياسات ضرورة لاستمرار المؤسسة و استقرار علاقتها بالمجتمع، و هذا الالتزام يظهر فيما تقوم به من عمليات المراجعة للمحتوى حتى يتسق مع هذه الاهداف.

كما يتاثر عمل القائم بالاتصال بالسياسات و التوجيهات الخارجية التي تصدر عن مشرعين أو مسؤولين عن العمل أو المهنة، و هو الذي يتبلور في القوانين و التشريعات و النظم التي تضمن ضبط العملية الاعلامية من وجهة نظر السلطة.

و قد استخدم كيرت لوين مصطلح حارس البوابة في عام 1947 ليشير الى العملية التي تسير فيها المادة الاعلامية في قنوات حتى تصل الى الجمهور، و خلال هذه القنوات تمر

---

<sup>1</sup>-حسن عماد مكاوي، مرجع سبق ذكره، صص 274.

بعده نقاط تكتسب فيها تصريحاً بالمرور من هذه النقاط التي تشبه حواجز التفتيش ، و في هذه النقاط يتم اصدار التصريحات أي تقرير ما يمر و ما لا يمر، و سمي لوين هذه النقاط بوابات و الافراد الذين يقفون عليها حراس بوابة<sup>1</sup>.

فحسب لوين فان المادة الاعلامية حتى تصل الى الجمهور تمر بعدة بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل و يخرج ، و انه كلما طالت مراحل عبور المادة الاعلامية كلما كلما زادت البوابات التي يصبح فيها متاحاً لسلطة الفرد او عدة أفراد تقرير ما ان كانت الرسالة ستستقبل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها. و تجيب هذه النظرية على مجموعة من التساؤلات:

-على أي أساس يتخذ القائم بالاتصال قراراته؟

-ما القوى التي تؤثر في مراحل صناعة القرار في هذه السلسلة الطويلة؟

-كيف تتباين ظروف التحكم و السيطرة و علاقات القوى في الظروف الاجتماعية و

الاتصالية<sup>2</sup>؟ و من اهم العوامل التي تؤثر في حارس البوابة يمكن ذكر العوامل التالية:

1-معايير المجتمع و قيمه وتقاليده: حيث يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الاعلام من القوى الاساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأى نظام إجتماعي ينطوي على قيم و مبادئ يسعى لإقرارها و يعمل على تقبل المواطنين لها، حيث يرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية او التطبيع.

---

<sup>1</sup>-يوسف محمد، ، مرجع سبق ذكره، ص 313.

<sup>2</sup>-عباسي فضاة بصلي، محمد الفاتح حمدي،/ مرجع سبق ذكره، ص 323-324.

2-معايير ذاتية تشمل: عوامل التنشئة الاجتماعية و التعليم و الاتجاهات المتاحة و مصادر الاخبار المتاحة و علاقات العمل و ضغوطه: حيث تلعب الخصائص و السمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا في ممارسة دور حارس البوابة الاعلامية مثل النوع و العمر و الدخل و الطبقة الاجتماعية و الطبقة الاجتماعية و التعليم و الانتماءات الفكرية أو العقائدية و الاحساس بالذات. و يعد الانتماء عنصرا محددًا من محددات الشخصية لانه يؤثر في طريقة التفكير و التفاعل مع العالم المحيط بالفرد، كما ينتمي الفرد لبعض الجماعات التعليمية و الاجتماعية...التي تعد بمثابة جماعات مرجعية يشارك الفرد أعضائها في الدوافع و الميول و الاتجاهات، و هذا الاطار يؤثر في أفكار و معتقدات القائم بالاتصال التي تحدد له السلوك المتوقع في المواقف الاتصالية المختلفة.

3-معايير مهنية تشمل: سياسة الوسيلة الاعلامية و مصادر الاخبار المتاحة و علاقات العمل و ضغوطه: و تتضمن هذه المعايير سياسة المؤسسة الاعلامية، مصادر الاخبار، و علاقات و ضغوطات العمل التي تضع بصماتها على القائم بالاتصال و تجعل وظيفته تنافسية بطبيعتها حيث يستهدف كل صحفي الوصول لأكبر عدد من الجمهور، كما تقوم العلاقات العمل على مساعدته على تجاوز مخاطر المهنة و تحقيق الرضى الوظيفي الذي يؤثر على الدافعية و الانجاز.

4-معايير الجمهور: ان وسائل الاعلام يجب ان ترضي الجمهور و لكي يتحقق هذا يجب

معرفة الجمهور معرفة دقيقة من خلال الدراسات العلمية.<sup>1</sup>

## المحور السابع: النظم الاعلامية والسلطة السياسية

### 1- ماهية النظم الإعلامية وعلاقتها بالسلطة السياسية

«يرى في هذا المجال الأستاذ والباحث عزي عبد الرحمن أن الجدل الفلسفي والمعرفي لحرية التعبير والصحافة كان له اثر في تأسيس نظريات النظم الإعلامية شرقا وغربا، وأن أي نظام إعلامي يأخذ لون النظام السياسي والاجتماعي والحضاري الذي يعمل في سياقه، وأن العلاقة الجدلية بين الإعلام والنظام الاجتماعي وثيقة الصلة بالقيم والتصورات التي يحملها المجتمع فيما يتعلق بطبيعة الإنسان والمجتمع والدين والدولة والمعرفة والحريات الفردية والجماعية»<sup>2</sup>.

أي أن هناك علاقة اعتماد وثيقة متبادلة بين النظام والبيئة حيث أن تشكيل وأداء النظام السياسي لا يمكن أن يتم بمعزل عن معرفة الأساس البيئي بعناصره الطبيعية والتاريخية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، لذلك فإن إعلام كل دولة يعبر عن فكر فلسفة النظام السياسي، حتى نظريات الإعلام ذاتها تتحرك في إطار الأنظمة السياسية المختلفة وتنتهج مبادئها، مع الإشارة إلى أن هناك خلطا بين نظريات الإعلام ومفهوم النظم الإعلامية رغم

<sup>1</sup>-يوسف محمد، م س ذ، 327-329

<sup>2</sup>- عبد الرحمان عزي، قوانين الاعلام، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2014، ص 54.

وجود تداخل بينهما، فإذا كانت نظريات الإعلام تقوم على أساس تصورات فكرية فإن النظام الإعلامي يقوم على خمسة أبعاد تتمثل في:

1 - الفلسفة الإعلامية التي يقوم عليها النظام الإعلامي وهي مجموعة المبادئ والأسس الفكرية.

2 - السياسات الإعلامية وهي البرامج التطبيقية للفلسفة الإعلامية.

3 - الإطار القانوني الذي يترجم الفلسفة الإعلامية إلى تشريعات تحكم العمل في المؤسسات الإعلامية.

4 - البنية الاتصالية الأساسية التي تشمل: تكنولوجيا الاتصال والموارد البشرية الاتصالية الأساسية و الإمكانيات المادية وغيرها.

5 - وأخيرا تأتي الممارسة الإعلامية في الواقع الفعلي<sup>1</sup>.

فالنظام الإعلامي مرآة للنظام السياسي والاجتماعي والثقافي، يتجلى من خلال الأطر القانونية والسياسة الإعلامية التي تنظم الممارسة الإعلامية، ونظرا لتعدد الأنظمة السياسية تعددت كذلك الأنظمة الإعلامية التي ارتبطت بشكل كبير بنظريات الإعلام، هذه الأخيرة التي وضعت لوصف النظام الإعلامي القائم على بنية النظام السياسي السائد الذي يختلف من

---

<sup>1</sup> - د حنان يوسف. الإعلام والسياسة، مقارنة ارتباطيه، القاهرة، أطلس للنشر و التوزيع، 2006، ص 51، ص39.

مجتمع إلى آخر ومن مرحلة تاريخية إلى أخرى، وقد جاءت كذلك لتفسير العلاقة بين الإعلام والسلطة.<sup>1</sup>

وقد شاع تصنيف الأنظمة الإعلامية إلى أربع فئات النظام السلطوي والنظام الماركسي أو الاشتراكي ثم النموذج الليبرالي أو الرأسمالي وأخيرا نموذج المسؤولية الاجتماعية. وقد وضع هذا التصنيف استنادا إلى نظريات الصحافة الأربع التي وضعت منذ أكثر من نصف قرن لوصف النظام الإعلامي وقام بوضعها علماء الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية وهم: FRED Sibert فراد سيبرت و Theodor Terschodt تيودور ترسون و Wilbert shram ويلبار شرام، صيغت هذه النظرية في 1956 وطرحت للنقاش في أكثر من محفل علمي لكنها لم تظهر إلا في 1963 في كتاب تحت عنوان "نظريات الصحافة الأربع".

فيما يخص النظرية السلطوية في الإعلام ظهرت في أوروبا في القرنين 15 و 16 استندت إلى منطلقات فلسفية خاصة Platon Machiavelli ب ( أفلاطون ومكيافيللي) وهي ترى أن الحقيقة ليست نتاج جماهير عريضة من المجتمع ولكن نتاج أقلية من الحكماء الذين هم في وضعية قيادة وتوجيه أفراد المجتمع، وتتبع الصحافة في ملكيتها ومراقبتها الدولة التي توجه المحتوى وفق سياستها وتمنع بالمراقبة والحجز والمنع وحتى السجن ما يحيد عن ذلك باعتبار أن الحاكم يملك سلطة مطلقة في إدارة شؤون رعيته.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> -فاروق أبو زيد. الإعلام والسلطة، عالم الكتب القاهرة، 2007، ص 114.

<sup>2</sup> -عبد الرحمن عزي. قوانين الإعلام، مرجع سبق ذكره. ص 54، ص 55.

ابتداء من القرن 17 بفضل عوامل سياسية واجتماعية واقتصادية أخذت هذه النظرية تفقد مكانتها فظهرت النظرية الليبرالية بتطور المشاركة السياسية وحرية المعتقد وتوسع التبادل التجاري واعتماد اقتصاد السوق القائم على مبدأ دعه يعمل دعه يمر، وتقوم هذه النظرية على أساس أن الحقيقة ليست ملكية للسلطة وحق البحث عنها من الحقوق الطبيعية التي لا يمكن إنكارها، وتلعب الصحافة دور البحث عن الحقيقة لتقديم المعلومات بموضوعية ومهنية ومساحة للنقاش الحر الذي يستطيع الجمهور من خلاله مراقبة الحكومة وتكوين الرأي العام حول سياستها<sup>1</sup>. إن تطور المجتمع في بنياته الاجتماعية والاقتصادية أدى إلى ظهور بوادر أثرت سلبا على حرية التعبير والصحافة وتمثل ذلك في تمركز وسائل الإعلام في أيدي شركات احتكارية كبرى خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، قام ملاكها ورؤساءها بالتحكم في الحقائق والطريقة التي تقدم بها المعلومات إلى الجمهور واعتبرت لجنة حرية الإعلام التي تأسست بعد الحرب العالمية الثانية بأمريكا أو لجنة Hitchen "هيتشن" أن سلطة هذه الوسائل الإعلامية وموقعها الاحتكاري يفرض عليها التزامات يجعلها مسئولة اجتماعيا، هذه المسؤولية تلزم الوسائل الإعلامية أن تسهر على تقديم آراء كل الأطراف بإنصاف وفي حالة عدم التزام وسائل الإعلام بهذه المهام، يتم تعيين هيئة عمومية لإجبار هذه الأخيرة على الامتثال<sup>2</sup>.

تتمثل النظرية الأخيرة في النظرية الشيوعية التي تنطلق من نقد النظرية الليبرالية لحرية الإعلام التي ترى أن حرية الإعلام هي حرية الطبقة البرجوازية التي تملك وسائل الإعلام، لذلك

---

<sup>1</sup> - عبد الرحمن عزي، نفس المرجع السابق، ص 55.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 56 .

جاءت هذه النظرية رافضة كل أشكال الملكية الفردية لوسائل الإعلام وقدمت بديلا عنها تمثل في الملكية الاجتماعية لهذه الوسائل ممثلة في الحزب والحكومة والمنظمات الجماهيرية<sup>1</sup>. أهم ما يميز هذه النظرية الإيمان المطلق بالفلسفة الماركسية اللينينية التي انطلقت من أفكار الفيلسوف هيجل، ولا يحق امتلاك وسائل الإعلام والصحافة إلا للأعضاء الموالين والمتعصبين للحزب الشيوعي، ومن حيث الإشراف على وسائل الإعلام فهي تتم عن طريق سلطة الحكومة والعمل السياسي والاقتصادي وبالنسبة للمواد المحظورة في التشريعات الشيوعية فهي نقد أهداف الشيوعية والفلسفة الماركسية والحزب الشيوعي<sup>2</sup>.

وضعت هذه النظريات المختلفة لوصف الأنظمة الإعلامية القائمة على بنية النظام السياسي السائد في كل بلد، وهذه النظريات التي لم تكن يوما نظريات للصحافة وإنما هي نظريات فلسفة النظام السياسي الذي يقوم عليها، ولم تنشأ لتلبية احتياجات الصحفيين أو القائمين على العمل الإعلامي. فنظرية الليبرالية نشأت نتيجة للحراك السياسي ضد سلطة الإقطاع والكنيسة والذي فرضته التطورات الاقتصادية إبان عصر النهضة وظهر بدايات عصر الصناعة في أوروبا، والنظرية الشيوعية هي الإيديولوجية التي كانت سائدة في الدول الشيوعية والتي صبغت النظام السياسي والاجتماعي، والشيء نفسه عن بقية النظريات فهي ليست نظريات لفلسفة الإعلام

---

<sup>1</sup> - فاروق أبو زيد. الإعلام والسلطة مرجع سبق ذكره، ص 115.

<sup>2</sup> - بسام عبدا لرحمن المشاغبة. مرجع سبق ذكره، ص 130.

أصلاً، بل تصف النظام الإعلامي الذي ينشأ في ظل النظام السياسي الذي تحكمه واحدة من هذه النظريات التي كانت سائدة في تلك المرحلة.<sup>1</sup>

وأهم ما يميز هذه النظريات أنها تصف واقعا متغيرا كثيرا هذا ما جعلها تتعرض لانتقادات كثيرة قام البعض بتطويرها سواء بالإضافة أو الحذف، ومن أهم المحاولات تلك التي قام بها كل من (جون ميريل ورفال لونشتاين) في كتابهما: الإعلام وسيله ورسالة، حيث توصلا إلى أن النظريات السابقة تفتقد إلى المرونة اللازمة لوصف وتحليل كافة أنظمة الإعلام والصحافة الموجودة اليوم، واقترح لونشتاين سنة 1971 نموذجا معدلا لنظريات الصحافة الأربع يقوم على عنصرين:

1- ملكية وسائل الإنتاج: حيث يقرر بوجود ثلاثة أشكال من الملكية وهي الملكية الخاصة لوسائل الإعلام والملكية الحكومية والملكية الحزبية.

2- أما بشأن فلسفات وسائل الإعلام فإن الباحث المذكور يقرب وجود نظريات عدة وهي النظرية السلطوية والنظرية السلطوية الاجتماعية والنظرية الليبرالية والنظرية الليبرالية الاجتماعية والنظرية الاجتماعية المركزية. ويلاحظ أن لونشتاين لم يدخل أي تعديل على مفهومي السلطوية والليبرالية، كما أطلق على نظرية المسؤولية الاجتماعية اسم الليبرالية الاجتماعية وإضافة الوحيدة التي قدمها في هذا الصدد هي النظرية التي سماها الاجتماعية المركزية

---

<sup>1</sup> -مهند علي التهامي، سوّدد فؤاد الألوّسي. النظام الإعلامي العربي نحو نموذج نظري جديد، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 25، 24.

التي تقوم على فكرة التدخل الاجتماعي لفتح قنوات الاتصال في المجتمع، وأن ذلك يمكن أن يتحقق عبر الملكية العامة أو الحكومية لوسائل الاتصال<sup>1</sup>.

ومن أهم المحاولات في هذا المجال الرأي القائل بوجود ثلاثة أنظمة إعلامية وهي:

1- النظام الإعلامي الديمقراطي وهو يتركز في الأساس في الولايات المتحدة الأمريكية ودول غرب أوروبا.

2- النظام الإعلامي الشيوعي (عندما كان الاتحاد السوفيتي قائماً) يتركز في الاتحاد السوفيتي ودول شرق أوروبا والصين.

3- النظام الإعلامي التتموي ينتشر في غالبية بلدان العالم الثالث<sup>2</sup>.

كما قدمت الدكتورة حنان يوسف تصنيفاً آخر يقسم الأنظمة الإعلامية على المستوى الدولي إلى نوعين:

1- النظام الإعلامي الغربي: تمثل الولايات المتحدة الأمريكية المركز الرئيسي فيه وتتنمي إليها مراكز أقل أهمية داخل نفس النظام من دول غرب أوروبا وكندا واليابان وأستراليا في حين تمثل الدول النامية التابعة للنفوذ الغربي الأطراف الثانوية التابعة، يقوم هذا التصور الفكري لهذا النظام على الفلسفة الليبرالية بجناحيها الاقتصادي الذي يتمثل في الرأسمالية والسياسي المتمثل في الديمقراطية، وينطلق النظام الإعلامي الغربي من حق الفرد في المعرفة مع الأخذ بالتعددية

<sup>1</sup> - فاروق أبو زيد. الإعلام والسلطة، مرجع سبق ذكره، ص 115، 116.

<sup>2</sup> - نفس المرجع و الصفحة.

الاتصالية والملكية الفردية لوسائل الاتصال، لكن الواقع أثبت أن هذه التجربة متحيزة لصالح من يملكون الوسيلة وسيطرة الطابع الاحتكاري التجاري، وترسيخ دعائم الملكية الخاصة مما انعكس سلبا على مضامين هذه الوسائل التي أصبحت تتماشى مع سياسات ومصالح أصحاب الاحتكارات التجارية والملكية .

2- النظام الإعلامي الشرقي: يمثل الاتحاد السوفيتي السابق المركز الرئيسي بالإضافة لبعض الدول شرق أوروبا وبعض الدول النامية الخاضعة للنفوذ الشرقي وشكلت الفلسفة الماركسية الإطار الفكري للنظام الإعلامي الشرقي، تقوم على نقد الليبرالية واتهامها باستغلال البرجوازية الطبقة العاملة بينما يقوم البناء السياسي الاشتراكي على ديكتاتورية البروليتاريا ممثلة في الحزب الشيوعي ووسائل الاتصال وفقا لهذا المفهوم هي أداة وسلاح إيديولوجي لتحقيق الأهداف الاشتراكية وفي مقدمة ذلك، الملكية العامة لوسائل الإعلام والالتزام بالإيديولوجية الاشتراكية<sup>1</sup>.

نلاحظ من خلال هذه التصنيفات السالفة الذكر، أنها لا تختلف كثيرا عن نظريات الإعلام السابقة الذكر وأنها لم تتمكن من تقديم المعايير أو المحددات أو المقاييس التي نستطيع أن نقيم بها النظام الإعلامي في مجتمع ما. إن هذه النظريات تفتقد إلى الآلية اللازمة لوصف وتحليل أنظمة الإعلام القائمة اليوم، خصوصا وأنه تنتشر اليوم نظم إعلامية مختلطة خاصة في الدول النامية حيث تتعايش داخل النظام الإعلامي الواحد السمات السلطوية إلى جانب السمات الديمقراطية، سواء في أنماط ملكية وسائل الإعلام أو في محاسبة هذه الوسائل أو في درجة

<sup>1</sup> - حنان يوسف. مرجع سبق ذكره، ص 40، ص 41.

الحرية المسموح بها<sup>1</sup>. ومن جهة أخرى فان النظام الإعلامي الثنائي القطبية (الغربي والشرقي) قد تحول إلى نظام إعلامي أحادي القطبية، وذلك بعد انهيار الاتحاد السوفيتي في بداية التسعينيات من القرن الماضي وهيمنة النظام الإعلامي الغربي الليبرالي بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية<sup>2</sup>، التي تملك مقومات فرض سيطرتها في جميع المجالات بما فيه الجانب الاتصالي والإعلامي وتحول القطب الأمريكي إلى القطب المهيمن والمسيطر نظرا للتطور العلمي وتوفر الوسائل وهي تحتل المرتبة الأولى عالميا من حيث توزيع برامج التلفزيون.

### -التصنيفات الحديثة للأنظمة الإعلامية

1- نموذج Herbert Altuchel هيربرت التوشل: هناك تصنيف حديث وضعه البروفسور التوشل في كتابه ( وكلاء القوة ) الصادر عام 1984، تضمن هذا الكتاب فصلا بعنوان (سيمفونية الإعلام نظام للتصنيف) وضع من خلاله الكاتب تصنيفا وتصورا جديدا للأنظمة الإعلامية، إذ يرى من خلاله أن العالم كله سيمفونية ذات حركات مختلفة متحدة بالرغم ما فيها من تناقض، هذه السيمفونية ذات الحركات الثلاث هي نظام التصنيف الذي انتهى التوشل إلى رسم ملامحه، يقول هذا الأخير: «دعنا نعرف حركات سيمفونية الإعلام بالسوق والماركسي والسائر

<sup>1</sup> -فاروق أبو زيد. الإعلام وسلطة، مرجع سبق ذكره، ص 118.

<sup>2</sup> -فاروق أبو زيد، انهيار النظام الإعلامي الدولي، عالم الكتب، القاهرة، 1992، ص 14، 13.

أو المتحرك ، وفي كل حركة من الحركات الثلاث يعهد للإعلام بدوره الأساسي في النظام الاجتماعي، وهو دور تربية الناس لكي يتمكنوا من القيام بأدوارهم الفردية في المجتمع.» هذه الحركات الثلاث تساير الدلالات السياسية للعالم الأول والثاني والثالث<sup>1</sup>.

يمكن تعريفها اقتصاديا فيكون السوق تعويضا عن العالم الغربي والموالاة تعويضا عن الماركسي والسائر المتحرك تعويضا عن النامي، وهذه التسميات تعكس فلسفات اقتصادية أكثر دقة من الاعتماد على فلسفات إيديولوجية صارمة في الوقت الذي تزداد فيه هيمنة الاقتصاد وتحكمه في صيرورة المجتمعات، يهدف الإعلام في الحركتين الأولى والثانية إلى الحفاظ على ما هو كائن، بينما الحركة الثالثة مكرسة للتغيير وتحديث المجتمع<sup>2</sup>.

فالهدف الرئيسي من هذا النموذج هو تعويض تسميات الأنظمة الإعلامية المعروفة بأخرى ذات طابع اقتصادي، لأن العالم كله مرهون بالاقتصاد الذي أصبح يتحكم في تشكيل الأنظمة السياسية وان الإعلام سيمفونية ذات حركات ثلاث وفي كل حركة يقوم الإعلام بدور معين في النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه، مثلا في الحركة الثالثة يسعى الإعلام للتغيير مثلما هو الشأن في الأنظمة الإعلامية العربية، أما في الحركة الأولى والثانية فيسعى الإعلام إلى الحفاظ على الوضع الراهن. ويمكن أن نوضح كل نظام من خلال الجدول التالي:

---

<sup>1</sup> -- مهند علي تهامي. مرجع سبق ذكره، ص 27.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه ص 28.

## مفاهيم الحركات الثلاث لأغراض الإعلام<sup>1</sup>

السائق (أو المتحرك)	الماركسي (الموالاتة)	السوق
خدمة الحقيقة	البحث عن الحقيقة	البحث عن الحقيقة
خدمة المجتمع	تحمل المسؤولية الاجتماعية	تحمل المسؤولية الاجتماعية
التربية بطريقة سياسية	تربية الشعب وجلب الأنصار (بطريقة غير سياسية)	الإعلام أو التربية
خدمة الشعب بالمشاركة مع الحكومة بالسعي للتغيير من أجل أغراض ناقصة	خدمة الشعب عن طريق المطالبة بعدم المبدأ الاشتراكي (أو المبدأ السياسي القائم)	خدمة الشعب من غير تحيز إسناد المبدأ الرأسمالي
العمل كوسيلة إعلام	قولبة وجهات النظر وتغيير السلوك	الرقابة على الحكومة

<sup>1</sup> - نفس المرجع السابق ، ص 29.

يتضح من خلال ما تقدم أن الباحث قدم تصورا جديدا للأنظمة الإعلامية يقوم على تصنيفها الى ثلاثة أنواع تعكس فلسفات اقتصادية، فيكون نظام السوق تعويضا عن العالم الغربي حيث يمارس الإعلام دور البحث عن الحقيقة وتحمل المسؤولية الاجتماعية بالتركيز على المبدأ الرأسمالي ومراقبة الحكومة. أما في النظام الماركسي أو الموالاتة فان وسائل الإعلام تسعى للبحث عن الحقيقة أيضا، وخدمة الشعب انطلاقا من النظام السياسي القائم عن طريق دعمه ومساندته، أما النظام السائر أو المتحرك والذي يخص بلدان العالم الثالث بما فيه الوطن العربي، فتسعى وسائل الإعلام لخدمة المجتمع والتربية بطريقة سياسية، عن طريق تحريك المساندة الشعبية وال جماهيرية لبرامجها وأهدافها السياسية .

1- نموذج الباحث فاروق أبو زيد: لقد سبق للباحث فاروق أبوزيد أن قدم نموذجا للأنظمة الإعلامية على المستوى الدولي قائلا بوجود نظامين، الأول يتمثل في النظام الإعلامي الغربي (الليبرالي) أما الثاني فيتمثل في النظام الإعلامي الشرقي (الاشتراكي)، لكن مع تطور الأوضاع السياسية والاقتصادية وظهور الولايات المتحدة الأمريكية كقطب مهيم، قام الباحث بتقديم نموذج متطور أساسه وجود نظامين إعلاميين هما النظام الإعلامي السلطوي، والنظام الإعلامي الديمقراطي.

أ- النظام الإعلامي السلطوي: الذي يعد من أقدم الأنظمة الإعلامية وظل مسيطرا على المجتمعات البشرية منذ مرحلة الإعلام الشفهي، ثم على الصحافة طوال قرنين كاملين أي منذ

ب- ظهور الصحافة في نهاية القرن 16 حتى قيام الثورة الفرنسية في نهاية القرن 18، ويمكن أن نعتبر التجربة الاشتراكية في العالم الثاني (الاتحاد السوفيتي ودول الكتلة الشرقية) والعالم الثالث (الدول النامية) نموذجا لتطبيق النظام السلطوي.

ب- النظام الإعلامي الديمقراطي: لا يمكن اختزال النظام الإعلامي الديمقراطي في الإعلام الليبرالي وحده، لأن النظام الإعلامي الديمقراطي أقدم وأشمل من الإعلام الليبرالي، ونشأ تاريخيا في ظل كافة النظم السياسية الديمقراطية التي عرفت البشرية مثل ما ساد في مدن اليونان القديمة، ويبقى الإعلام الليبرالي هو أبرز تطبيقات النظام الإعلامي الديمقراطي<sup>1</sup>.

#### - الأنظمة الإعلامية العربية وأنواعها.

السؤال الذي يطرح نفسه في هذا المجال هل يمكن تصنيف الأنظمة الإعلامية العربية تحت هذه التصنيفات؟ إن الوسائل الإعلامية العربية لا تتدرج بشكل كامل تحت أي نوع من الأنظمة المعروفة لكن هناك عناصر من الأنظمة المختلفة تتدرج في الأنظمة العربية، والإعلام العربي يعمل تحت مسميات من النموذج السلطوي وهو الأقرب لشرح ما يحدث في الواقع، حيث تعمل وسائل الإعلام على دعم سياسات الحكومات التي تسيطر على وسائل الإعلام بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق التراخيص والإجراءات القانونية وحتى بوسائل مالية أو تمويلية<sup>(2)</sup>.

<sup>1</sup> -فاروق أبو زيد. الإعلام والسلطة، مرجع سبق ذكره، ص 117 الى 119.

<sup>(2)</sup> -مهند علي التهامي. مرجع سبق ذكره، ص 91.

ويرى في هذا المجال الباحث عبد الرحمن عزي أن واقع الممارسة الإعلامية في المنطقة العربية والإسلامية خاصة قبل أحداث الربيع العربي الأخيرة يظهر أن الأنظمة الإعلامية تقترب كثيرا من الفلسفة السلطوية على الرغم من التباين القائم بين هذه الأنظمة، والتي صنفها الكاتب Wiliam rouf ويليام روف في ثلاثة نماذج:

1-النظام التجنيدى مثل مصر والجزائر وسوريا حيث تسعى وسائل الإعلام لتجنيد الجمهور حول المشاريع الاقتصادية والسياسية التي تسطرها الدولة.

2-النظام الموالي مثل تونس والكويت والسعودية حيث يقترب دور وسائل الإعلام من الدور التجنيدى رغم أن كثيرا من الصحف الموالية تتبع نظام الملكية الخاصة، كما ترتبط بسياسة الحكومة.

3- النظام التعددي كالمغرب ولبنان وتتميز بالتنوع الكيفي هذا التباين يترجم نظريات وفلسفات تختلف في منظورها للأحداث المحلية الدولية .<sup>1</sup>

يقول ويليم روف في مؤلفه عن الصحافة العربية «أن النظام الذي يميز هذه الأخيرة لا ينسجم بكفاءة وبدرجة من المرونة مع النظريات الإعلامية المتعارف عليها أكاديميا، لكنه نظام يحمل مرتكزات ومبادئ النظرية السلطوية التي تعتبر الأقرب في تحليلها من حيث النشأة والتطور والوظائف والرسالة الإعلامية والارتباط مع الحكومة والعلاقة مع الجمهور»<sup>2</sup>، هذا يعني

<sup>1</sup> - عزي عبد الرحمن. قوانين الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 56،57.

<sup>2</sup> -عزي عبد الرحمن. دراسات إعلامية، الصحافة العربية، قراءة تقييمية في ثالوث ويليم روف، مركز الطباعة لجامعة الجزائر ، الجزائر، 1992،1993، ص 61،65،69.

أن الأنظمة الإعلامية العربية تتطلب نماذج أخرى من الأنظمة وقد قدم في هذا المجال مهند علي التهامي تصنيفا جديدا يضم التصنيفات التالية :

1-الفئة الأولى سماها نظام الصحافة السائرة أو المتحركة نسبة إلى نموذج ألتوشل، تتضمن أربعة أقطار عربية(العراق قبل 2003، السودان، سوريا وليبيا)وهي ذات أنظمة جمهورية، وقد نمت أنظمتها الإعلامية عبر فترات من الاضطراب السياسي انتهت بالسيطرة على الإعلام بوسائل قانونية أو متجاوزة القانون، محاولة توجيه الإعلام نحو الأهداف التي يجب التركيز عليها.

2-الفئة الثانية الأنظمة الإعلامية الموالية تضم( قطر، الإمارات العربية ، العربية السعودية، عمان، فلسطين، البحرين) وهي تعادل النظام الماركسي في نموذج ألتوشل، يتميز هذا النموذج كون الأحزاب السياسية عندها دور بسيط جدا، والصحف في أيدي القطاع الخاص أو الأفراد في حين محطات الراديو في أغلب الأحيان تابعة للدولة، ويتمشى هذا النظام مع النظرية السلطوية<sup>1</sup>.

3-الفئة الثالثة من الأنظمة الإعلامية وهي الأكثر ابتعادا عن الأنظمة الإعلامية السلطوية تتمتع بحرية التعبير والتنوع ونفوذ الحكومات فيها محدود، والنموذج الرئيسي في هذه الفئة هو النظام الإعلامي اللبناني الذي يمثل الصحافة الأكثر حرية في العالم العربي، يمكن إضافة الكويت والمغرب واليمن التي تمتلك درجة من التنوع والاستقلالية.

---

<sup>1</sup>مهند علي التهامي، مرجع سبق ذكره، ص 95،97.

4-الفئة الرابعة: تمثل الأنظمة الإعلامية الانتقالية أو المتحولة، وهي عبارة عن نموذج جديد تطور في مصر والأردن والجزائر وتونس والعراق تتميز المطبوعات الأكثر توزيعا بهيمنة الحكومة أو الأحزاب السياسية بينما الأقل توزيعا تعود ملكيتها للأفراد والأحزاب، الحكومة تفرض سيطرتها من خلال وسائل قانونية والرقابة الذاتية موجودة. وهذا النموذج مازال في مرحلة تكوين<sup>1</sup>.

يؤكد مهند على تهامي صاحب هذا التصنيف أن الأنظمة الإعلامية العربية مازالت غامضة نظرا لغياب الأسس الفكرية التي يمكن أن تستند إليها، من جهة أخرى فإن طبيعة الظروف التي مرت بها البلدان العربية جعلت النظام السلطوي يطغى على الممارسات الإعلامية، رغم بروز بعض مظاهر السمات الديمقراطية في مرحلة التسعينيات لكن يبقى النظام السلطوي بارزا في الواقع الإعلامي .

## 2-أنواع النظم الإعلامية :

أولاً-النظام الاعلامي السلطوي: تستمد هذه النظرية أصولها من الفكر الافلاطوني الذي يرى في الدولة أهم محرك ومنظم للحياة الاجتماعية وتفاعل مكوناتها على الاقل، ويجد هذا المفهوم سندا له في الفكر الماركسي على الاقل في المرحلة الانتقالية. يقوم هذا النظام على فكرة ان وسائل الاعلام لابد ان تكون تحت سيطرة السلطة السياسية، باعتبارها احن وسيلة لتبقين الراي العام مبادئ الاشتراكية والصالح العام. وترتبط هذه النظرية بنظم الحكم الاستبدادية التي لا

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص 95.

تؤمن بالديمقراطية ولا بالحريات العامة، كما تمثل الصحافة فكر النخبة التي تسيطر على الأجهزة وتوجه الصحافة و تعكس آرائها وكل ما يخدم هذه الفئة أو الدولة نفسها، كما تركز على الرقابة وسيطرتها على وسائل الاعلام المختلفة<sup>1</sup>.

كانت هذه النظرية ظهرت في انجلترا في القرن السادس عشر وتعتمد على نظريات افلاطون وميكافيللي، وترى ان الشعب غير جدير بان يتحمل المسؤولية أو السلطة فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها، وتمثل هذه النظرية أقدم النظريات التي بدأت منذ الاتصال الجماهيري مع اختراع الطباعة في القرن الخامس عشر، ولا تزال تسيطر على العديد من المجتمعات التي تتمك نظريا بالفلسفة الليبرالي<sup>2</sup>.

#### -القيود التي فرضتها السلطة على وسائل الاعلام:

لقد الاعلام لمجموعة من القيود من ابرزها يمكن ذكر القيود التالية:

**- قيد التراخيص:** تعد من ابسط القيود، ففي وسع الحكومة ألا تمنح الرخصة إلا لشخص تظمن اليه، ولا ترتاب في إخلاصه لها ولسياستها...و قد تطور نظام التراخيص في انجلترا في فترة تزيد عن مائتي سنة، فكانت اسرة تيودور مثلا في القرن 16 م تمنح التراخيص لبعض افراد الانجليز دون غيرهم، و تترك اولئك الافراد يحتكرون الصحف والنشرات وغيرها من

<sup>1</sup>-نعيمة واكد، مرجع سبق ذكره، ص 292-293

<sup>2</sup>-فضة عباسي فضلي، محمد الفاتح حمدي، مرجع سبق ذكره، ص 224.

وسائل الاعلام المعروفة، وقد سلك الدول الاوربية نفس الطريق مع الاشارة الى انه تولد عن نظام التراخيص نظام آخر يعرف بنظام الاحتكار الذي ظهر هو ايضا في انجلترا في القرن السابع عشر وقد كثرت الانتقادات الموجهة لهذا النظام وأكثرها صدر عن الكنيسة وأصحاب السياسات المخالفة لسانسة الحكومة.

-**قيد الرقابة:** ظهرت الحاجة لنظام آخر يقوم مقام التراخيص أو يعيش بجانبه ونعني به نظام الرقابة على الصحف، حيث اخضعت الدولة الطابعين والناشرين في مسائل السياسة والدين الى الرقابة الحكومية من خلال تعيين ممثلين للإشراف على كما ينشر خاصة وان عدد المطبوعات كان محددا. لكن ظهور الاحزاب السياسية ادى لفشل قيد الرقابة لكون هذه الاحزاب كانت تمارس نشاطاتها على اساس من الديمقراطية كن ظهور الاحزاب السياسية ادى لفشل قيد الرقابة لكون هذه الاحزاب كانت تمارس نشاطاتها على اساس من الديمقراطية، فاقبل الناس بشغف كبير على قراءة الصحف وكان الحزب الغالب هو الذي يستأثر بالصحف والنشرات التي تصل الى القراء، من ثم اتفقت الاحزاب السياسية فيما بينها على ان لا ينفرد حزب واحد على السيطرة التامة على وسائل الاعلام لان ذلك يقضي على بقية الاحزاب<sup>1</sup>.

-**قيد المحاكمات العامة:** حيث كانت الصحف تتعرض لتهم خطيرة من أخطرها: تهمة الخيانة العظمى التي تحاط بالكثير من القيود، وفي الحكومات المعاصرة اضطرت الى تطبيق المواد

---

<sup>1</sup> عبد اللطيف حمزة، الاعلام له تاريخه ومذاهبه، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002، ص 101-102.

الخاصة بالخيانة والتحريض على نطاق أوسع من قبل خاصة بالنسبة للأشخاص الذين يساعون العدو أثناء الحرب.

-**طريق الاموال السرية:** نظرا لفشل الطرق السالفة الذكر أصبحت الحكومات في القرن 18 تقدم الاموال السرية لأصحاب الصحف من اجل شراء ذمم الصحفيين وتضمن انطواء هؤلاء تحت رايتها والترويج لسياستها والتأييد الكامل لها حتى تضمن وصولها لمختلف الافراد عبر الجرائد المعروفة والمنتشرة.

-**قيد الضرائب:** وذلك بفرض ضرائب على الصحف الجريئة مما يدفعها لتهديب لغتها ومحتواها، وقد سارت الحكومة البريطانية على هذا المنوال في النصف الاول من ق 19<sup>1</sup>.

**مبادئ النظام السلطوي:** يقوم النظام السلطوي على مجموعة من المبادئ من اهمها:

-تلتزم الصحافة بتأييد كل ما يصدر عن الحكومة ومؤسساتها والدفاع عن سياسات الحكم.

-يعد السماح لأي فرد للعمل في الحكومة منحة وامتياز يختص به الحاكم من يشاء مما يتطلب التزام الفرد بتأييد نظام الحكم وسياسته.

-يمكن السماح للأفراد بملكية الصحف ويظل استمرارها يرتبط برغبة السلطة.

-درجة الحرية الممنوحة يجب ان تكون مناسبة وفقا لتقدير السلطة<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>- المرجع نفسه، ص 102-104.

<sup>2</sup>-فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، ط2، عالة الكتب، القاهرة، 1998، ص 37.

## وظيفة وسائل الاعلام في اطار المنظور السلطوي:

تعتبر وسائل الاعلام في هذا المنظور مثل بقية الوسائل الاخرى تعمل في اطار الدولة، و مضمون هذه الوسائل يكون وفقا لأهداف السلطة، كما تقوم بتوجيه المناقشة نحو القضايا والمسائل في الاتجاه الذي يخدم السلطة المركزية كما تفرض رقابة حتى لا تتحرف عن الدور الذي وجدت من اجله. فوظيفة وسائل الاعلام هو دعم وخدمة السلطة والحفاظ على الوضع المستقر حفاظا على المصالح الخاصة بالسلطة<sup>1</sup>.

**ثانيا-النظام الاعلامي الليبرالي:** تقوم هذه النظرية وفق الفكرة القائلة بأن الانسان يميل الى الحرية بطبعه وقد تبلورت هذه الفكرة على فترة طويلة من التاريخ شهدت خلالها انتشارا كبيرا واكب الثورة الصناعية في اوربا وشجعت على ظهور مفاهيم جديدة في الحرية والديمقراطية. فوسائل الاعلام وفقا لهذا المنظور تعمل بصفة حرة كطرف مستقل في اطار الانظمة الاخرى خاصة منها النظام السياسي حيث تعمل وسائل الاعلام على مراقبة عمل السلطة السياسية و لعب أدوار المعارضة، كما يسمح في ظل هذه الانظمة بإنشاء صحف أو استحداث محطات تلفزيونية او إذاعية و من أهم عوامل ظهور حرية الاعلام يمكن ذكر:

**-العامل السياسي:** يعتبر الاعلام وسيلة تعبير عن الرأي قد يكون بينه وبين النظام السياسي تناقضا، فحرية الاعلام مشكل سياسي بالدرجة الاولى وكانت اوربا اول من عانت من هذا

---

<sup>1</sup>-أحمد طلعت البشيشي، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، دار المعرفة الخاصة، القاهرة، بدون سنة، ص 58.

المشكل بصفة حادة حتى أواخر القرن 19 ، فمطلب الاعلام وحرية يرتبط كان مطلباً من المطالب السياسية بدرجة اولى.

-العامل الفلسفي: توجهت جهود الفلاسفة آنذاك للمطالبة بحرية الطبع والنشر مثل الفيلسوف ميلتون الانجليزي الذي كان يطالب بحرية التعبير حيث صار نداه مرجعاً لكل الفلاسفة والسياسيين. كما اشار الفيلسوف الفرنسي روسو ملخصاً قانونياً ضمنه آرائه التي شرحها في كتابه العقد الاجتماعي مطالباً بالمساواة بين الناس والحرية الاجتماعية وقد اصبح هذا الملخص وثيقة أساسية لنشاط الثورة الفرنسية 1789. ويعتبر هؤلاء ان حرية التعبير حق طبيعي للانسان باعتباره ميال للحق ومناصر له، لذلك من الخطأ اخفاء الحقائق وارغامه على كتمان ما يختلج في نفسه، فحرية التعبير ماهي إلا حق من حقوقه يجب ان يتمتع بها بشكل مطلق في مصلحته ومصلحة المجتمع، وقد كان الصراع بين الحكام والمحكومين والتحتت الافكار الفلسفية بالنشاط السياسي للمطالبة بحرية التعبير وكذا حرية الصحافة<sup>1</sup>.

-العامل الاقتصادي: تعتبر النهضة الاقتصادية في انجلترا خلال القرنين: 18 و 19 مثالا رائعا لفائدة الحرية في المجتمع، حيث كان يطالب الفلاسفة بالحرية ورجال الاقتصاد، باعتبار ان حرية العمل شرط أساسي لازدهار النشاط الاقتصادي في ظل الحرية. فمختلف هذه العوامل ساهمت في ظهور حرية الاعلام وأصبحت حقيقة واقعية وتطور الوضع ليصل الى المطالبة

---

<sup>1</sup>-نعيمه واكد، مرجع سبق ذكره، ص 295.

بالحق في الاعلام الذي لابد ان يتمتع به الصحفي في جمع وانتقاء المعلومات وكذا حق المواطن في الاطلاع على الاخبار والاحداث<sup>1</sup>.

وقد اعتبر ما كويل ان النظام الليبرالي يقوم على الاسس التالية:

-النشر: ان يكون حرا من أي رقابة.

-سوق الصحافة والاعلام حرة ومفتوحة لاي شخص أو جماعة لامتلاك الصحف و وسائل الاعلام وإدارتها بدون الحصول على رخصة مسبقة من السلطة.

-النقد الموجه للحكومة أو الى حزب سياسي او مسؤول رسمي يجب ان يكون محل للعقاب بعد النشر.

- عدم وجود قيود لأي معلومات للنشر بالوسائل القانونية.

ع-أن لا يكون أي قيد على نقل وإرسال المعلومات عبر الحدود القومية.

-يجب أن يتمتع الصحفيون بالاستقلال المهني داخل مؤسساتهم الصحفية<sup>2</sup>.

ثالثا-النظام الاعلامي القائم على نظرية المسؤولية الاجتماعية: يرى في هذا المجال الاستاذ محمد عبد الحميد ان هذه النظرية لا تشكل معلما نظريا بقدر ما تعتبر تعديلا او تكييفا لمبادئ الحية الاعلامية وتوجيهها لخدمة المجتمع في اطار أخلاقيات الممارسة المهنية التي تضمن في

<sup>1</sup>- المرجع السابق، ص 296.

<sup>2</sup>-بسام عبد الرحمان المشاقبة، فلسفة التشريعات الاعلامية، دار أسامة، الاردن، 2012، ص 266.

نهاية المطاف أسلوبا للعمل واداء يخدم الفرد والمجتمع معا. لذلك فان مبادئ هذه النظرية تمثل شعارا لكل المجتمعات و النظم بصرف النظر عن الفكر السياسي الذي تنتمي اليه مهما كان مستوى التباين بين الشعارات والتطبيق في هذه النظم والمجتمعات<sup>1</sup>.

تتعلق هذه النظرية من فكرة ان الحرية كثيرا ما تكون مصدرا لمشاكل، مما يدفع للتفكير مرة اخرى في اهم الاليات التي يمكن من خلالها تنظيم الحرية، خاصة وان الحرية المطلقة اصبحت تمثل مشكلا خطيرا على المجتمع، وانتهى في ذلك الامر الى ان الحرية الصحيحة هي المحدودة بحدود القانون وحدود الصالح العام، مع الاشارة الى ان مفهوم الحرية يختلف من مرحلة تاريخية الى اخرى. وتقوم هذه النظرية على ان الحرية حق و واجب ونظام ومسؤولية في وقت واحد و يتحقق ذلك من خلال القيام بالوظائف التالية:

-خدمة النظام السياسي القائم وذلك عن طريق الاعلام من خلال المناقشة الحرة المفتوحة.

-تنوير الجمهور بالحقائق والارقام تنويرا يجعل منه قادرا على الحكم.

-صيانة مصالح الافراد والجماعات المحافظة على سمعة هؤلاء من خلال المراقبة.

-خدمة القراء من خلال الترويج والتسلية تخفيفا لأعباء الحياة وترويجا عن النفس.

-رعاية المصالح العامة وتفضيلها عن المصالح الخاصة.

---

<sup>1</sup>-محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام اتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 423

-حدود هذه النظرية: نشأت هذه النظرية في امريكا ف أوائل القرن العشرين ونتجت عن أعمال كل من كتابات وليم كنج وجون ملتون وغيرهم من أعضاء لجنة حرية الصحافة وممن سهروا على وضع آداب مهنة الصحافة اقرتها المؤتمرات العامة، وقد اتبع الانجليز هذا المنحى حتى أصبح يطلق عليها اسم نظرية الانجلو أمريكية وقد نبعت من تقارير اللجنة الملكية البرلمانية لشؤون الصحافة البريطانية واجتمعت لعدة مرات للنظر في الموضوع، و قد اثمرت هذه الاجتماعات ما يعرف بمجلس الصحافة الذي يعتبر تطبيقا عمليا لنظرية المسؤولية الاجتماعية ومن أهم وظائفه: -التنديد بالأعمال الصحفية التي تصف بالانحراف.

-التحقيق في الشكاوي التي يكتبها الجمهور ضد الصحف عندما تتعدى على الافراد والجماعات ولا تجد الجماعات من يدافع عنها.

-انصاف المظلومين من الصحفيين متى ثبتت براءتهم من التهم التي وجهت اليهم.

-الرد على الشكاوي التي لا تثبت فيها إدانة للصحافة.

بعد ذلك انتشرت المسؤولية الاجتماعية في أغلبية البلدان الغربية والامريكية وظهرت أصداء ذلك في هيئة الامم المتحدة وادى ذلك لظهور محاولات كثيرة في تحديد آداب مهنة الصحافة<sup>1</sup>.

وعلى الرغم من قيام هذا الاتجاه على التعددية والتنوع إلا أن تبني الكثير من الدول لهذا النظام الاعلامي يتسم بالخصائص التالية:

---

<sup>1</sup>-عبداللطيف حمزة، مرجع سبق ذكره، ص 139-140.

-رغم اتجاه هذه الدول نحو الديمقراطية والتعددية إلا أن السلطة مازالت تنظر الى وسائل الاعلام على انها أداة من أدوات التعبئة لفكر السلطة أو الحزب الحاكم.

-مازالت تجمع بين بين الملكية العامة والخاصة.

-رغم تعدد الصحف إلا أنها مازالت تتحكم من خلال التشريعات في أشكال الملكية وحدودها بما يتفق مع سياسات الحكومات وأهدافها.

-تسود في الكثير من هذه الدول خصائص النظم الشمولية رغم وجود الاحزاب.

-تلجأ هذه الدول الى المناورة في كثير من الاحيان بالتشريعات والقوانين للحد من حرية التعبير تحت شعار عدم الحاق الضرر بالصالح العام والمجتمع.

-تعتبر أساليب الدعم المادي المباشر أو غير المباشر أدوات تستخدمها السلطة الحاكمة لاستمالة الصحف أو الوسائل الاعلامية نحوها ونحو أفكارها واتجاهاتها، وذلك بديلا عن التشريعات والتوجهات القانونية.

-رغم إلغاء الرقابة لكن الدولة تتدخل من خلال التشريعات المختلفة او غيرها في اختيار المسؤولين عن الصحف والوسائل الاعلامية وتعيينهم في مراكز القيادة بما يضمن السلطة<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - محمد عبدالحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 425-426.

فهذه النظرية بشكل عام نظريا تقترب من نظرية المسؤولية الاجتماعية وتقترب اكثر من حيث الممارسة الى صورة النظم الاعلامية السلطوية، ولكن تطور المجتمعات جعل من هذه النظرية تأخذ أشكالا جديدة في ثوب جديد مع الحفاظ على المبادئ القديمة.

**رابعا: النظام الاعلامي الاشتراكي:** يسميها أصحابها النظرية الاشتراكية ويراهم أعداؤها صورة جديدة من صور النظرية السلطوية، من الافكار الرئيسية التي اسست لها أفكار ماركس وانجلز و وضع قواعدها لينين وستالين في الاتحاد السوفياتي السابق وما زالت تطبق في بعض البلدان مثل كوريا الشمالية و الصين وكوبا وغيرهما، ويمكن ايجازها في كون الطبقة العاملة هي التي تمتلك السلطة في المجتمع الاشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة لابد ان تسيطر على وسائل الانتاج الفكري التي تشكل الاعلام الجزء الاكبر منها، لذلك لابد ان تخضع هذه الوسائل لسيطرة وكلاء هذه الطبقة العاملة وهم في الاساس أعضاء الحزب الشيوعي. ان المجتمعات الاشتراكي تفترض انها مجتمعات لا طبقية بالتالي لا وجود لصراع الطبقات لذلك لا ينبغي ان تنشأ وسائل الاعلام على اساس التعبير عن مصالح متعارضة مما يشكل خطرا على المجتمع ولقد حدد لينين اختصاص الصحافة في النقاط التالية:

-زيادة نجاح واستمرارية النظام الاشتراكي وبشكل خاص دكتاتورية الحزب الشيوعي.

-يكون استخدام وسائل الاتصال لأعضاء الحزب الموالين والمتعصبين اكثر من الاعضاء المعتدلين. - تخضع وسائل الاعلام للرقابة الصارمة.

-ان تقدم وسائل الاعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقا للمبادئ الشيوعية.

-ان الحزب الشيوعي هو من يملك وسائل الاعلام من اجل تطويعها لخدمة الاشتراكية<sup>1</sup>.

فدعاة هذه النظرية يرفضون الحرية التي جاءت بها النظرية الليبرالية ويعتبرون انها شكلية أكثر مما هي حقيقية فهي تخول لمن بيده السلطة الحق في تقوية هذه السلطة على حساب الضعفاء، و قام لينين بشرح موقفه من الحرية وحرية الاعلام بتركيز اهتمامه على الدعاية ودورها في شرح مبادئ الماركسية وتجنييد الجماهير واستمالتها للمذهب الماركسي الذي يعتمد على ثلاثة أنواع من النشاطات:

**1-الاعلام:**و هو اساس الدعاية فلاعلام بالمفهوم الماركسي هو عملية نشر الخبر بصفة نشر الخبر بصفة مجردة لتستغله الدعاية، والخبر الذي تنشره وسائل الإعلام يسير في اتجاهين حتى يكون القادة على دراية بشعور الجمهور مما يمكنهم من توجيه دعايتهم.

**2-التحريض:**هو اقناع الجمهور باتخاذ موقف ينطبق مع الدعاية وهو يعتمد على نشر أجزاء من المعلومات وإقامة جدل ونقاش واسع حتى يطلع عليه عدد كبير من الناس، ومهمة

---

<sup>1</sup>-فضة عباسي فضلي، فاتح محمد حمدي، مرجع سبق ذكره، ص 277.

المحرض هو ان يتصل ويتكلم مع الناس ويدعوهم لإظهار سخطهم وتأييدهم كما يستغل الاحداث والاوزاع ويقود الجماهير وفقا لخطة محددة مسبقا.

**3-الدعاية:** من خلال الاقناع وتنتقل من عدد قليل من الناس لتلقين المعلومات ويوجه العمليات الاعلامية والتحريرية ويحد الظروف التي يظهر فيها رجل الاعلام والمحرض<sup>1</sup>.

#### خامسا: النظام الاعلامي التنموي:

نتيجة لقيام الثورات التحريرية وحركات الاستقلال فرض نفسه مفهوم التنمية في الخطاب السياسي والاجتماعي على المستويات الوطنية والدولية، وفرض تأثيره على النظم الاجتماعية في هذه الدول، منها نظم الاعلام التي تحددت لها سياسات و أهداف تخدم التنمية بصفة عامة وبدأ مفهوم الاعلام التنموي يفرض نفسه في هذه المجتمعات. وبشكل عام يحدد دنيس ماكويل المبادئ الرئيسية لهذه النظرية في النقاط التالية:

-وسائل الاعلام يجب أن تخدم في اطار الاهداف التنموية سياستها.

-حرية وسائل الاعلام تظل مرهونة بالأولويات الاقتصادية والحاجات التنموية.

-يجب ان تعطى وسائل الاعلام الاهتمام في محتواها باللغة والثقافة الوطنية.

---

<sup>1</sup>-نعيمة واكد، مرجع سبق ذكره، ص 299.

-اعطاء الاولوية في التغطية الاخبارية والمعلومات الى الدول النامية الاخرى التي ترتبط بالدولة جغرافيا أو سياسيا أو ثقافيا.

-حرية الصحفيين تكون مرهونة بمسؤولياتهم في جمع المعلومات ونشرها.

-للدول حق التدخل و ممارسة الرقابة والسيطرة حفاظا على تحقيق الاهداف التنموية.

-الحق في الإعلام يجب ان يكون متاحا لكل المواطنين بما فيهم الاقليات تبعا لحاجاتهم.

- لا يخضع تنظيم وسائل الاعلام الى ومحتواها للمركزية السياسية أو السيطرة البيروقراطية.

-تعمل وسائل الاعلام على خدمة جمهورها .-يجب ان تمتلك الجماعات والتنظيمات والمجتمعات المحلية وسائل إعلامها الخاصة.

-التفاعل والمشاركة ف اطار محدود افضل من المجالات الواسعة التي تفتقد الى التفاعل في وسائل الاعلام الكبيرة<sup>1</sup>. كما حدد ولبر شرام وظائف الاعلام التنموي في النقاط التالية:

-وظيفة المراقبة: من خلال اكتشاف الآفاق و إعداد التقارير عن الأخطار والعوائق التي تواجه المجتمع.

-الوظيفة السياسية: تتم عبر المعلومات حيث يمكن اتخاذ القرارات السياسية والقيادية و أن يتم اصدار التشريعات.

---

<sup>1</sup>-محمد عبد الحميد، نظريات الاتصال واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 429-431

- دور المعلم: كمن خلال تنشئة الافراد وامدادهم بالمهارات والمعتقدات التي يقدرها المجتمع<sup>1</sup>.

## المصادر والمراجع

1-احدادن زهير ، مدخل لعلوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،

2014.

2- ابن منظور جمال الدين. لسان العرب، دار الفكر العربي، بيروت ، 1988.

3-أبو زيد فاروق. الإعلام والسلطة، عالم الكتب القاهرة،2007.

4-أبو زيد فاروق ،انهيار النظام الإعلامي الدولي، عالم الكتب ، القاهرة، 1992.

5- فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، ط2، عالة الكتب، القاهرة، 1998.

6-بوصابة عبدالنور ، أساليب الاقتناع في الاشهار التلفزيوني، تاكسيج للدراسات والنشر

والتوزيع، الجزائر، 2014.

7-بن مرسي أحمد ، الأسس العلمية لبحوث الإعلام، دار الورسم، الجزائر، 2013.

8-البشيشي أحمد طلعت ، الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، دار المعرفة الخاصة،

القاهرة، بدون سنة.

---

<sup>1</sup> - نعيمة واكد، مرجع سبق ذكره، ص 300.

9-التهامي مهند علي ، سوّدد فؤاد الآلوسي. النظام الإعلّامي العربي نحو نموذج نظري

جديد، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

10 -حسين عبد الجبار. اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، دار أسامة، الأردن ، " ط 1،

2009.

11 -حجاب محمد منير.الموسوعة الإعلّامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع،

القاهرة، 2003.

12-الحديدي منى ، الاعلان، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002.

13-حنان يوسف. الإعلام والسياسة، مقارنة ارتباطيه، القاهرة، أطلس للنشر و التوزيع،

2006.

14-الدليمي محمد عبد الرزاق، الاعلام و ادارة الازمات، دار المسيرة، الاردن، 2012.

15 -خورشيد كمال مراد، الاتصال الجماهيري والاعلام، دار المسيرة، الاردن، 2014..

16 - رشتي جيهان أحمد، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، دار النهضة العربية، القاهرة،

1993.

17 -سفاري ميلود سفاري، زعيمي مراد ، الاشاعة والرأي العام، مؤسسة الزهراء للفنون

المطبعة، قسنطينة، 2003..

18 -سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 2006.

19 -الطرابيشي ميرفت كامل ، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة، القاهرة، 2006.

20 - عزي عبد الرحمان ، قوانين الاعلام، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2014.

21 -عزي عبد الرحمن. دراسات إعلامية، الصحافة العربية، قراءة تقييميه في ثلوث ويليم روف، مركز الطباعة لجامعة الجزائر ، الجزائر،1993،1992.

22 -عبد اللطيف حمزة، الاعلام له تاريخه ومذاهبه، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002.

23 - الفار محمد جمال. المعجم الإعلامي، دار أسامة، الأردن، 2006.

24-مصباح عامر، الاقناع الاجتماعي ، خلفياته النظرية وآلياته العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

25- المشاقبة بسام عبد الرحمان، فلسفة التشريعات الاعلامية، دار أسامة، الاردن، 2012.

26-كافي مصطفى يوسف، الاعلام المعاصر و تحديات العولمة، دار الفا دوك للنشر ، قسنطينة الجزائر، 2017.

27 -محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام اتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2004.

28 -محمد يوسف، النظريات النفسية و الاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة و الالكترونية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2014.

29- هلال منال الزهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة، الاردن، 2018.

30- هلال منال الزهرة: **مناهج البحث الاعلامي**، دار المسيرة، الاردن، 2014.

31- واكد نعيمة ، **مدخل الى وسائل الاعلام الجماهيري**، مركز البحوث والدراسات، الجزائر،  
2012.

32- Francis Balle (Sous la direc. De.), **dictionnaires des Médias**,  
ed. Larousse ,  
Paris

