**الفصل الأوّل: مدخل علوم الاعلام و الاتصال**

**اللغة؟**

 اللغة هي: أصوات يعبّر كل جيل من الناس عما في وجدانهم، أو هي الكلام المصطلح عليه بين كل قوم، ويدّعي البعض أن كلمة (لغة) في العربية مأخوذة من لفظة (لوغوس) اليونانية ومعناها (كلمة).

**اختلفت اللغات و تنوّعت؟**

 نشأت الحضارة الأولى في العراق بين نهري دجلة والفرات، وهي حضارة البشرية بعد الطوفان ولغة الناس حينئذ البابلية، وحصل أن الناس كثروا بعد ذاك فتفرقوا في الأرض في هجرات جماعية طلبا للعيش وبحثا عن الرزق، وكان من أول الهجرات تلك التي كانت إلى بلاد النيل، وإلى الصين، وكونت حضارات كبرى مشهورة.

 وبدأ الناس يجدون في أماكنهم التي وصلوها أشياء جديدة، فيسمونها بأسماء يخترعونها، وتكون الأسماء المخترعة مختلفة بين أصحاب كل حضارة، وتعتمد الإضافات على أصوات ما يرون ويسمعون، وبدأت تضاف مع الأيام كلمات أخرى واختصارات وألفاظ جديدة على حسب الحاجة، واشتد الخلاف مع مرور السنين.

 ثم أصبحت تتفرع من أصحاب كل حضارة لغات أخرى أيضا بسبب الهجرة والتباعد، فتبلبلت ألسن الناس، هذه هي النظرية العلمية الأقوى، وعليها أكثر علماء اللغات.

 وهناك أساطير مشهورة تمتلئ بها كتب التاريخ التي تقوم على روايات ولا تعتمد على الدراسات والاكتشافات –ومنها كتب التاريخ العربية القديمة- تروي بعضها قصة طريفة لا بأس من ذكرها، فيذكرون أن الناس كانوا على اللغة البابلية حتى زمن النمرود الذي طلب أن يبنى له معراج عظيم للسماء ليرى ربُّ إبراهيم النبي حينذاك، فعندما صعد السقف خر عليه وعلى قومه فنتج من سقوطه وما أحدثه من خوف عند الناس وذهول شديد أن تبلبلت ألسن الناس، وتفرقت فأصبحت كل مجموعة منهم تتكلم بلغة لا يفهمها الآخرون، وتفرقت كل مجموعة بلغتها إلى بلد من البلدان، فكانت أساس اللغات، ورغم أن القصة تقوم على مجرد روايات منقطعة، لكن يمكن اعتبارها فرضية في هذا المجال لأمور: منها دعواها أن البابلية هي أساس اللغات، وهذا ما يذهب إليه بعض خبراء علم اللغات الحديث بتجاربه، بعد تدوينه في تلك الكتب بألف عام أو يزيد، ومنها ذكر أن ذلك حصل في زمن إبراهيم (**أواخر** **الألف** **الثالث** **قبل** **الميلاد**) وهو زمن قريب من زمن نظرية الحضارة الأولى السابقة (**أوائل** **الألف** **الثالثة** **للميلا)**.

 هذا بغض النظر عن قصة **النمرود** وما حصل له مع **إبراهيم** من مواجهات، ومحاولته بناء **المعراج**، وتلك قصص حقيقية عرج عليها القرآن تصريحا أو تلميحا، وانظر بعض التفاسير عند آية ( **فخر عليهم السقف من فوقهم وأتاهم العذاب من حيث لا يشعرون**)...

**علم دراسة اللغات؟**

علم الفيلولوجيا

**ا معنى علم الفيلولوجيا؟**

 هذا اسم علم دراسة اللغات، والذي يتخصص فيه مئات الخبراء والدارسين،

**عرّف اللغة؟**

 اللغة هي: أصوات يعبّر كل جيل من الناس عما في وجدانهم، أو هي الكلام المصطلح عليه بين كل قوم، ويدّعي البعض أن كلمة (لغة) في العربية مأخوذة من لفظة (لوغوس) اليونانية ومعناها (كلمة).

**عدد اللغات في الوقت الحاضر حسب علماء الفيلولوجيا؟**

 يقدر علماء الفيلولوجيا عدد اللغات المنطوقة الآن عند البشر بثلاثة آلاف لغة، كثير منها لغات محدودة ينطق بها عدد قليل من الناس، واللغات الرئيسية التي يتكلم بها أكثر من مليون شخص للغة الواحدة تزيد قليلا على المائة لغة.

**تحدّث عن توزّع اللغات في العالم؟**

 من تلك اللغات تسع عشرة لغة كبرى يزيد عدد المتكلمين بكل منها عن خمسين مليون شخص، وهي:

* في جنوب آسيا:الهندية، والأوردية، والبنغالية، والبنجابية، والتاميلية، والماراثية، والتيلوجية.

 وفي بقية آسيا: الصينية، الملايوية-أندنوسية، واليابانية، والكورية.

* وفي أوروبا: الروسية، والإيطالية، والألمانية.

 يضاف إليها الخمس لغات العابرة للحدود التي يتحدث بها سكان العديد من الدول، وهي اللغات الأهم في العالـم، وهي: العربية، والإنجليزية، والفرنسية، والإسبانية، والبرتغالية.

**قُسمت اللغات حسب التحديد اللفظي و المعنوي؟**

**‌1-** اللغات المنحطة: وهي الأقل تعبيرا عن المعاني، وأبسـط ألفاظا، ومنها اللغات الإفريقية، ولغات الهنود الحـمر، واللغات الصينية،ولغة البربر، ولغة الأحباش، وبعض اللغات القديمة مثل لغة قدماء المصريين، وغيرها.

 2- اللغات المرتقية: وهي اللغات واسعة التعبير عن المعاني، وشاملة الألفاظ، وهي قسمان:

 2-1-غير متصرفة: مثل اللغة التركية.

 2-2-متصرفة: تقبل التصريف، وهي قسمان عظيمان: آرية، وسامية.

**ماذا تعرف عن اللغة الآرية؟**

 وتسمى اللغات (الهندوأوروبية)، وقد توصل العلماء بعد استقراء طويل أن أصل كل تلك اللغات واحد وهو اللغة الآرية المفقودة،والتي يذهب البعض – وإن كانت فرضية لم تثبت- إلى أنها كانت لغة قوم في شمال أوروبا في القرون الغابرة قبيل الطوفان أو بعده، وربما كانوا من نسل **يافث** **بن** **نوح** **عليه** **السلام**.

 وهذه اللغات الآرية يتكلم بها حوالي نصف البشر وهم سكان جنوب آسيا (شبه القارة الهندية)، وكذلك سكان أوروبا والسكان الجدد الحاليين للأمريكتين وأستراليا.

**تنقسم اللغة الآرية إلى شمالية و جنوبية، إشرح ذلك؟**

1- الجنوبية: وهي اللغات السنسكريتية، ومنها اللغات الهندية، والأفغانية، واللغة الفارسية، والكردية، والأرمنية.

 2- الشمالية: وهي أنواع متعددة أهمها:

 2-1-اللاتينية: ومنها الإيطالية والفرنسية والأسبانية والرومانية.

 2-2-الجرمانية: ومنها اللغات الإنجليزية والألمانية والهولندية.

 2-3-الإغريقية: ومنها اليونانية.

**ماذا تعرف عن اللغات السامية؟**

وتسمى اللغات الأفروآسيوية، وهي لغات قديمة اندثر معظمها، ولكنها كانت لغات الحضارة الكبرى عبر التاريخ.

**عدّد أقسام اللغات السامية؟**

أ- الآرامية

ب- العبرانية

ج- العربية

**ماذا تعرف عن اللغة الآرامية؟**

 منها اللغات البابلية والكلدانية والسريانية، ويرى بعض علماء اللغات أنها لغة واحدة تطورت في مراحل زمنية متفاوتة.

**ماذا تعرف عن اللغة العبرية أو العبرانية؟**

 منها: اللغة العبرية الحالية لليهود، وكذلك الفينيقية والقرطاجية.

**ماذا تعرف عن اللغة العربية؟**

وهي اللغة الأرقى ولغة القرآن الكريم، وقد تفرعت عنها بعض لغات الحبشة في الأدوار السابقة لها.

**في رأيك ما هي اللغة الأصلية للبشرية؟**

 كان اليهود قد أشاعوا عند الناس قبل الاكتشافات الأثرية أن لغتهم العبرانية هي اللغة الأم للناس، وأنها لغة آدم والقرون الأولى، وانتشر هذا الاعتقاد في أوروبا في القرون الوسطى.

 ولما جاءت الاكتشافات الأثرية وتشكل علم اللغات لم تقو تلك الدعوى على الصمود، حيث اكتشفت كتابات بلغات أخرى قبل الزمن الذي دونت فيه التوراة، وأرسل فيه موسى، بل قبل زمن إبراهيم عليه السلام، ولم يعثر على كتابات أو آثار عبرية من تلك الأزمان المتقدمة بتاتا.

 فقد وجدت سجلات مكتوبة باللغة الصينية ترجع إلى قبل ثلاثة آلاف وخمسمائةسنة، أي في حـدود **1500** **ق**.**م**، كما وجدت سجلات بالكتابة الهيروغليفية المصرية القديمة قبل خمسة آلاف عام, أما أقدم سجلات مكتوبة ومعروفة حتى الآن فهي صور الكلمات السومرية المكتوبة قبل حوالي خمسة آلاف وخمسمائة عام، أي في حدود **3500** **ق**.م.

 وعلى هذا الأساس؛ وعلى أساس دراسات التشابه اللغوي والاشتقاقات اللغوية والصوتية في اللغات، وأسس علمية أخرى؛ يرى بعض علماء اللغات أن اللغة البابلية هي اللغة الأم للبشرية، وهي اللغة التي تكونت السومرية منها، كما أن هناك فرضيات أخرى للغة الأم منها السريانية والعربية، والراجح أن **اللغة** **البابلية** هي لغة الناس الأم بعد الطوفان، في حدود الألف الرابعة قبل الميلاد.

**متى نشأت الكتابة للغات؟**

 الرأي السائد عند علماء اللغات أن الكتابة لم تظهر إلا بعد اللغة المنطوقة بفترة طويلة، وأن الناس لم يكونوا يستخدمون الكتابة في عصورهم الأولى، ويرجع بعض علماء اللغة ظهور الكتابة لمنتصف القرن الخامس قبل الميلاد!

**ماذا تعرف عن لغة الإسبرانتو؟**

 وهي لغة عالمية حاول بعض العلماء اختراعها في القرن الماضي، لتعميمها على الناس كلهم، ودعمتها بعض الدول والمنظمات العالمية، وتعلمها مئات الآلاف من الناس حينذاك، ولم تستمر الفكرة إلا سنوات قليلة حتى ضعفت وتلاشت، لفقدانها الخصائص الثقافية التي في كل اللغات الحية القديمة.

**كيف يتعلّم الناس اللغة؟**

 يتعلمونها بطريقة تلقائية، فيشعر الصغار بالحاجة للتعبير عن احتياجاتهم الخاصة؛ ومن ثم يبدأون الاستماع للكبار وتقليدهم، ثم يتعلمون تدريجيا انتقاء ونطق الأصوات المستخدمة في اللغة السائدة في مجتمعاتهم.

**عدّد نظريات نشأة اللغة ؟**

 1- نظرية التوقيف والإلهام

2- نظرية الاصطلاح والمواضعة

3- نظرية التقليد والمحاكاة

4- النظريّات الحديثة

**إشرح نظرية التوقيف و الإلهام في تفسير نشأة اللغة ؟**

 يرى أصحاب هذا القول أنّ أصل اللغة الإنسانية يرجع إلى الهام الهي، هبط على الإنسان فعلّمه النطق وأسماء الأشياء ، وهذا ما ذهب إليه فلاسفة اليونان **هيروقليطس** **وأفلاطون** في العصور القديمة ، وقال به أهل التوقيف من علماء المسلمين الذين احتجوا في قوله تعالى : " **وعلّم آدم الأسماء كلّها ثم عرضها على الملائكة** " [ البقرة 30 ] ، وقد فسّروا هذه الآية بقولهم : أن الله علّم آدم أسماء جميع المخلوقات بجميع اللغات ؛العربيّة و الفارسيّة و السريانيّة والعبرانيّة والروميّة وغيرها ،فتكلّم أبناء آدم هذه اللغات ، وبعد أن تفرّقوا في أرجاء الأرض نطق كل ّواحد منهم بلغة من هذه اللغات، وهذا يعني أن أبناء آدم الذين تفرّقوا في أرجاء الأرض كانوا قد تعلّموا كل الكلمات، وهم يعرفون أسماء كل ما كان وسيكون في المستقبل، دون وجود لهذه الأشياء في الواقع...

**إشرح نظرية الإصلاح و المواضعة في تفسير نشأة اللغة ؟**

 يرى أصحاب هذا أن اللغة استحدثت بالتواضع والاتفاق ، صاحب هذا الرأي **الفيلسوف** **اليوناني** **ديموقريطس** الذي عاش في القرن الخامس قبل الميلاد ،وقد ذهب مذهبه **كوندياك** **وآدم** **سمث** **وريد** ، اتفق معه من علماء العرب القدماء أهل الاصطلاح فقالوا : كان يجتمع بعض الحكماء، فيحتاجون إلى الإبانة عن الأشياء المعلومة ،فيضعوا لكلِّ واحد سمة ولفظاً إذا ذُكر عُرف به ما سمّاه ليمتاز به عن غيره ،فكأنّهم جاءوا إلى واحد من بني **آدم** فأومأوا إليه وقالوا إنسان ..إنسان ، فأي وقت سُمع هذا اللفظ ،عُلم أن المراد به هذا الضرب من المخلوقات .

**إشرح نظرية التقليد و المحاكاة في تفسير نشأة اللغة ؟**

 قال بعض العلماء إن أصل اللغات هو أصوات مسموعة سمعها الإنسان الأوّل وأخذ بتقليدها ، كصرير الريح وهزيم الرعد وخرير الماء ونقيق الضفدع ونباح الكلب . صاحب هذا الرأي هو العلم العربي **ابن** **جنّي**، الذي قال: وهذا عندي وجه صالح ومذهب متقبَّل، هذه الأصوات سارت في الرقِّي والتقدُّم شيئا فشيئا تبعاً لرقِّي وسمو العمليات العقليّة الإنسانيّة والتقدُّم الحضاري، وقد أيّد هذه النظريّة العالم اللغوي الأمريكي وتني ،

**كيف تفسّر النظريات الحديثة نشأة اللغة ؟**

 لم يتوقّف البحث في أصل اللغة ونشأتها ، فظهرت في القرن التاسع عشر الميلاد نظريات جديدة منها:

1-الغريزة الكلاميّة : يرى أصحاب هذه النظرية أن أصل اللغة يرجع إلى غريزة خاصّة تحمل الإنسان على التعبير عن الانفعالات أو الأشياء بكلمة خاصّة وبصورة عفويّة، من أصحاب هذه النظريّة العالم الفرنسي **فندريس** والألماني **مكس** **مولر** والفرنسي **رينان** .

2- يرى بعض العلماء أن اللغة بدأت بالشهقات أو التأوّهات ، التي تصدر عن الإنسان في حالة الحزن أو الفرح أو الدهشة ،مستندين على نظريّة دارون التي تقول بتطوّر الكائنات الحيّة .بينما يرى المعترضون أن هذه الأصوات تتم بصورة فجائيّة بعيدة عن الكلام .

3- ويرجِع بعضهم نشأة اللغة كانت من خلال عمل جماعي للأفراد أثناء قيامهم بعمل شاق تعاونوا على أدائه ،فهم يرون أن الإنسان يجد الراحة أثناء قيامه بعمل شاق إذا تنفّس أو تنهّد من الأعماق ،وربما تصدر عنهم أصوات أثناء العمل ترتبط بالعمل نفسه وتصبح فيما بعد دالّة عليه فينطقون بها كلّما تكرر هذا العمل .

4- النظريّة الحديثة : درس أصحاب هذه النظريّة مختلف النظريّات السابقة،فدوّنوا الملاحظات والخبرات والتجارب وأقاموا نظريّتهم الجديدة وقسّموها إلى ثلاثة أُسس هي؛ دراسة مراحل نمو اللغة عند الطفل ،ودراسة اللغة في الأُمم البدائيّة ودراسة تاريخيّة للتطوّر اللغوي .

نلاحظ أن النظريّات الثلاث الأوُلى تقوم على طريقة الاستنباط ،بينما تقوم النظرية الحديثة على الطريقة الاستقرائيّة

**أبرز مكانة اللغة العربية من بين اللغات السامية؟**

 اللغة العربية من اللغات السامية التي شهدت تطورا كبيرا وتغيرا في مراحلها الداخلية، وللقرآن الكريم فضل عظيم على اللغة العربية حيث بسببه أصبحت هذه اللغة الفرع الوحيد من اللغات السامية الذي حافظ على توهجه وعالميته؛ في حين اندثرت معظم اللغات السامية، وما بقي منها غدا لغات محلية ذات نطاق ضيق مثل العبرية والحبشية.

 واللغة العربية يتكلم بها الآن قرابة **300مليون** **إنسان** كلغة أم، كما يتحدث بها من المسلمين غير العرب قرابة العدد نفسه كلغة ثانية.

**ما تأثير اللغة العربية على اللغات الأخرى؟**

 من تأثير اللغة العربية على محيطها وعلى المسلمين أن هناك عدة لغات أخرى تكتب بالحرف العربي الحديث، ومنها:

 1- في آسيا: الفارسية والأوردية، والكردية، والملايو، والبشتو.

 2- في إفريقيا: الهوسا، والفلانية، والكانوري.

 3-كما توجد لغات بقت سنين عديدة تكتب بذلك الحرف حتى غيرت مؤخرا لأسباب متعددة منها: التركية، والصومالية، والسواحلية.

**متى ظهرت اللغة العربية لأوّل مرّة ؟**

 لم يعرف على وجه الدقة متى ظهرت كلمة العرب؛ وكذلك جميع المفردات المشتقة من الأصل المشتمل على أحرف العين والراء والباء، مثل كلمات عربية وأعراب وغيرها.

 وأقدم نص أثري ورد فيه اسم العرب هو اللوح المسماري المنسوب للملك **الآشوري** (**شلمانصر** **الثالث**) في القرن التاسع قبل الميلاد، ذكر فيه انتصاره على تحالف ملوك آرام ضده بزعامة ملك دمشق، وأنه غنم ألف جمل من جنديبو من بلاد العرب.

 ويذكر البعض –من علماء اللغات- أن كلمة عرب وجدت في بعض القصص والأوصاف اليونانية والفارسية وكان يقصد بها أعراب الجزيرة العربية، ولم يكن هناك لغة عربية معينة، لكن جميع اللغات التي تكلمت بها القبائل والأقوام التي كانت تسكن الجزيرة العربية سميت لغات عربية، وهي لغات متطورة من البابلية وغيرها، ومنها لغة عاد وثمود وسواهم، وكانت لغات متقاربة وتتطور حينا بعد حين وتتغير، ومن تلك اللغات القديمة اللغة **المهرية** المستخدمة حتى الآن في **ثمود** **وسوقطرى**، ولم تكن تلك اللغات تكتب بالأحرف العربية التي نعرفها الآن، ولكنها مرت بعدة تحولات كما سيأتي.

**ما المقصود بالإتصال ؟**

 يعود أصل كلمة **COMMUNICATION** في اللغات الأوروبية -والتي اقتبست أو ترجمت إلى اللغات الأخرى وشاعت في العالم- إلى جذور الكلمة اللاتينية **COMMUNIS** التي تعني "الشيء المشترك"، ومن هذه الكلمة اشتقت كلمة **COMMUNE** التي كانت تعني في القرنين العاشر والحادي عشر "الجماعة المدنية" بعد انتزاع الحق في الإدارة الذاتية للجماعات في كل من فرنسا وإيطاليا قبل أن تكتسب الكلمة المغزى السياسي والأيديولوجي فيما عرف بـ "كومونة باريس" في أو القرن الثامن عشر؛ أما الفعل اللاتيني لجذر الكلمة **COMMUNICARE** فمعناه "يذيع أو يشيع " ومن هذا الفعل اشتق من اللاتينية والفرنسية نعت **COMMUNIQUE** الذي يعني "بلاغ رسمي" أو بيان توضيح حكومي.

**ما هي مكوّنات أو عناصر العملية الإتصالية بالتفصيل؟**

 إن النظر إلى الاتصال كعملية يعني أن الاتصال لا ينتهي بمجرد أن تصل الرسالة من المصدر (المرسل) إلى المتلقي (المستقبل)، كما يعني أن هناك العديد من العوامل الوسيطة بين الرسالة والمتلقي بما يحـدد تأثير الاتصـال؛ من جهة أخرى فإن كلا من المرسل والمتلقي يتحدث عن موضوع معين أو موضوعات معينة فيما يعرف بالرسالة أو الرسائل، ويعكس هذا الحديث ليس فقط مدى معرفة كل منها بالموضوع أو الرسالة ، ولكن أيضا يتأثر بما لديه مقيم ومعتقدات وكذلك بانتماءاته الاجتماعية الثقافية بما يثير لديه ردود فعل معينة تجاه ما يتلقاه من معلومات وآراء وبما يحدد أيضا مدى تأثره بهذه المعلومات والآراء.

 في هذا الإطار المركز تطورت النماذج التي تشرح وتفسر عملية الاتصال بعناصرها المختلفة، حيث ظهر في البداية النموذج الخطي أو المباشر الذي يرى أن تلك العناصر هي مجرد المرسل والرسالة والمستقبل، ولكن الدراسات التي أجريت منذ الأربعينيات بينت مدى قصور ذلك النموذج ، وحطمت النظرية القائلة بأن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا على الجمهور ؛ لقد ظهرت العديد من النماذج والتي تطورت من الطبيعة الثنائية إلى الطبيعة الدائرية والتي على ضوئها تتكون عملية الاتصال من ستة عناصر أساسية هي المصدر والرسالة والمتلقي (المستقبل) ثم رجع الصدى والتأثير، وفيما يلي نبذة موجزة عن هذه العناصر:**- المصدر**- **الرسالة**- **الوسيلة..**

**ما المقصود بالمصدر في العملية الإتصالة؟**

**المصدر(SOURCE):**

 ويقصد به منشأ الرسالة، وقد يكون المصدر فردا أو مجموعة من الأفراد وقد\ يكون مؤسسة أو شركة، وكثيرا ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال، غير أن ما يجدر التنويه إليه هنا أن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالاتصال، فمندوب التلفزيون قد يحصل على خبر معـين من موقع الأحداث ثم يتولى المحرر صـياغته وتحـريره، ويقدمه قارئ النشرة إلى الجمهور، في هذه الحالة وجدنا بعض دراسات الاتصال يذهب إلى أن كل من المندوب والمحرر وقارئ النشرة بمثابة قائم بالاتصال وإن اختلف الدور، بينما يذهب البعض الآخر من الدراسات إلى أن القائم بالاتصال هو قارئ النشرة فقط، أي انه بينما يوسع البعض مفهوم القائم بالاتصال ليشمل كل من يشارك في الرسالة بصورة أو بأخرى، فإن البعض الآخر يضيق المفهوم قاصرا إياه على من يقوم بالدور الواضح للمتلقي.

**ما المقصود بالرسالة في الإتصال ؟**

**الرسالة(MESSAGE):**

 وهي المنبه الذي ينقله المصدر إلى المستقبل ، وتتضمن المعاني من أفكار وآراء تتعلق بموضوعات معينة يتم التعبير عنها رمزيا سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة، وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها، فالمصطلحات العلمية والمعادلات الرياضية المعقدة الخاصة بالكيمياء الحيوية مثلا تكون مفهومة بين أستاذ الكيمياء وطلابه، أما إذا تحدث نفس الأستاذ عن الموضوع مع طلاب الإعلام والاتصال لا يكون الأمر كذلك، فهناك فجوة أو عدم وجود مجال مشترك للفهم بين المرسل والمستقبل، والمنطق نفسه إذا كان الأستاذ يلقي محاضرة بلغة لا يفهمها أو لا يعرفها الحاضرون ، أو إذا استخدم إيماءات وإشارات ذات دلالة مختلفة لهم.

من جهة أخرى تتوقف فاعلية الاتصال على الحجم الإجمالي للمعلومات المتضمنة في الرسالة ، ومستوى هذه المعلومات من حيث البساطة والتعقيد، حيث أن المعلومات إذا كانت قليلة فإنها قد لا تجيب على تساؤلات المتلقي ولا تحيطه علما كافيا بموضوع الرسالة الأمر الذي يجعلها عرضة للتشويه، أما المعلومات الكثيرة فقد يصعب على المتلقي استيعابها ولا يقدر جهازه الإدراكي على الربط بينها.

**ما معنى الوسيلة في العملية الإتصالية؟**

**الوسيلة أو القناة(CHANNEL):**

وتعرف بأنها الأداة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وتختلف الوسيلة باختلاف مستوى الاتصال، فهي الاتصال الجماهيري تكون الصحيفة أو المجلة أو الإذاعة أو التلفزيون، وفي الاتصال الجمعي مثل المحاضرة أو خطبة الجمعة أو المؤتمرات تكون الميكرفون ، وفي بعض مواقف الاتصال الجمعي أيضا قد تكون الأداة مطبوعات أو شرائح أو أفلام فيديو، اما في الاتصال المباشر فإن الوسيلة لا تكون ميكانيكية (صناعية) وانما تكون طبيعية.

**كيف تطوّر الاتصال تاريخياً؟**

 الاتصال ظاهرة قديمة لازمت الانسان منذ بداية التاريخ، و هناك عدّة معايير في تاريخ الاتصال، كان يكون التركيزعلى تغير القيم أو البنيات الاجتماعية و الاقتصادية أو تغيّر وسائل الاتصال نفسها ... الخ، و يرى مارشال ماكلوهان أنّ الاتصال تطوّر عبر مراحل تاريخية، كانت فيها تكنولوجيا الاتصال العامل الأساسي في التحوّل من مرحلة إلى أخرى، ومن هنا سميّت نظرة ماكلوهان هذه بنظرية الحتمية التكنولوجية، أي أنّ العامل الاعلامي التقني هو الذي يفسّر أساساً التحوّلات التاريخية في الاتصال و المجالات الأخرى المتأثرة بذلك و كتوضيح أكثر :

- المرحلة الأولى:تبدأمن اللغة المنطوقة إلى اكتشاف الكتابة في حدود 3.000 إلى 3.000سنة ق.م، و قد ساد الاتصال الشفوي في هذه المرحلة، و يعتبر ماكلوهان أنّ اكتشاف الكتابة هو ثورة الاتصال الأولى، حيث مكّنت هذه الثورة من ايجاد لغة ثانية : لغة الرموز و التدوين ، التي سمحت فيما بعد بتسجيل الخبرات و التجارب، و اعتماداً على مبدأ التراكم و تطوّر الحضارة الانسانية ، إلاّ أن هذه الثورة كانت محدودة في تأثيرها على المجتمع و التطوّر التاريخي، كون أنّ قلّة منم الناس كانت تجيد هذه اللغة الجديدة ، كما أنّ وسائل انتقالها من مكان لآخر كانت محدودة أو منعدمة، حيث كانت الكتابة و النقوش تتّم على الصخور قبل أن تظهر وسيلة اعتماداً على الجلود و الخشب و أوراق الشجر و أخيراً الورق، و بالتالي كانت هذه الحضارة الأولى مكانية.

- المرحلة الثانية: فيها تمّ اكتشاف الطباعة من طرف قوتمبورغ في منتصف الق15، و تعتبر بذلك ثورة الاتصال الثانية، إذ مكّنت المجتمع من الإنتقال من الاتصال الشفوي إلى الاتصال و الثقافة المكتوبة، و قد سمح الاتصال المكتوب من تدوين المعارف السابقة و المستجدة، مما أدى ذلك إلى إحداث التراكم و تدشين بداية الحضارة الغربية، و أشار ماكلوهان إلى أنّ هناك علاقة بين زيادة انتقال المواد المكتوبة و توسع الإ مبراطورية ن و كان من نتائج هذا الإكتشاف ظهور الصحافة و إنتشار التعليم و المعرفة ، الشيء الذي أدى إلى إشراك المجتمع في شتى المجالات الحياتية بطريقة لم يسبق لها مثيل في تاريخ الحضارة الغربية، و اعتبر ماكلوهان اكتشاف الإذاعة و الفيلم في العشرينات من القرن الماضي و التلفزيون في الخمسينات من نفس القرن امتداد للإنسان، فالاذاعة امتداد لصوت الإنسان و التلفزيون امتداد لبصره، أدّت هذه الوسائل إلى انتقال المجتمع من الاتصال المكتوب إلى الثقافة المسموعة و المرئية، و قد اعتبر ماكلوهان أنّ اكتشاف هذه الوسائل يعتبر تراجعاً في تاريخ الحضارة على اعتبار أن الاتصال المسموع و المرئي يحمل بعض سمـات الاتصال الشفوي الذي يميّز المجتمع القديم، ومن جهة أخـرى، فقد حوّلت هذه الوسائل و خاصة التلفزيون العالم إلى قرية عالمية إذ تقلّصت عوائق الزمان و المكان إلى أقصى حدّ،

- المرحلة الثالثة: و هي مرحلة اكتشاف الحاسوب في الستينات و تعتبر ثورة الاتصال الثالثة، إذ نقلت المجتمع من مرحلة الاتصال المسموع و المرئي إلى الاتصال الالكترونين الذي أعاد النص إلى الاتصال مرّة أخرى، و قد سمّى الباحثون الذي أعقبوا مارشال ماكلوهان هذه المرحلة بالاتصال التفاعلي، إشارة إلى امكانية التعامل المباشر مع الآخر حتى و إن كان هذا الآخر ليس حاضراً مباشرة في هذا الاتصال، و قد تحدّث العديد من الباحثين في الفكر والاجتماع عن الثورة الثالثة و انعكاساتها على البنية الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية، مثل ألفين طوفلر الذي تحدّث عن الموجة الثالثة، و دانيال بال أسهب في تفصيل طبيعة مجتمع ما بعد التصنيع...الخ

**ما طبيعة العملية الإتصالية؟**

 الاتصال عملية ديناميكية دائرية، فالمرسل أو المصدر حامل الفكرة يقوم بترميز الرسالة مستخدماً قناة أو وسيلة في اتجاه المتلقي أو المستقبل، الذي يقوم بدوره بفك رموز الرسالة و إحداث رجع الصدىن و الذي بدوره يعيد عملية الترميز و التحويل و الفك و هكذا...

**أذكر أنواع الاتصال المعروفة؟**

في عموميات الاتصال نجد أنّه ينقسم إلى ك

1- الاتصال البشري:

 1-1- حسب طبيعة و نمط المشتركين: ( الذاتي – الشخصي- الجمعي – الجماهيري -)

 1-2- حسب الوسيلة أو اللغة : المستخدمة( اتصال لفظي – غير لفظي)

2- الاتصال غير البشري: (يتم بلغة واحدة وليس هناك مجال لصنع المزيد من الرموز أو الإشارات أو خلافه.)

**عدّد أنماط الاتصال البشري؟**

للإتصال البشري نوعين أساسيين من الأنماط:

النوع الأول : أنماط الاتصال وفقاً لحجم وطبيعة المشتركين في عملية الاتصال

النوع الثاني : أنواع الاتصال حسب الوسيلة أو اللغة المستخدمة

**عدّد أنماط الإتصال من حيث حجم و طبيعة المشتركين في العملية الإتصالة؟**

1-الاتصال الذاتي. 2- الاتصال الشخصي. 3- الاتصال الجمعي. 4- الاتاصل الجماهيري.5- الاتصال التنظيمي

**ماذا نقصد بالاتصال الذاتي : Intra-personal Communication ؟**

 هو ذلك النوع من الاتصال الذي يحدث داخل الفرد حينما يحدث نفسه ، وهو غالباً ما يتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته ، فالفرد قد يتناقش مع نفسه إذا كان يقرأ كتاباً أو يشاهد برنامجاً تلفزيونياً ويعتبر فهم هذه العملية التي تحدث بين الفرد وذاته أساس فهم عملية الاتصال.

**ماذا نقصد بالاتصال الشخصي : Interpersonal Communication ؟**

 يقصد به تبادل المعلومات والأفكار والمهارات والاتجاهات .. الخ والتي تتم بين الأفراد بطريق مباشر دون استخدام وسائط بينهم ولذلك يصبح أحدهم مرسلاً والآخر مستقبلاً فهو يعتمد على المقابلة المباشرة أو ما يسمى الاتصال وجهاً لوجه ، ولذلك فعدد المشتركين في هذا الاتصال يكون محدوداً ويطلق عليه الاتصال المحدود ومن أمثلته الاتصال الشفهي بين أفراد العائلة الواحدة " الجيرة ، الأصدقاء " ويمتاز هذا النوع من الاتصال بالآتي :-

2-1- أن اتجاه انتقال الرسالة هنا في اتجاهين

2-2- القدرة على اختيار المستقبل

2-3- القدرة على الاستعلام عن تأثير الرسالة لدى المستقبل

2-4- تأثيره قوى في المستقبل :

2-5- درجة عالية من المرونة

2-6- العفوية والتلقائية غير المقصودة .

**ماذا نقصد بالاتصال الجمعي : Group Communication ؟**

 يحدث بين مجموعة من الأفراد حيث تتاح فرص المشاركة للجميع في الموقف الاتصالي وهو يشمل المحاضرات ، الندوات ، الخطب ، الأمسيات الثقافية والمسرح.

**ماذا نقصد بالاتصال الجماهيري : Mass Communication ؟**

 هو عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية مثل الصحف والإذاعة بشقيها ( مسموعة ومرئية )

 كما يعرف الاتصال الجماهيري ، بأنه بث رسائل واقعية أو خيالية على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية ... الخ وينتشرون في مناطق جغرافية متفرقة . ويتميز بالخصائص والسمات التالية :-

4-1- الجمهور المتلقي يتصف بضخامة حجمه وتباين اتجاهاته ومستوياته .

4-2- لا يرى المرسل جمهوره مباشرة ولا يعرفهم .

4-3- رجع الصدى قليل جداً

4-4- يغلب عليه سريان المعلومات في اتجاه واحد

4-5- تتصف رسائله بأنها عامة وعلنية

4-6- تتيح وسائله نشر الرسائل بسرعة كبيرة وبأعداد كثيرة

4-7- تقوم به مؤسسات كبيرة

4-8- عملية منظمة ومدروسة غير عشوائية.

**ماذا نقصد بالاتصال التنظيمي : organizational communication ؟**

 وهوالاتصال الذي يحدث في داخل المنظمة كامؤسسة التجارية و التربوية، و قذ ارتبط بتطوّر المجتمع و ظهور الصناعة و الشركات، و اعتبره ماكس فييبر شرطا في تحديث المجتمع ، إذا تنتقل السلطة من الفرد إلى المكتب، فكلمة البيروقراطية تعني سلطة المكتب، و يتضمن هذا الاتصال عدّة خصائص منها:

5-1- أنّه يتّبع نظام السلّم الهرمي، فكل مرتبة وظيفية تقع تحت وصاية أعلى منها مكانة.

5-2- أنّ هناك فصلاً بين ملكية المؤسسة و إدارتها، فالادارة توكل إلى أفراد يملكون حرفة الادارة المعاصرة، أما الملكية فتعود إلى أصحاب رؤوس الأموال.

5-3- أنّ سلطة الإدارة تكمن في سلطة المكتب بما يفرضه من مهام و أدوار و ليس في الفرد التذي يحتل المكتب مهما كانت مهرات هذا الفرد .

5-4- أنّ الاتصال المعتد به هو الاتصال المكتوب ، و من ثمّة يتم تدوين معظم نشاطات المؤسسة في محاضر يعاد إليها عند الحاجة، أما الاتصال الشفوي فلا يعتبر مرجعاً موثوقاً به.

**عدّد أنماط الإتصال من حيث الوسيلة أو اللغة المستخدمة في العملية الإتصالة؟**

1-الاتصال اللفظي . 2- الاتصال غير اللفظي.

**ماذا نقصد بالاتصال اللفظي : Verbal Communication ؟**

 هو الذي يستخدم فيه اللفظ كوسيلة تمكن المرسل من نقل رسالته إلى المستقبل سواء كانت مكتوبة أم غير مكتوبة كالمذكرات والخطابات والتقارير والكتب والمحادثات التلفونية والمناقشة والمناظرة والندوة والمؤتمر ... الخ .

والاتصال اللفظي يجمع بين الألفاظ المنطوقة والرموز الصوتية فعبارة (أهلاً وسهلاً) يمكن أن تصبح ذات مدلولات أخرى بتغيير نبرة الصوت بجانب طرق الأداء الأخرى غير اللفظية مثل الحركة.

**ماذا نقصد بالاتصال اللفظي : Verbal Communication ؟**

 هو عبارة عن تعبيرات منظمة . تشير إلى مجموعة معاني يستخدمها الإنسان أو قد يقصدها في احتكاكه بالآخرين ومن أنواعه : لغة الصمت ، والتعبيرات الحسية والفسيولوجية ولغة الأجسام كما يطلق عليها "شون ماكبرايد" حيث يستخدم الأفراد أجسامهم للاتصال حتى يتمكنوا من التعبير عن مشاعرهم واحتياجاتهم كاصفرار الوجه أو تصبب العرق والتعبيرات الحركية واللغة الرمزية ، لغة المظهر العام ، والإشارات كإيماءات الرأس التي تعني في بعض الحضارات الموافقة وفي البعض الآخر الرفض ، واللمس .

**ما الفرق بين الإتصال البشري و الاتصال غير البشري ؟**

 الفرق الرئيسي بين الاتصال البشري والاتصال غير البشري أن الأول يتم بواسطة الرموز ، فالإنسان يستطيع أن ينشأ دائماً رموز وإشارات وإيماءات يستطيع أن يتواصل بها مع أخيه الإنسان ، أما الاتصال غير البشري فهو يتم بلغة واحدة وليس هناك مجال لصنع المزيد من الرموز أو الإشارات أو خلافه .

**ما هي معوّقات الإتصال ؟**

1- معوقات لغوية:

 صعوبات في نقل المعاني عن طريق الرموز فالكلمات الواحدة قد تعنى أشياء مختلفة للأفراد،كما أن هناك أشياء بالتالى يصعب فهمها أو استيعابها على الافراد

2- صعوبات نفسية:

 تتعلق بالإدراك والتصور ، فالكثير من الافراد يفهمون المعلومات بحسب ما يتوقعونه وليس حسب ما تعنيه المعلومات، آذلك قد يخلط البعض بين الآراء والحقائق والشائعات.آذلك يؤدى شعور الفرد بالخوف والقلق والغضب والاآتئاب على مقاومة التغيير ورفض الأفكار الجديدة

3- معوقات ناشئة عن الفروقات الفردية:

 فكثيرا ما نفترض أن الفرد المستقبل للرسالة يكون مهيئا ومستعدا ذهنيا لاستقبالها وأن له من الامكانيات والقدرات ما يمكنه من فهمها وأحداث الاستجابة المطلوبة، وغالبا ما تكون هذه

4- معوقات تنظيمية:

 تنشأ بسبب بعد المسافة وتعدد المستويات الإدارية وعدم وضوح أو تحديد جهات الاتصال وعد تحديد هدفها بوضوح ، وعدم تنظيم وسائل الاتصال والتنسيق بينها

5- إساءة استعمال أدوات الاتصال: أو استخدامها لتحقيق مصالحهم الشخصية

6- المقاطعة المادية للاتصال

وتتمثل فى الأحداث المادية التى تؤدى إلى إعاقة نقل المعلومات ( إنقطاع الحرارة أثناء الحدیث فى التليفون )

7-الاختيار الخاطئ لوسية الاتصال: استخدام المكالمات التليفونية بدلا من اللقاءات والاجتماعات.

8- غياب المعلومات المرتدة:

أي غياب المعلومات عن ردود الفعل التي قام بها الطرف المستقبلي ومعرفة انه قد تلقى الرسالة الصعبة.

9- معوقات خاصة بالبيئة:

 فإذاكانت ظروف البيئة التي تعمل فيها المنشأة متغيرة وغير مستقرة فأنه یتعين أن تكون الاتصالات مستمرة ومتجددة.

**عرّف الإتصال التفاعلي؟**

 هو عباره عن الجهود المخططه في تصميم مواقع الوسائل الاعلاميه الجديده وبرامجها ومحتواها الذي يسمح للمتلقي بأكبر قدر من المشاركه في عمليات الاتصال والاختيار الحر من الكحتوى والخدمات المتاحة على الانترنت.

**ما أهمية الإتصال التفاعلي؟**

تكمن أهمية الاتصال التفاعلي في أنــه: 1- وفــر الاتصال . 2- التفاعل في آن واحد

**أذكر مميزات الإتصال التفاعلي؟**

 ببساطة تكمن مميزات الاتصال التفاعلي فيمايلي:

1- تحقيق التفاعل الفوري بين المرسل والمتلقي.

2- إمكانيه ان يصبح المتلقي مرسلاً في نفس الوقت .

3-يوفر مثيرات وأدوات التفاعل كقنوات رجع الصدى سواءا عن طريق الكتابه أو الصوت أو الصورة.

**ما هي إ نعكاسات الإتصال التفاعلي على الإعلام التقليدي؟**

تتمثل هذه الإنعكاسات في النقاط التالية:

1- إعلام متعدد الاتجاهات ذو طبيعه تفاعلية

2- ظهور مفهوم المواطن الصحفي

3- ظهور مايسمى بإعلام نمط الحياة

4- تراجع امكانيه التعتيم

5- جعل مستقبل الاعلام التقليدي بين المنافسة والمصداقية

6- الحــد من العمل الصحفي التقليدي

7- وفر المحتوى من خلال الاتصال الالكتروني التفاعلي

8- تطور الادوار الاجتماعيه للوسائل الاعلامية

**ما هي أدوات الإتصال التفاعلي ؟**

 هي الادوات الاعلامية الالكترونية التي تلتقي فيها اطراف عمليه الاتصال في وقت واحد متزامن مثل المحادثات والمؤتمرات والحوار الشخصي أو في اوقات مختلفه غير متزامنة : الايميل وصناديق التصويت ...

**ما هي الخصائص التي تتميّز بها أدوات الإتصال التفاعلي ؟**

1- وظيفة الادوات الاساسيه هي تحقيق التفاعل الاتصالي الانساني

2- يتم تصميم هذه الادوات بحيث توفر المرونه في الاتصال والتفاعل

3- معظم الحالات تعد بديلاً عن بعضها البعض في تحقيق اهداف التفاعل

4- يتوقف استخدام هذه الادوات بواسطه المتلقي على حاجته من هذا الاستخدام

**عرّف الإتصال السياسي؟**

 يعد الاتصال السياسي من بين أهم أشكال الاتصال التي خاض فيها المفكرون،ولعل من أشهر المفكرين الذين اهتموا بالاتصال السياسي **جون** **ماري** **كوتري**(**J.M** **KOTTERET** ) والذي يعرفه على أنه تبادل للمعلومات بين الحاكم والمحكوم عن طريق قنوات اتصال مهيكلة وغير مهيكلة (رسمية)،فهو يسعى إلى تلبية مطالب المواطن ويستجيب لحاجة معينة على وجه الخصوص وهي ضمان الربط بين الفئتين،ذلك أن كل حاكم أو مسؤول سياسي مهما كان المستوى الذي يشتغل فيه يسعى إلى تحصيل قبول المتلقين لقراراته باعتماد الاتصال السياسي وقنواته،كما أن كل محكوم في أي مجتمع يشكل حاجاته ويأطرها في شكل مطالب ليقنع الحاكمين بتبنيها والعمل على تجسيدها ميدانيا.

**ما معنى الإتصال الصحّي؟**

 يمكن تعريف الاتصال الصحي بأنه اتصال يهدف إلى تغيير المواقف السلبية في مجال الصحة وقف إستراتيجية غايتها تحسين المستوى الصحي وتطبيق البرامج الصحية المسطرة،فمن أجل الوصول إلى اتصال صحي فعال ينبغي الضبط الدقيق والصحيح للمعلومات المتعلقة بالصحة.

 بل هناك من المفكرين من قال أن الاتصال وسيلة فعالة في مجال الشفاء من أمثال **واتزلافيتش**(**watzlavic**) في هذا المجال الحيوي.

**أعط مفهوم الإتصال الثقافي؟**

 إن الثقافة هي مجموعة من العناصر التي تحدد أساسا هوية الفرد والمجتمع،كما أن هذه العناصر خاضعة لمنطق التغير والتبادل،فالفرد محتم عليه التفاعل مع الآخرين،كما أن الاتصال الثقافي يكون داخليا بين الثقافات المحلية والفرعية في المجتمع الواحد وحتى خارجيا مع ظهور مفهوم عولمة الثقافة.

 إن الإشكال المطروح هنا هو كيفية تصدي الثقافات المحلية للعولمة والثقافة العالمية، فالثقافة أصبحت مجموعة من السلع والخدمات التي تنتج وتسوق(الثقافة الجماهيرية)،إذ يشير الباحث **ماتلار** إلى أن الاعتراف بالتنوع الثقافي كأساس للديمقراطية هو ظاهرة جديدة لان مساره امتلأ بالنزاعات.

**ما معنى الإتصال التجاري؟**

 يشير مفهوم الاتصال التجاري إلى مجمل العناصر الاتصالية التي تقوم بها المؤسسة في اتصالها بالمحيط الداخلي والخارجي لها.

**عرّف الإتصال الإقناعي؟**

 يقصد به الإتصال الذي يمكن تطبيقه في مواقف محدّدة، يتم من خلاله تعديل السلوك، عن طريق المعاملات الرمزية (رسائل)، التي تكون أحياناً مرتبطة بنوع من الإجبار غير المباشر لاستمالة العقل و العاطفة لدى الفرد المستهدف.

**ما المقصود بالتواصل الإقناعي؟**

 هو الحدث الكلامي الذي يهدف إلى التأثير في اتجاهات الآخرين وتغيير سلوكهم وتعديل أفكارهم حتى تكون موافقهة لما يتبناه المتحدث.

**ماهي نماذج الإتصال الإقناعي؟**

أ- النموذج النفسي :

ـ يعتمد على نظرية الاختلافات الفردية .

- الرسالة الفعالة هي التي تتمكن من تحويل البناء النفسي للفرد بشكل يجعل الاستجابة المعلنة متفقة مع موضوع الرسال

- تغير أو تنشـّط العمليات النفسية الكامنة .

- تحقق السلوك الظاهر المرتبط بالعمليات النفسية .

- خطواتها : 1- وصول الرسالة للشخص ، 2- قبوله لها ليفكر فيها، 3- تقييمه للأهداف التي سيحققها من تنفيذه للسلوك، 4- اختيار القيام بالسلوك

ب‌- النموذج الثقافي الاجتماعي:

- يعتمد على نظرية الفئات الإجتماعية والعلاقات الإجتماعية .

- من الصعب تفسير سلوك الأفراد بناء على المتغيرات النفسية وحدها لأنهم دوما يتصرفون داخل سياق إجتماعي.

- تحدد أو تعيد تحديد العملية الثقافية .

- تشكل أو تغير معايير السلوك المتفق عليها داخل الجماعة .

- تحقق تغير في اتجاه السلوك المعلن.

- لابد من مراعاة أن:هناك مجتمعات ذات نظم ثقافية قاسية توجه الفرد وتقدم له بناءً كاملاً للحقيقة، وهناك مجتمعات أخرى على النقيض، تتاح فيها الفرصة أمام الأفراد لتحديد استجاباتهم الخاصة نحو الأفكار الجديدة.

**عرّف مصطلح الاستراتيجية؟**

 نقلت كلمة الاستراتيجية من الحضارة اليونانية عن كلمته الأصلية إستراتيجيوس strategos و التى تعنى علم الجنرال، وارتبط مفهومها بشكل صارم بالخطط المستخدمة لإدارة قوى الحرب ووضع الخطط العامة في المعارك.

 وقد اختلف فى مفهوم كلمة الاستراتيجية عبر التاريخ وفقا لتطور التقنية العسكرية فى كل العصور كما أنها تختلف بإختلاف المدارس الفكرية والسياسية ولهذا يصعب تعريف شامل ومانع لهذا المصطلح.

**كيف عرّفت المدرسة الأمريكية مصطلح الاستراتيجية؟**

 وقد عرف دليل ضباط أركان القوات المسلحة الأمريكية لعام 1959م:

 "" بأنها فن وعلم استخدام القوات المسلحة للدولة لغرض تحقيق أهداف السياسة العامة عن طريق استخدام القوة أو التهديد بإستخدامها.""

**كيف عرّفت المدرسة المصرية مصطلح الاستراتيجية؟**

 "" أنها أعلى مجال في فن الحرب وتدرس طبيعة وتخطيط وإعداد، وإدارة الصراع المسلح وهى أسلوب علمى نظري وعملي يبحث وسائل إعداد القوات المسلحة للدولة واستخدامها فى الحرب معتمدا على أسس السياسة العسكرية كما أنها تشمل نشاط القيادة العسكرية العليا بهدف تحقيق المهام الاستراتيجية للصراع المسلح لهزيمة العدو.""

**عرّف الإتصال الاستراتيجي؟**

 باعتبرانا متخصصين في الاتصال الإستراتيجي فإننا نعرف الإتصال الإستراتيجي بأنّه:

 ""هو إتصال بعيد المدى، يأخذ في الاعتبار المتغيرات الداخلية والخارجية للمتلقي و المستقبل، ويحدد القطاعات والشرائح السوقية المستهدفة وأسلوب المنافسة، الاتصال الاستراتيجي: هو عملية متجددة يتم تحديثها كل عام لمعالجة و دراسة و تغيير المستجدات الخارجية والداخلية، و الاتصال الاستراتيجي يجيب عن سؤالين هامين:

1- ما هي الأطراف المستهدفة بالاتصال، أو ماهي القطاعات أو الشرائح التي سنتّصل بها؟

2- ما هـي الطرق الفعـالة التي ستستخدمها؟ أوما أسلوبنا في الاقـناع أو المنـافسة من كــل طرف: السـعر، الجـودة، السرعة، المرونة، الاقناع...

**ما أهداف الإتصال الاستراتيجي؟**

 الاتصال الاستراتيجي يجعل الأهداف العامة للمؤسسة القائمة بالاتصال واضحة للجميع وبالتالي:

1- تنبثق منها خطط الإدارات أو قطاعات العمل(لتسهيل تمرير الرسائل الإتصالية الاستراتيجية)

2- تكوين الهدف العام الذي يحكم جميع القرارات(تكون خطة الاتصال ممنهجة،و مدروسة قبلياً)

3- يجعل جميع العاملين يعملون لتحقيق هدف واحد(تكثيف جهود العاملين على تحقيق هدف الاتصال)

**عرّف التخطيط الاستراتيجي؟**

 التخطيط الاستراتيجي هو عملية نظامية توافق من خلالها إحدى المنظمات – ويلتزم بذلك الشركاء الرئيسيون في المنظمة – على الأولويات التي تعتبر ضرورية لتحقيق هدفها، وفي نفس الوقت تستجيب للبيئة المحيطة بها. ويرشد التخطيط الاستراتيجي إلى امتلاك الموارد وتخصيصها باتجاه تحقيق تلك الأولويات.

**أذكر مميّزات التخطيط الاستراتيجي؟**

تكون عملية التخطيط إستراتيجية لأنها تتضمن اختيار ما هو أفضل استجابة للظروف التي تشكـل بيئـة ديناميـكية، وربما في بعض الأحيان عدائية.

1- التخطيط الاستراتيجي هو عملية منتظمة حيث تدعو لإتباع عملية تم هيكلتها كما أنها تعتمد على البيانات.

2- التخطيط الاستراتيجي معني بالمستقبل: فهو يتيح لك توجيه المستقبل وإدارته. وبذلك فلا يلزمك أن تظل قابعا في مكانك إذا تم اتخاذ قرار ما بطريقة خاطئة أو إذا ما لم يتم اتخاذ قرار صائب. فلربما تتغير الظروف الخارجية من حولك بالكلية.

3- التخطيط الاستراتيجي وسيلة للتفكير والتصرف من أجل عمل تغيير معين: فالعقلية الإدارية هي عقلية معنية بتحقيق الأهداف، وبذلك فهي لا تحصر نفسها في التفاصيل. كما أنها تقبل الالتزام بالتخطيط للمستقبل ولا تكتفي بالانشغال بالوضع الذي تقف فيه حاليا وحسب. ويعتبر تحويل الإطار الزمني للفرد من الوقت الراهن إلى المسـتقبل، ثم العودة إلى الوقت الراهن ثانية، ... وهكذا، يعتبر ذلك بمثابة مهارة إستراتيجية يمكن تعلمها والتأكيد عليها بالممارسة. فالعقل الاستراتيجي يتواكب مع التغيير، فهو ينتقل سريعا من المشكلة إلى وصف العلاج الناجع لها. فهو يسعى للقيام بالتغيير.

4- التخطيط الاستراتيجي عملية مستمرة وعائدة: فلا يمكن أن تكون جهود الإدارة الإستراتيجية بمثابة نشاط لفترة زمنية واحدة أو لها بداية ونهاية. بل يجب أن تكون عملية مستمرة تتراكم فيها الخبرات، ويتم تطوير هذه الخبرات من خلالها. ولعل أحد الأسباب الرئيسية التي تفسر استمرارية عملية التخطيط الاستراتيجي هي استجابته للظروف الخارجية التي لا تتوقف أبدا، ومن ثم فيجب أن تظل الخطط والأدوات التي يتم تنفيذ تلك الخطط بها في حالة تعديل وتنقيح مستمر.

5- الإدارة الإستراتيجية ليست عملية سهلة الأداء، بل هي عملية صعبة تتطلب بذل المزيد من الجهود: فهي تتطلب بذلك مجهود فكري وكثير من الانضباط والالتزام. كما أن الرغبة والمهارة مطلوبة لاختيار المسارات الزمنية للأداء بدلا من الانتظار حتى وقوع الأحداث والأزمات التي تدفعنا إلى اتخاذ رد فعل مواجه بطريقة عقيمة، وفي العديد من الأحيان، يكون الانتظار – بسبب عدم التأكد مما يجب علينا عمله – سببا في تأخرنا للغاية عن اتخاذ إجراء فعال أو حتى تحملنا لنتائج سلبية كبيرة.

**عرّف الإتصال التنموي؟**

 استنادا لهيئة "**Clearinghouse** for **Development** **Communication**" فإن تعبير "الاتصال التنموي" استخدم لأول مرة في "الفليبين" في السبعينات بواسطة البروفيسور "**نورا** **كوبرال**" (**1985**) للتدليل على عمليات النقل والاتصال للمعرفة الجديدة المتعلقة بالبيئات الريفية، ثم اتسعت مجالات المعرفة لتشمل كل الكيانات التي تساعد في تحسين الظروف المعيشية للأفراد المحرومين، وفي نفس تلك الفترة قام "ايرسكن تشايلدر" بتطوير "دعم الاتصال التنموي" في نظام "برنامج الأمم المتحدة للتنمية" مع الإصرار على أهمية وجود مكون للاتصال في كل مشروع من مشروعات التنمية.

**ما هي استراتيجية الإتصال أثناء الأزمات؟**

 المبدأ الرئيسي للاتصال في الأزمات هو " عدم الانعزال "في حال حدثت مأساة أو مشكلة ما والاتصال هو الأمر الأكثر فاعلية في ظروف الأزمة، الاتصال الذي يقدم بسرعة كبيرة المعلومات التامة والصريحة لوسائل الإعلام الجماهيري، الواقعة في مركز الأحداث، وفي أكثرية أو غالبية الحالات إن أول ما يجول في ذهن القيادة: " تعالوا ننتظر ريثما يتضح الموقف"، إلا أن الصمت يستدعي الشك بأن الجهة التي تتعرض لأزمة قد اتخذت قراراً ما وهذا يزعج وسائل الإعلام، والمشكلة تتأزم أكثر ومن جهة أخرى قد تبرز مشكلة أخرى تتمثل في أن المعلقين والمراسلين في وسائل الإعلام المختلفة والراغبين في الحصول على سبق صحفي قد يستخدمون لغة انفعالية للغاية. إن أكثر رجال الإتصال العلاقات العامة المهنيين مقتنعون أن القاعدة الأساس للاتصال خلال الأزمة يجب أن تكون: " قل كل شيء، وقل ذلك بحرية واستقلالية ". وهناك قاعدة ذهبية تقول : عندما يُقدّم الخبر بسرعة فإنه يوقف زحف الشائعات والأقاويل، ويهدئ الأعصاب في الأوساط الاجتماعية وفيما يتعلق بأهداف السيطرة على الأزمة فلا تعقيد في ذلك ولكن ما هي أبرز هذه الأهداف:

أولاً:وضع نهاية فورية للأزمة.

ثانياً:جعل الخسائر في حدها الأدنى .

ثالثاً:إعادة الثقـة.

**عرّف الإعلام؟**

لغة: من الفعل الرباعي "" أعلم ""، و ليس من العلم، كما جاء في بعض الكتب، ويقول الشاعر زهير بن أبي سلمي في معلّقته:

 و **أعلم** علم اليوم و الأمس قبله \*\*\* و لكنني عن علم ما في غد عم

اصطلاحاً: هو كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير، سواء عبر موضوعيا أو لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها.

**ما هو مفهوم الإعلام المتخصص؟**

1- هو حديث عن لون من ألوان الإعلام الذي يهدف إلى نشر الثقافة المتعمقة والمخصصة.

2**-** يتوجه إلى جمهور عام وخاص في الوقت نفسه.

3- الإعلام المتخصص يقدم بصورة موضوعية ،فهو موضوعي حيث يهدف الى نشر الوعي والمعرفة والثقافة المستمدة الى الحقائق والمعلومات؟

4- الإعلام الخاص يقدم حقائق ومعلومات،إلا أنه يقدم بصورة ذاتية تعبر عن وجهة نظر معينة،بهدف تكوين رأي عام حول موضوع معين.

5-يستخدم الإعلام المتخصص مثل الإعلام العام،مختلف عناصر التشويق وأساليب العرض و التقديم من سرد ودراما وندوة وحوار وغيرها.

**ماذا نقصد بالإعلام الاقتصادي؟**

 هو تلاحم تفرضه معطيات العصر ومنجزاته، فالأعلام الذي يعنى بالجانب التخصصي بالنسبة للاقتصاد خرج من أروقة المؤسسات الأكاديمية بفعل ما فرضته الطفرات والهزات الاقتصادية التي شهدها العالم، مما دفع الإعلام إلى تسخير كل طاقاته لمتابعة تلك الطفرات وما تلاها من هزات باعتباره شريكا في تحمل نتائجها في حالتي السلب والإيجاب، وباعتبارها المحور الأساس لاهتمام كل القطاعات التي يتعامل معها الإعلام ابتداء من القارئ العادي المؤثر على حجم التوزيع، وانتهاء بالشركات الكبرى الأكثر تأثيرا في حجم الإعلان، وهما - أي التوزيع والإعلان - مصدر التمويل الرئيس للمؤسسة الإعلامية.

**حدّد علاقة الإعلام بالاقتصاد؟**

 يكون الأعلام والاقتصاد في شراكة متعددة الوجوه ودائمة العلاقة، وهما في الجبهة ذاتها لمواجهة التحديات الشرسة التي يواجهانها معا، وإذا سلمنا بأن الاقتصاد يمكن أن يصنع إعلاما ناجحا، فمن المؤكد أن الإعلام يمكن أيضا أن يصنع اقتصادا ناجحا، وهذا ما يفسر نجاح المؤسسة الإعلامية إذا توفرت لها قيادات اقتصادية متخصصة، وواعية لدور الإعلام كصناعة واستثمار منفتح على النجاحات المؤكدة في ظل الدراسات العلمية والتخطيط السليم لتحقيق مراحل التغيير والتطوير بنجاح، ومن جانب آخر فيما يتعلق بالعلاقة الوثيقة بين الإعلام والاقتصاد ما نراه من نظريات اقتصادية تفضي إلى أن ميزانيات الدعاية والإعلان.. لا تعرف الشح أو التقتير إذا ما أريد للمؤسسة الاقتصادية النجاح، لكن هذه العلاقة بين الطرفين غالبا ما يعتريها الالتباس في أذهان بعض القيادات الأعلامية والاقتصادية معا، فمن الجانب الإعلامي يندر وخاصة في الصحافة العربية التركيز على الكوادر المتخصصة في الاقتصاد...

 هناك من يرى أن الإعلام لا يمكن اختزاله في الصحافة الورقية فقط، حيث تتعدد وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة، وهذا صحيح، لكن الإعلام المقروء هو الأكثر تأثرا بالحراك الاقتصادي، وهو الأكثر عناية بالجانب الاستثماري والإعلامي باعتباره يستأثر بالنصيب الأكبر من رأس المال الذي يتم استثماره في المجال الإعلامي، حيث أن مؤسسة صحفية ناجحة يمكنها أن تنشئ عشر محطات فضائية، ومائة محطة إذاعة f.m وألف صحيفة الكترونية، كل ذلك بتكلفة أقل من رأسمالها كمؤسسة صحفية ناجحة.

 ولعلنا لا نبالغ إذا قلنا أن الاقتصاد أكثر شجاعة من الصحافة في اعتماده على الكفاءات المتخصصة، وفي سبيل ذلك فإن المؤسسة الصناعية الضخمة تحرص على تطوير كفاءات العاملين فيها من خلال البعثات والدورات التدريبية وورش العمل، واستقطاب الكفاءات المؤهلة بالعلم والخبرات الواسعة، دون الاعتماد على القيادات الفردية التي تشخصن العمل بعد ان تجرده من صبغته المؤسساتية. مما لا يساعدها على الوصول إلى الجودة في الانتاج والزيادة في الأرباح، كما هو حال المؤسسة الاقتصادية.

 بعد ذلك وقبله تظل المؤسسة الإعلامية والمؤسسة الاقتصادية على علاقة وثيقة ومترابطة ومتلاحمة، وإن لم يكن في الوسائل، ففي الاهداف والغايات الاستثمارية الطموحة.

**فيما تتجلى أهمية الإعلام الاقتصادي؟**

1- المحرك الأساسي لحركة التكتلات والتجمعات والأحلاف العالمية.

2- المحدد لقوة الدول والأمم والمجموعات.

3- عزز مفهوم المنافسة والجدوى والعائد المالي والمردود الإقتصادي.

4- له دور أساسي في الحياة الإقتصادية والإجتماعية والمحلية والدولية.

5- تؤثر بصورة أو بأخرى على الحياة اليومية للمجتمعات النامية على وجه الخصوص.

**أبرز الدور الاستراتيجي للإعلام الاقتصادي؟**

1- له دور نشيط وفاعل في تحريك عجلة الإقتصاد والإعلان .

2- يوفر للعامة والمختصصين المعلومات حول الأوضاع الإقتصادية المحلية والعالمية.

3- يقوم بالتعريف بالحركة الإقتصادية في الدول الأخرى.

4- ضمان الحقوق افقتصادية للمواطنين.

5- تفيد الإعلام في حركة الإستثمار ومجالاته.

6- له دور في التنمية،وخاصة التنمية الإقتصادية.

7- يقوم عبر وسائل الإعلام بتغطية الحدث الإقتصادي،وتوسيع الآفاق والمعرفة حوله .

8- مطالب بأن يكون أكثر التصاقا بالمختصصين في هذا المجال.

**أعط تعريفاً للإعلام السياحي؟**

 يعرّف على أنه هو إحد أشكال الإعلام المتخصص في المجال السياحي، يحتاج إلي متخصصين ويهدف إلى تزويد الجمهور بكافة المعلومات والحقائق المتعلقة بالسياحة ويتحرى الموضوعية في هذة المعلومات والصدق والدقة ويستخدم الوسائل الإعلامية المختلفة وبكافة الأساليب للإقناع وذلك من أجل تحقيق الوعي السياحي وجذب أكثر عدد من السياح .

**أذكر أهداف الاعلام السياحي؟**

من خلال التعرف على مفهوم الإعلام السياحي يتضح لنا أن هناك الكثير من الأهداف الداخلية للإعلام السياحي من هذه الاهداف :

1- إبراز الآثار الإقتصادية للسياحة : يقوم الإعلام بإبراز هذا الجانب من خلال إستعراض دور السياحة في التنمية الإقتصادية للدولة ,السياحة من مصادر الدخل القومي كذلك من خلا تعدد فرص العمل التي يوفرها القطاع السياحي في مختلف مجالته المباشرة كالأرشاد السياحي , الإشغال الفندقي المنشآت السياحية المختلفة غير مباشرة هي جميع المجالات الأخرى التي تخدم القطاع السياحي .

2- إبراز دور السياحة الإجتماعي: من حيث أنها تساعد على تقارب وتعارف المجتمعات المختلفة، تلعب دورفي زيادة المعرفة بالثقافات والحضارات الأخرى ,كذلك تساهم في نمو الحرف والفنون والمحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية .

3- رفع مستوى الوعي السياحي بين أفراد المجتمع: من المعروف أن الوعي من العوامل التي تلعب دورا بارزا في تنمية الحركة السياحية لذا لابد من تحيق الوعي السياحي لدى جميع أفراد المجتمع وذلك من خلال التـعليم السياحي، إستخدام وسائل الإعلام المختلفة، تشجيع السياحة الداخلية.

4- مقاومة الشائعات: يقصد بالشائعات مجموعة من الحقائق والمعلومات التي لا تعود إلى مصدر موثوق بة ويكون لها أثر على الجمهور المتلقي وقد يكون هذا الأثر إجابي أو سلبي ومن الأمثلة على الشائعات ذات الأثر الإجابي مثلا القول بتوفر كنز عظيم في المنطقة الفلانية ومن الأمثلة على الشائعات ذات الأثر السلبي مثلا انتشار مرض معدي، انتشار الإرهاب، سوء الخدمات وغيرها لذا يتوجب على الإعلام تقديم المعلومات الموضوعية الصحيحة للجمهور والتصدي لهذة الشائعات وذلك من أجل كسب ثقة السياحة.

**ما هي متطلبات التخطيط التي يحتاجها الإعلام السياحي؟**

1- ادراك واستقراء الحقائق التاريخية والثقافية والإجتماعية وغيرها المتصلة بالشعوب.

2- الإلمام بتطورات الدعاية السياحية العالمية من خلال تجميع المعلومات عنها.

3- العمل على ايجاد قنوات للإتصال بأولئك الذين يسيطرون على أجهزة الإعلام العالمية.

4- الإعداد الجيد والتدريب المتقن لأولئك الذين يعملون في مجال الإعلام السياحي.

5- اختيار المناسب لبث الدعاية السياحية في أسلوب لغوي جيد من خلال الموضوعية وعدم المغالاة.

6- اختيار الرسائل الإعلامية المناسبة التي يعمل من خلالها لإحداث التأثير المطلوب على أكبر عدد ممكن من الناس.

7- أن يرتبط الإعلام السياحي بإعلان أو أشعار مصمم بطريقة جذابة ومثيرة وملفته للنظر.

**ما هي خصائص الإعلام السياحي؟**

1- يقدم بصورة متجانسة مع عادات وتقاليد الشعوب.

2- يعبر عن الحضارات القديمة ونهضتها الحديثة.

3- تقديم الغريات السياحية من فنادق وتسهيلات وغيرها.

4- يجب التعريف بالتسهيلات السياحية التي تقدم للسياح ليتمتع بها عند قدومه،من اقامه وغيرها.

5- التعريف بالمواقع والمراكز واستثمارات السياحية والترفيهية والثقافية وغيرها.

**بيّن الدرو الجوهري للإعلام في تنمية السياحة؟**

 يلعب الإعلام السياحي دوراً كبيراً في هذا المجال من خلال وسائل الإعلان المختلفة أو الترويج المتمثلة بالوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية والمعارض والأفلام والتبادل العيني والمطبوعات وغيرها .

 كذلك بقدر ما للإعلام السياحي من أثر إيجابي في الترويج السياحي، وبقدر ما هناك حاجة ملحة لدوره الفعال في عملية التنمية السياحية بقدر ما هناك حاجة ماسة للاستثمار ووسائله كافةً وخاصةً الإعلان المرئي، إذ من خلال وسائل الإعلام المختلفة يستقي الفرد معلوماته والتي تصله عادة في شكل إخباري عن حقائق ومعلومات سياحية يهتم بها السائح ، وتدفع شركات السياحة مقابل مادي عن الأخبار السياحية ذات الطابع الإعلاني عن برامجها السياحية أوقد ما يهم جمهور الوسيلة الإعلانية السياحية وبشكل مباشر.

 ويرتبط الاستفادة من الإعلام في نشاط التسويق السياحي بمقدار العلاقة الوطيدة بين شركة السياحة ومحرري الأخبار السياحية في وسائل الإعلام الجماهيرية المختلفة، وكذلك برؤساء تحرير الصحف والمجلات ودور النشر والإذاعة والتلفزيون، وكذا العاملين في هذه الأجهزة فضلاً عن إمكانيات ومكانة الشركة السياحية ومدى تأثيرها على السوق السياحي تجعل محرري الأخبار السياحية يسعون للحصول على أخبار سياحية منها وكل منهم حريص على تسجيل سبق إخباري عنها وخططها السياحية القادمة والأفكار التي تراود المسؤولين والقائمين عليها بشأن النشاط السياحي .

 وتنجح الحملة الإعلانية وترتكز على مقدار الثقة أو القرب أو التخصص لوسيلة الإعلام لدى السائح واهتماماتها بالنشاط السياحي ، وينظر السائح إلى المعلومات والأخبار المنشورة في شكل إعلام إخباري على أنها حقائق كاملة الصدق وليس إعلاناً مدفوع الأجر ،خاصة وأن الإعلام السياحي لا تتحكم شركة السياحة في صياغته المنشورة أو في محتواه اللفظي أو في مجمله أو شكله أو أماكن نشره ،بل يقوم بصياغته وتنفيذه محرر الخبر في وسيلة الإعلام.

**عرّف الإعلام البيئي؟**

 هو ذلك الإعلام المتخصص المدروس و الممنهج، القائم على الفكرة العلمية البيئية وعلى الإبداع، واستغلال ما يمكن استغلاله لغرس الفكرة البيئية في فكر المتلقي و في نفسه، ثم لترقى هذه الفكرة من المستوى النظري إلى المستوى السلوكي العام والاعتيادي القائم على القناعة و المعرفة البيئية.

 و هو أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهورالمتلقي و المستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق ،و المعلومات الموضوعية بما يسهم في تأصيل تنمية البيئة المستديمة ، وتنوير المستهدفين برأي سديد في الموضوعات و المشكلات البيئية المثارة و المطروحة...

**أذكر معايير المعالجة الإعلامية الداعمة لقضايا البيئة؟**

للإعلام البيئي مجموعة من المعايير و المحددات الأساسية و التي نحصرها فيمايلي :

- الشمول و التكامل في المعالجة و التغطية الإعلامية الخاصة بقضايا البيئة .

- تجنب الإغراق أو التكثيف المباشر لأنه يؤدي إلى درجة من التشبع و إنصراف الجمهور المستهدف .

- الحرص على الدقة و التوازن في عرض القضايا البيئية .

- عرض النمادج الإيجابية و عدم الإكتفاء بالسلبيات فقط .

**ما هي العوامل المؤثرة في المعالجة الإعلامية الداعمة لقضايا البيئة؟**

 تتمثّل العوامل التي تؤثر في شكل و نوع المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة في :

- السياسة الإعلامية الرسمية للدولة و مدى توافقها أو تناقضها مع الممارسات الفعلية لوسائل الإعلام .

- السياسة البيئية العامة للدولة .

- مستوى و نوع الوعي البيئي السائد لدى كل من الجمهور العام و القيادات و صناع القرار و القائمين بعملية الإتصال .

- التربية البيئية العامة و مدى إنتشارها في برامج العام و الجامعي.

**أذكر متغيّرات المعالجة الإعلامية الداعمة لقضايا البيئة؟**

 تحوي المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة على مجموعة من المتغيرات و هي كالتالي :

- الهدف من المعالجة مع وضع أولويات للمعالجة .

- فئات الجمهور المستهدف : النخبة الحاكمة ، النخبة الإستراتيجية ، الجمهور العادي .

- إختيار الوسيلة طبقا للموضوع و القضية المثارة مع تكامل الأدوار بين هده الوسيلة .

- التأثير في القائم بالإتصال من خلال تنمية مستوى وعيه و إدراكه للبيئة .

**فيما تتمثّل الأهداف الجوهرية للإعلام البيئي؟**

 لقد إنتشر مؤخرا مفهوم التنوير البيئي كمطلب لكل مواطن يعيش في هدا العصر، و دلك حتى يكون مدركا للمشكلات البيئية و أسبابها و وسائل معالجتها ، و عليه ينبغي تزويد هدا الأخير بالمفاهيم و المهارات و القيم التي تساعده على دلك .

 و هنا كان على وسائل الإعلام أن تؤدي دورها كما ينبغي في عملية التوعية البيئية، و لكي نحدد أهداف الإعلام البيئي بدقة ندرج المفاهيم التالية:

- المعرفة (الإدراك) : و يقصد بها المعلومات و المفاهيم التي ينبغي أن يعرفها الأفراد و الجماعات عن النظم البوفيزيقية ، وكل ما تحويه البيئة الطبيعية من موارد و علاقات و ما تتعرض له من مشكلات، و تعتبر وسائل الإعلام الأكثر فاعلية في نشر الوعي البيئي بين المواطنين على إختلاف أعمارهم و درجات ثقافتهم و أماكن تواجدهم .

- تكوين الموقف و القيم ( البعد المهاري ) : و المقصود بها مساعدة الأفرا و الجماعات على إكتساب مجموعة من مشاعر الإهتمام بالبيئة ، و كدا إكتساب المهارات المختلفة لتحديد مشكلاتها و كيفية حلها ، و جعل الأفراد و الجماعات على معرفة بوسائل حماية البيئة .

- المشاركة ( البعد الإنفعالي ) : و هي إتاحة الفرصة للأفراد و الجماعات للمشاركة الفعالة في كافة المستوايات على حل المشكلات البيئية ، وقد اثبتت التجارب أن إشراك الناس في

وضع القرارات التي يتعلق بها مستقبلهم أمر ضروري .

**ماذا نقصد بالإعلام الديني؟**

يتمثّل جوهر الإعلام الديني في تقديم إعلام هادف وتنموي يسهم في ترسيخ القيم والمفاهيم، وينطلق من حاجات المجتمع وثوابته، من خلال استثمار تقنيات الإعلام والإعلان والاتصال، وفق منهج علمي وعملي يستقطب اهتمام شرائح المجتمع وبما يكفل تأثيراً يحقق التغيير المنشود.

**فيما يتمثّل الدور الهام للإعلام الديني؟**

1- العمل على ابراز حقائق الدين بالحكمة والموعظة الحسنة،وعدم المساس بباقي الأديان. مثلما فعل بابا الفاتيكان عندما اساء للإسلام.

2- نشر وتوضيح القيم والفضائل التي يسعى الى ترسيخها في النفوس. من خلال الأفلام والمسلسلات والبرامج وغيرها.

3- تمتين العلاقات مع مسلمي العالم عن طريق الاعلام الديني الموجه لغير العرب والمسلمين.

4- الرد على الأسئلة واستفسارات الناس حول القضايا الدينية.

5- الاهتمام بذكر مآثر الشخصيات الدينية من علماء وقادة وغيرها.

6- التعريف بأوجه النشاط الديني وتسليط الضوء على مناسباته وكتبه وغيرها. مثل المحاضرات والنشاطات الدينية.

7- الاهتمام بشرح وتعميق لمعاني التي ترمي اليها قصص القرآن الكريم وشرحها.

8- العمل على زيادة معلومات الناس بصفة مستمرة من عبادات وغيرها.

9- التصدي للطغيان المادي الذي أصبح سمة من سمات هذا العصر من خلال تزويد الناس بالثقافة الدينية كمناهج وغيرها.

10- محاربة البدع والخرافات ومختلف صور الجهل والعادات والتقاليد التي تتنافى مع جوهر العقيدة الدينية.

11- عرض الفتاوى التي تتعلق بمختلف قضايا ومشكلات هذا العصر.

12- العناية بالجانب العلمي لحقائق الكون والطبيعة.

**ماهي متطلبات الإعلام الديني؟**

1- وجود كادر إعلامي متخصص في هذا المجال.

2- معالجة الموضوعات التي تربط بين الدين وحياة الناس.

3- الدقة والصدق والموضوعية في تقديم الآراء ومناقشتها.

4- استخدام لغة شهلة التي تقرب الموضوعات الدينية.

5- عرض الأفكار والمعلومات المدعمة بالحجج .

6- الابتعاد عن التكلف والمغالاة في معالجة الأمور الدينية.

7- انتقاء الألفاظ التي توصل المعلومات وتركز على مناقشة الفكر وتكون سهلة.

8- الابتعاد عهن الخلافات والأقوال المتعددة حول مسائل الدين.

9- الاستشهاد بالأمثلة والأحاديث الشريفة في الاقناع.

10- الحذر من تناول موضوعات التطرف الديني وعدم الاكثار في تناولها.

11- توفير الامكانيات المادية والدعم الرسمي لهذه البرامج.

**وضّح أهمية الإعلام الإجتماعي؟**

تبرز أهمية الاعلام الاجتماعي فيمايلي:

1- كقضايا الأسرة والأمومة والطفولة.

2- تناوله لسلوكيات المجتمع في عاداته وتقاليده وقيمه وأخلاقياته.

3- دوره في مواجهة كل ما يعترض المجتمع من مشكلات وأمراض اجتماعية. مناقشتها على شكل درامة،مقال،برامج وغيرها.

4- مسؤوليته تجاه قضايا المساواة والعدل والتكافؤ.عمل تحقيق يشمل جميع أفراد المجتمع أو حتى في الدراسة وغيرها.

**ما هو دور الإعلام الإجتماعي؟**

1- طرح القضايا الاجتماعية المتعلقة بحياة الانسان وصحة الأسرة والطفولة، مثل الطلاق، الزواج مـن الأجـانب، القضايا السلوكية،درامية،تحقيق وغيرها.

2- التوعية بدور ومشاركة المرأة في مختلف مجالات الحياة وحمايتها.في المجتمع الاسلامي يجب ألا يكون هناك قمع اجتماعي.

محاربة التفكير الخرافي والعادات السيئة والتوعية بمضارها.مثل الشعوذة والسحر والعادات السيئة وغيرها.

3- جماية القيم الاجتماعية ومراكز منشطة في النسق الاجتماعي .هي المتعارف عليها والتي تتبناها بعض الأفلام والمسلسلات التي تنادي بالشذوذ وغيرها من القيم السيئة.

4- نشر الأفكار الجديدة والآراء المستحدثة التي تستهدف تطوير المجتمع وتحديثه.نقل الأشياء التي تخدم المجتمع وتطويره وليس خلخلتها ومعالجة قضاياهم.

5- التصدي للإنحرافات و السلوكيات الشاذة التي تهدد القيم والأخلاق والمثل الاجتماعية الفاضلة.وسائل الاعلام تعمل على ايجاد هذه الأشياء.

6- الدعوة المستمرة للإلتزام بما توجد من قوانين ونظم تحقق التكافؤ والعدل الاجتماعي بين أفراد المجتمع.وسائل الاعلام تحارب هذه القوانين.

7- المحافظة على ثقافة المجتمع.هو مجمل سلوكيات التي تدخل في كل شيء من ممارسات وغيرها.

8- التأكيد على السمات الايجابية للشخصية الوطنية.

9- الاهتمام بقضايا المعوقين والمتخلفين عقليا.

10- محاربة روح السلبية واللامبالاة والتقوقع والتقاعس عن أداء العمل و القيام بالواجب. مثل البطالة.

11- محاربة الجريمة والتصدي لأساليب المجرمين وتوعية الناس بها. فوسائل الاعلام تدعو للجريمة بطريقة غير مباشرة.

12- الاهتمام بقايا التثقيف السكاني والسياسات السكانية.

**ما هي العلاقة ما بين الإعلام وعلم الإجتماع التربوي ؟**

 فلسفة التربية تستمد من الواقع الاجتماعي، ووسائل الإعلام تسعى لتحسين هذا الواقع نحو الأفضل، حيث قامت بإحداث انفجار معرفي هائل، وهذا التزايد في كمية المعلومات ونوعيتها قد حتم اعادة النظر في الأساليب التقليدية في مجال التربية، وجعل وسائل الإعلام تسهم بدورها في تلبية حاجات المجتمع من التجديد التربوي الذي يواكب متغيرات العصر على اعتبارها من أهم الوسائل التربوية في هذا العصر.

 يستمد الإعلام التربوي فلسفته من فلسفة المجتمع وسياساته في مجالات السياسة وغيرها، وهناك نوع من الترابط بين فلسفة الإعلام وفلسفة المجتمع من خلال التواصل في تربية شعوبها وتعليمها واقناعها بفلسفة النظام السياسي السائد، حيث يقوم كل من الإعلام والتعليم بدور أساسي في دعم فلسفة المجتمع الرامية الى زيادة الوعي الجماهير اليذي يعتبر شرط جوهري للتطور الاجتماعي، ويهدف لبناء الانسان (الاعلام التربوي).

**ما هي متطلبات الإعلام التربوي ؟**

1- التعرف على المقومات الأساسية لفلسفة المجتمع في جميع المجالات.

2- مواكبة الجهود والخطط والبرامج التنفيذية الرامية الى تحقيق هذه الفلسفة وتحويلها الى واقع.

3- الاعلام المستمر والمتصل بالمتغيرات السياسية والاقتصادية الدولية والمحلية لتنعكس على بناء الاجتماعي والثقافي للمجتمع.

4- التعرف على الحاجات الأساسية للأفراد والمجتمع من خلال مراحل التطور المختلفة.

5- الاعداد والتدريب والتوعية المستمرة للعناصر البشرية التي تطلع بمهمة الإعلام في هذا المجال.

6- تأكيد الالتزام الأخلاقي والتربوي في محتوى الرسالة الإعلامية خدمة لعملية التربية بجوانبها المتعددة،حيث تتم هذه العملية من خلال:

1. التوجيه والارشاد الذي يساعد على تكوين المواقف وبلورة الاتجاهات.
2. زيادة الثقافة والمعلومات.

ج. نقل التراث الثقافي من جيل الى جيل.

7- تبني برامج اعلامية الجادة هي المفيدة والهادفة،تهدف الى الارتقاء بمجالات المعرفة الانسانية الملتزمة بالقيم والأخلاق وغيرها.

**ما هي مميّزات الإعلام العلمي ؟**

1- اعلام متخصص في مادته.

2- مبسط في طريقة تناوله وطرحه.

3- يتوجه الى الجمهور العام.

4- متنوع الاهتمامات.

5- متباين في مستوياته العلمية.

6- يتم بتوصيل المعرفه التي تحقق فائدة مباشرة للناس.

7- يساعهدهم عهلى رفع مستواهم الثقافي.

8- خلق أرضيه مناسبة للبرامج الرسمية التي تحارب التخلف.

9- تحقيق التنمية في مختلف المجالات.

10- يحتاج لأسوب مبسط وواضح يفصل الأفكار.

11- يعرض النتائج التي تحقق فائدة للناس.

12- لا يهتم بالأساليب.

13- يعرض النتائج بأسلوب بسيط.

14- يحافظ على لغة العلم ويعرضها في تشويق.

**أذكر متطلبات الإعلام العلمي ؟**

1- يحتاج الى متخصصين في مجالاته ممن لديهم القدرة على الكتابة المبسطة.

2- يجتاج الى جمهور على درجة من الوعي والثقافة والتعليم بصفة عامة.

3- يحتاج الى استخدام موفق ومتوازن لعناصر التشويق دون الاثارة من خلال توصيل المعلومات بصورة واضحة ومفهومة.

4- يحتاج الاعلام العلمي المتخصص الى مد جسور التعاون بالمختصين في المجالات المختلفة.

5- يحتاج الى اختيار الوسيلة الاعلامية الأكثر كفاءة في تناول الموضوعات .

6- يحتاج الى توظيف مادته في اتجاه الاستفادة منها في الجوانب التطبيقية للحياة اليومية.

7- يحتاج الى لغة ملائمة على قدر كاف من الوفاء بالمعاني والحقائق التي يرمي الى توصيلها حيث يجب أن تكون مباشرة.

**عرّف الإعلام الرياضي ؟**

 يقصد بالإعلام الرياضي عملية نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية و شرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين الأفراد وتنمية الوعي الرياضي بينهم.

**تحدّث عن أهمية الإعلام الرياضي ؟**

- يعتبر الإعلام الرياضي بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية.

- الإعلام الرياضي يقرب الفروق بين الأفراد عن طريق نشر الخبرات وتعديل السلوك بين الصغار و الكبار بما يتلاءم و العادات والتقاليد الرياضية السليمة....ونشر الثقافة الرياضية.

- للإعلام الرياضي دور هام ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص القنوات الإذاعية و الصحف لرفع مستوى الثقافة الرياضــــــية وزيادة الوعي الرياضي بين الأفراد و تعريفهم بأهمية ودور الرياضة في حياتهم العامة و الخاصة، كما يستخدم الإعلام الرياضي في تعريف العالم الخارجي بحضارة الشعوب لما يعكسه من مقياس للرقي .

 وفي ظل التقدم العلمي و التكنولوجي السريع في المجال الرياضي يبرز أهمية الإعلام الرياضي في تعريف أفراد المجتمع بما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع ، وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار...

**ما خصائص الإعلام الرياضي ؟**

وللإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ومن أبرزها :

1- الاختيار:

 إنّ الإعلام الرياضي يختار الجمهور الذي يرغب في الوصول إليه فهذا برنامج عبر محطة الراديو موجه إلى جمهور فريق كرة القدم،وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة، وهذا برنامج تلفزيوني موجه لجمـهور كـرة الـيد، وهكذا ...........

2- الجماهير:

فالإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية و مخاطبة قطاعات كثيرة من الجماهير الاهتمام بكل قطاعات المجتمع :فالإعلام الرياضي يهتم بكل القطاعات... حتى الصغيرة العدد... كالبرامج الرياضية للمعوقين .........وهكذا.

3- الإعلام الرياضي مرآة للفلسفة وصورة المجتمع :

 فالإعلام الرياضي يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها لسبب تفاعل القائم بينه وبين المجتمع ، فهو لا يتعارض من خلال ما يقدمه من رسائل إعلاميه رياضية مع القيم والعادات و التقاليد السائدة في هذا المجتمع .

**ما هي ايجابيات الإعلام الرياضي ؟**

 يرى (دينيس ماكويل) (D.Macquial) أن الإعلام الرياضى له خصائص وإيجابيات تميزه عن غيره، يقول: إن الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام توجد حاجات ودوافع لم تكن موجودة من قبل، تدفع الجمهور إلى وسائل الإعلام فيسعى إلى إشباع تلك الحاجات من خلال التعرض لوسائل الإعلام، وهذه الوظائف هي:

أ‌- وظيفة الإعلام: وهي رغبة الفرد في معرفة ما يدور حوله من أحداث في المجتمع والعالم.

ب‌- وظيفة تحديد الهوية: وتتمثل في حاجة الفرد إلى دعم القيم الشخصية، والتوحد مع الآخرين في قيمهم.

جـ‌- وظيفة التفاعل الاجتماعي: وتتركز هذه الوظيفة في حاجة الفرد إلى الانتماء، والحوار، والتواصل مع الآخرين.

د- وظيفة الترفيه: وهي رغبة الفرد في الهروب من المشكلات، والخلود إلى الراحة، وملء الفراغ.

**ما هي سلبيات الإعلام الرياضي ؟**

 ومن التأثيرات السلبية المحتملة للإعلام الرياضي عندما ينحرف عن مساره الطبيعي الآثار التالية:

1- زعزعة بعض القيم الاجتماعية.

2- تعزيز التفاوت الاجتماعي والإقليمي.

3- غرس روح الكراهية والعدوانية والتفكك بين فئات الجماهير واللاعبين بل وكل منسوبي المجال الرياضي بمن فيهم المجال الإعلامي.

4- المساعدة في فقدان الثقة باللوائح والأنظمة والمؤسسات الأهلية والرسمية.

**أذكر أولويات الإعلام الرياضي في تعزيز الدور التربوي ؟**

أن يقدر العاملون في مجال الإعلام الرياضي أهمية وخطورة رسالتهم والمهمة التي يقومون بها ، فالثقافة والوعي والعقل هي من أهم أساسيات العامل فى هذا المجال.

- ألا يبالغ العاملون في الإعلام الرياضي في اهتمامهم برياضات أو فرق أو مناطق محدودة دون أخرى،وعليهم أن يسعوا إلى تحقيق توازن موضوعي يستجيب للرغبات والاهتمامات والميول الرياضية المتباينة للجماهير وذلك لنشر وعي رياضي ايجابي في المجتمع.

- وعلى الإعلام الرياضي أن يهتم بالإخبار والرسائل الإعلامية التي تعزز القيم الاجتماعية والأخلاق الرياضية وإغفال وإهمال الإخبار والرسائل الإعلامية التي تنهك القيم الدينية والاجتماعية والعائلية والوطنية.

- يعمل الإعلام الرياضي على عدم تعزيز التفاوت الاجتماعي والإقليمي وذلك عن طريق الإهمال التام لأي شكل من إشكال الاختلافات العرقية والاجتماعية والإقليمية.

- الحرص المتناهي على إيجاد ثقافة رياضية عقلانية تتميز بالإجماع الوطني وعليه المحافظة عليها وتغذيتها وتعزيزها باستمرار وعلى الإعلام الرياضي العمل باستمرار لتأكيد وحدة الثقافة الوطنية الرياضية وتعزيزها والمحافظة عليها.

- أن يركز الإعلام الرياضي على دور المنتخبات والفرق بالأندية والمؤسسات التعليمية أو الهيئات الحكومية والأهلية بدلا من التركيز على الأفراد في الوسط الرياضي وعليه ألا يركز كثيرا على الأحداث العابرة على حساب التغيرات والتطورات التي يشهدها المجال الرياضي بشكل عام والإنجازات التي حققتها منتخبات الوطن وأنديته.

- عدم استغلال الإعلام الرياضي أداة للصراع الاجتماعي وعدم التركيز على الفردية والانعزالية الاجتماعية والتأكيد على المصالح المشتركة للأفراد والأندية والهيئات في الوسط الرياضي بشكل خاص والمصلحة العامة للمجتمع بشكل عام.

- على الإعلام الرياضي ألا يتيح الفرصة لاستخدامه قناة للاتصال الأفقي بين العاملين في المجال الرياضي سواء إن كان ذلك بشكل مباشر كأن يستخدم للانتقادات والمهاترات التي لا تخدم المتلقي ولا المجتمع، أو كانت الأفقية غير مباشرة فتتحول الوسائل إلى أداة دعائية تفقدها المصداقية وبالتالي ثقة المتلقي.

-الإعلام الرياضي مطالب بالموضوعية والتوازن في حجم التغطية واتجاهها وعليه ألا يكون أداة للإساءة للأشخاص أفرادا أو فرقا أو مجموعات جماهيرية،بالطرق المباشرة وغير المباشرة ذلك أن عدم الموضوعية والتجريح لا تخدم الصالح العام للمجتمع وتعمل على التفكيك وزرع التعصب وتغذيته في نفوس الجماهير.

**بيّن علاقة الإعلام و الاتصال بالأزمة ؟**

 تدل الكثير من الدراسات على أن علماء الاتصال والإعلام قد اهتموا بدراسة الأزمة من منظور إعلامي وركزت تلك الدراسات على أهمية الاتصال في التحذير من الأزمات والكوارث واحتواء الآثار السلبية للأزمات وتوفير البيانات والمعلومات للجهود، مع وضع قواعد وأسس إرشادية للتغطية الإعلامية للأزمات والكوارث، بحيث لا تؤدي إلى الفكر واتخاذ مواقف وردود أفعال سلبية، بالإضافة إلى تطوير قدرة المنظمات الإعلامية على إنتاج ونشر الرسائل الإعلامية بسرعة وبطريقة واضحة ومؤثرة للحيلولة دون ظهور الشائعات...

**عرّف الأزمة ؟**

 الأزمة من المصطلحات المستحدثة رغم كونها موجودة من بدء الخليقة، وعموما يمكن تعريف الأزمة على أنها: حدث مغاير لما هو مخطط له، قد يكون متوقعا وقد لا يكون، وقصد فهم الأزمة يجب التفرقة بين المفاهيم الآتية :الحادثة أو الواقعة والأزمة.

 فالحادثة أو الواقعة هي الأحداث المسببة للأزمة فمثلا غرق سفينة، تشكل لحظة الغرق الحادِث الذي تسبب في الأزمة للأطراف المعنية، أي أن الأزمة هي أثر الحادث الذي وقع بالفعل، عموما يمكن تعريف الأزمة على أنها عبارة عن خلل يؤثر تأثيرا ماديا سواء إيجابيا أو سلبيا على النظام ككل.

و يقصد بالأزمة من الناحية الاجتماعية توقف الأحداث المنظمة والمتوقعة واضطراب العادات والعرف مما يستلزم التغيير السريع لإعادة التوازن ولتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة.

**وضّح مهام الإعلام في إدارة الأزمات؟**

اهتمت الدراسات العلمية الحديثة التي تناولت علاقة الإعلام بالأزمات برصد سمات عامة للدور الذي يجب أن ن تلعبه وسائل الإعلام وقت الأزمات،من خلال تحديد بعض العناصر العامة التي تساعد على فهم أبعاد الأزمة،واحتواء لآثارها،وتوعية الرأي العام بكيفية التعامل معها،وتلك العناصر على النحو التالي:

 - الفورية في نقل الحدث من موقعه بالعمق والشمول.

 - الاهتمام بالتقارير والتحليلات والتعليقات الإخبارية عن الأزمة وتطوراتها .

 - الاهتمام بالمادة الوثائقية المصاحبة للتغطية الإعلامية.

 - البعد عن مبدأ حجب المعلومات أو إخفائها، بحيث تكون وسائل الإعلام هي الرابط بين صانعي القرار في الأزمة والمسئولين عن التعامل معها، وبين الرأي العام.

 - الاهتمام بالوصول إلى موقع الحدث أو الأحداث، وإجراء الحوارات مع الشهود والمسئولين والشخصيات الرسمية، وكذلك الخبراء والمفكرين، لربط المعلومات بعضها ببعض ومساعدة الرأي العام على تكوين رأي تجاه الأزمة.

 -جذب الجمهور إلى التغطية الإعلامية، نظراً للمنافسة الشديدة من جانب وسائل الإعلام الدولية وقت الأزمة.

**أذكر المراحل الأساسية للإعلام في إدارة الأزمات؟**

 إنّ التناول الإعلامي للازمات يجب أن يمر بثلاث مراحل يلعب الإعلام دوراً محدداً في كل مرحلة:

**1- مرحلة نشر المعلومات**:

 في بداية الأزمة ليواكب الإعلام رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة، واستجلاء الموقـف عن الأزمة ذاتـها، وآثارها وأبعادها.

**2- مرحلة تفسير المعلومات:**

وتقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة،والبحث في جذورها وأسبابها،ومقارنتها بأزمات أخرى مماثلة،وذلك عن طريق استجلاء الحقائق وتوضيحها سواء من مواد إيضاحية أو من تحليلات وأراء للخبراء،وكذلك لموقف المسئولين وصانعي القرار تجاه الأزمة.

**3- المرحلة الوقائية**:

 وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها، حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصر ها، بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي هذا البعد لتقدم وسائل الإعلام للجماهير طرق الوقاية، وأسلوب التعامل مع أزمات مشابهة.

 وتشير الدراسات العلمية التي تناولت "دور الإعلام في إدارة الأزمات "إلى أن للإعلام مهمة مزدوجة في إدارة الأزمة وهما:

**جانب إخباري**:

 ويتم عن طريقه متابعة أخبار الأزمة، والتعريف بنتائج مواجهتها ومحاولات التصدي لها، ومدى التطور أو مدى النجاح في ذلك.

**جانب توجيهي**:

 وهذا الجانب أهم وأخطر الجوانب في العملية الإعلامية،حيث أن متخذ القرار في الكيان الإداري يكون في حاجة ماسة إلى دعم وتأييد كافة القوى المحيطة بالأزمة،ومن خلال المعرفة المخططة جيداً أو التأثير الإيجابي على تشكيل ثقافة الفرد والمجتمع وتنمية الإدراك بخطورة وأبعاد الأزمة،تتكون لدى أفراد المجتمع قناعة معينة تدفعهم إلى القيام بسلوك معين.

**أذكر إستراتيجيات المعالجة الإعلامية في إدارة الأزمات؟**

اتفقت الأدبيات العلمية في مجال الإدارة الإعلامية للازمات على تحديد بعض الإستراتيجيات الإعلامية

التي تستخدم في مواجهة الأزمات، وهي على النحو التالي

1- **استراتيجيات الكتمان والتحفظ**: وتقوم هذه الإستراتيجية على رصد محاولات الإطراف الخارجية للحصول على المعلومات.

2- **الإستراتيجية القانونية**: وتقوم المعالجة الإعلامية فيها على الاستعانة بآراء الخبراء والمستشارين القانونيين للدولة،وتتمثل في ذكر أقل معلومات ،وإنكار الاتهامات الموجهة للدولة لتحويل المسئولية لجهة أخرى.

3- **إستراتيجية الاستجابة والدفاع**: وتقوم هذه الإستراتيجية على إعداد دفاع يتضمن معلومات حقيقية يقوم بها المتحدث الرسمي للدولة سواء باسم وزارة الخارجية أو الديوان الرئاسي أو الملكي، بالاستعانة بآراء وخبرات المستشارين المعنيون بالأزمة.

4- **إستراتيجية الدفاع الهجومي**: وفيها تقوم وسائل الإعلام باستغلال الأزمة لخلق رأي عام ايجابي يساند الدولة وموقفها وطريقة إدارتها للازمة

**ماذا نعني بالإبلاغ؟**

 التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضا: "فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقال: أمر الله بلغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى: (إن الله بالغ أمره) أي نافذ يبلغ أين أريد به.

**ما الفرق بين الإعلام و الإتصال؟**

الفرق بين الإعلام و الاتصال هو:

- الإعلام يعني أساساً الخبر ، بخصائصه: الأهمية و الآنية، و الوسيلة و الجمهرة و التفق الأحادي نسبياً، أما الإتصال فيتضمن التدفق الثنائي و المتبادل لا الأحادي النسبي .

- كل إتصال هو إعلام، بينما ليس بالضرورة كل إعلام هو إتصال...

**ما الفرق بين الإبلاغ و الإعلام؟**

 الفرق بين الإعلام و الإبلاغ هو:

- أنّ الإبلاغ يخص محتوى غير محدّد بالزمان و لا المكان، بينما الإعلام فالخبر الذي يتحوّل إلى التاريخ فور فقدانه عنصر الآنية.

- كما أنّ الإبلاغ ارتبط بالقيم، على عكس الإعلام ارتبط بالخبر، فنقول: أعلمتك الخبر و أبلغتك الرسالة.

**ما الفرق بين وسائل الإعلام و وسائل الإتصال ؟**

- كل وسيلة أو قناة تعطينا عنصر الخبر فهي وسيلة إعلامية: مثل الصحيفة، المجلة، الإذاعة و التلفزيون...

- كل وسيلة لا تتضمّن معنى الخبر فهي وسيلة إتصال مثل: الكتاب، المسرح و السينما، لأنه يعدم فيها الخبرومن ثمّ فهي وسائل إتصال...

**عدّد نظريات الصحافة الأساسية المعروفة؟**

1- النظرية السلطوية. 2 - النظرية اللبرالية . 3- النظرية الشيوعية الماركسية . 4-نظريةالمسئولية الإجتماعية

5-نظرية الخدمة العامة. 6- النظرية التنموية.

**ما مضمون النظرية السلطوية؟**

 من أقدم النظريات في عالم الصحافة، ظهرت بين القرن 15و16، و تأثرت بمبادئ فاسلفية، تبناها كل من **أفلاطون** و **ميكيافيلي**، فكرتها الأساسية هي الحكم الإلهي، بحيث يرى أفـلاطون أن الـفلاسفة هم الأولـى بالحـكم، كتفويض من عند الإله، مبدؤها الرقاية المسبقة، أي ما يكتب و يذاع لا بد أن يحظى بموافقة السلطة الوصية قبل النشر.

**ما مضمون النظرية اللبرالية؟**

 ظهرت في ما يسمى بعصر التنوير في أوربا، تبناها ما يعرفون بفلاسفة النهضة الأوروبية أمثال: جون لوك و دافيد هيوم،جون ستوارت ميل، فكرتها الأساسية هي الحرية ، أي أن الأفكار لا بد أن تتنافس فس سوق حرّ و أنه لا يجب حجب أي فكرة مهما كانت خاطئة، و أن الفكرة الخاطئة تدحظها الفكرة الصحيحة، مبدؤها حرية الصحـافة، و لا يجب أن تكون مقيّدة و لو من طرف السلطة...

**ما مضمون النظرية الماركسية؟**

 ظهرت بعد الحرب العالمية الأولى، في الإتحاد السوفياتي سابقاً و أوروبا الشرقية، و تعتبر أنّ وسائل الإعلام أدوات تحرضية دعائية في خدمة سياسية للحزب الحاكم، و رعاية أهدافه الداخلية و الخارجية.

**ما مضمون نظرية المسئولية الإجتماعية؟**

 ظهرت هذه النظرية في الولايات المتحدة الأمريكية، في الخمسينات من القرن الماضي، بغرض تجاوز ما جاء في النظرية اللبرالية، ومنها تمركز وسائل الإعلام في أيدي كبرى الشركات، و طغيان المضمون التجاري على هذه الوسائل الحساسة، و بالتالي رأت هذه النظرية أنّه يتحتم على وسائل الإعلام أن تمتلك روح المسئولية الإجتماعية في آدائها، طالما أنها تتوجه إلى العديد من الجماهير الواسعة.

**ما مضمون نظرية الخدمة العامة؟**

 ظهرت هذه النظرية في أوربا و مفادها أنّ وسائل الإعلام تعمل في المجال العام، و ليس المجال الخاص، كما يترتب عليها أن تكون مختلف أطراف المجتمع ممثلة في هذه الوسائل سواء تعلق الأمر بالتأثير على مضمونها، أو إدارتها، مثل قناة البي،بي،سي مثال الخدمة العام، إذا يشارك إدارتها ثلاث أطراف بالتساوي: ممثلوا القطاع التجاري، الجمهور المستخدم، و المشاهدون...

**ما مضمون النظرية التنموية؟**

 برزت هذه النظرية في سياق الدول التي تسمى بالنامية، التي تفتقر إلى التنمية و البنية الإقتصادية و الإجتماعية و الصناعية، كما ترى هذه النظرية، أنه يتوجب على وسائل الإعلام أن تساهم في التنمية الوطنية ، بالإضافة إلى تحقيق البرامج الإجتماعية و الترابط الإجتماعي، و نشر المهارات، و اهتمت اليونيسكو في بداية الستينات الـ 60 بهذه الموضوع، حيث كلفت مجموعة من الباحثين أمثال: ولبر شرام، و لخصت أعمالهم في كتاب حمل عنوان: وسائل الإعلام و التنمية الوطنية.

**عدّد نظريات الاتصال كنماذج ؟**

 1-نموذج لاسويل. 2- نموذج شانون و ويفر.3- نموذج ولبر شرام. 4- نموذج التوازن. 5- نموذج التنافر المعرفي.

**ما مضمون نموذج لاسويل؟**

يتجسّد هذا النموذج في مقولة لاسويل الشهيرة: ***"" من يقول ماذا لمن في أية وسيلة و بأي تأثير ".***بحيث***:***

**من**: المرسل، **يقول** **ماذا**: المحتوى، **لمن**: المتلقي، **في** **أية** **وسيلة**: الوسيلة، و **بأي** **تأثير**: التأثير الذي تحدثه الرسالة على الجمهور.

**ما مضمون نموذج شانون و ويفر؟**

 يركز النموذج على أهمية القناة (المحوّل) في الإتصال، و يسمى أحياناً بالنموذج الرياضي: المرسل-الرسالة-الإشارة- الإشارة- الرسالة-المستقبل، حيث اعتبرا المهندسان علىعنصرين هما: كيفية زيادة حجم المعلومات التي يكمن أن تحملها الوسيلة، و سبل تقليل التشويشالذي يصاحب الإتصال عادة.

**ما مضمون نموذج ولبر شرام؟**

يقوم هذا النموذج على علاقة التفسير و التأويل بين المرسل و المستقبل،كون الإتصال يتضمّن الترميز و فك الترميز، فالمتلقي يبدأ فك الرموز و المرسل يبدأ بالترميزو هكذا العملية عكسية في الإتصال.

**ما مضمون نموذج التوازن؟**

 يرتبط هذا النموذج **بهايدر**، الذي يعتبر أنّ كل إنسان يمتلك حاجة نفسية قوية للتوازن، فالأفراد يرغبون في أن تكون أفكارهم و معتقداتهم و عواطفهم منسجمة مع بعضها البعض، و عند إنعدامه يسعون في ايجاده.

**ما مضمون نموذج التنافر المعرفي؟**

 يرتبط بصاحبه ليون فستنجر ، الذي يرى أن عدم التوافق أو التعرض في الإتصال يجعل الأفراد في نشاط ذهني للتقليل من التنافر.

 **عدّد نظريات الاتصال كتأثير ؟**

1- نظرية التأثير القوي. 2- نظرية التفق الإعلامي على مرحلتين.3-حارس البوابة.4-الاستخدامات و اشباع الرغبات.5-تحديد الأولويات.6- الفجوة المعرفية. 7- لولب الصمت.8- الحتمية الإعلامية التكنولوجية.9-الحتمية القيمية

**ما مضمون نظرية التأثير القوي؟**

 ظهرت في العشرينات من القرن الماضي، تزامناً مع ظهور الإذاعة و انتشار قاعات السينما و تطوّر المجتمع الصناعي، الذي اصطلح على تسميته بالمجتمع الجماهيري، و تسمى أيضاً بالقذيفة السحرية أو الرصاصة أو الحقنة الإبرية، ترى أن لوسائل الإعلام تأثير قوي، آني و مباشر، مثل الهلع الذي أحدثه برناج "**هلسن**" في نيويورك.

**ما مضمون نظرية التدفق الإعلامي على مرحلتين؟**

 ظهرت في الخمسينات من القرن الماضي، نتيجة دراسات تسمى **بدراسات** **الجماعات** **الصغيـرة** **و** **المتوسـطة**، التي شارك فيها **كاتز**، **لارسن**، **مارتن**، و **لازارسفيلد**، ترى النظرية أن الإتصال يتدفق أولاً من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي، ثمّ من قادة الرأي إلى بقية أفراد المجتمع، علماً أن قادة الرأي هم النشطون و المنتشرون بشكل واسع في المجتمع.

**ما مضمون نظرية حارس البوابة؟**

تعود إلى "**كورت** **لوين**" و استخدم في دراسة مكانة الصحفي في المجتمع المعاصر، ترى هذه النظرية أن الصحفي يعمل على غربلة ما يصله من أخبار و معلومات، ليمر البعض منها للجمهور، بينما يحجب الباقي، و يكمن الجدل هنا حول المعايير التي تستخدم في الحجب أو المنع،مما يؤثر سلباً أو ايجاباً على المتلقين و حقهم في المعرفة و الإطلاع.

**ما مضمون نظرية الإستخدامات و اشباع الرغبات؟**

 ترى هذه النظرية أن سرّ ارتباط الجمهور بوسائل الإعلام هو الاشباعات التي تحققها هذه الأخيرة في أوساط الجماهير، و خلفية النظرية هو الضرر و القلق الذي تركه اختفاء صحيفة في نيويورك على عمال مصنع، لعدم متابعتهم أخبار تلك الصحيفة بسبب توقفها عن الصدور، حيث ابثق عن هذه الحادثة تغير سؤال مهم في بحوث التأثير من: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟

بحيث يحتاج الجمهور للإعلام لمايلي:-الاعلام-الاشباعات المعرفية-الاشباعات العاطفية- اشباعات تحقيق الذات-الاشباعات الإجتماعية-الاشباعات الترفيهية...

**ما مضمون نظرية تحديد الأولويات؟**

 ترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام تعمل على جذب اهتمام الجمهور إلى المواضيع التي تراها و تعتبرها هامة،و تستخدم كثيراً في الدراسات السياسية حيث اشتهرت في أزمة الرهائن الأمركيين في ايـران في الثمـانينات، حيث دار الجدل حول الطرف الذي أثر في نهاية الأمر على نتائج الإنتخابات الرئاسية بأمريكا آنـذاك، و بالتالي وسائل الإعلام هناك جعلت الأزمة الإيرانية موضوعاً رئيسياً مع قرب الانتخابات، كموضوع أولى و مستجداً.

**ما مضمون نظرية الفجوة المعرفية؟**

 ترى النظرية أن وسائل الإعلام تفيد الفئات الأكثر امتيازاً و ثقافةً أكثر من غيرها، و يترتب ذلك على المدى البعيد، و يالتالي تعمل وسائل الإعلام على تعميق الفجوة المعرفية بين الفئات، ة تعتبر النظرية أن وسائل الإعلام تفيد الجميع في مستوى معيّن من المعرفة، غير أنّ درجة الإستفادة تختلف من فئة لأخرى على أساس المعرفة و الثقافة...

**ما مضمون نظرية لولب الصمت؟**

 تعود النظرية لصاحبتها" **نوال** **نيومن**"، تعتبر أن أفراد المجتمع عادة ما يتبنون ما تقدمه وسائل الإعلام مع الزمن و يعتقدون أن ذلك هو الحقيقة دون غيرها، و يميل أفراد هذا الجمهور إلى رأي الأغلبية، حتى و إن كانت اعتقاداتهم الداخلية لا تتفق مع رأي الجماعة، و ذلك خوفاً من العزلة من طرف الأغلبية التي تعمل وسائل الإعلام على تدعيم رأيها، وبالتالي تلتزم الأقلية الصمتولو مؤقتاً...

**ما مضمون نظرية الجتمية الإعلامية التكنولوجية؟**

 ظهرت نتيجةً لمساهمات **مارشال** **ماكلوهان**، ترى أن تكنولوجيا الاتصال هي الأساس في تفسير التحوّلات التاريخية في المجتمعات، من خلال مقولته"" الوسيلة هي الرسالة""، مثل الهاتف غيّر من العلاقات الاجتماعية، بحيث أصبحت متباعدة بغض النظر عن فحوى الكلام الذي يخوض فيه المتكلمون،

**ما مضمون نظرية الحتمية الإعلامية القيمية؟**

 ظهرت نتيجةً لمساهمات صاحبها الجزائري **عزّي عبد الرحمان** ، ترى القيمة هي الأساس في فهم وسائل الإعلامو مضامينها، و تأثيراته، بحيث أن وسائل الإعلام تولّد السالب و الموجب، وفق درجة الإرتباط بالقيمة، من خلال العديد من المفاهيم: كالخيال و الوضع، و فعل السمع و البصر، و المخيال الإعلامي، و المرئي و سلّم الحقائق...

**ماذا نقصد بالاعلان ؟**

لغةً: تفيد المادة اللغوية للفظ: أعلن; يعلن; إعلانًا، معنى: أظهر; أشهر; جهر، مصدرها من لفظ: [العلانية] أي بمعنى: الإظهار; الإشهار; الجهر.

اصطلاحاً: الاعلان هو أحد الأنشطة الإعلامية و الإتصالية، التي لا غنى عنها للأنشطة الإقتصادية من صناعة وتجارة و خدمات وغيرها من الانشطة الاقتصاديه وكذلك بالنسبة للمؤسسات والمنظمات الخيرية الغير ربحية والتي بدون الاعلان عن مجهوداتها فلن تحصل على الدعم المجتمعي والتمويل المادي اللازم لاستمرارها في عملها وأدائها لرسالتها.

 والاعلان فن يتطور تطوراً ذاتياً بالتطور التقني الذي نصل إليه ، فمع التطور الكبير الذي احدثته الحواسب الآلية في عالمنا اليوم ، انعكس ذلك بدوره على عالم الدعاية و الاعلان فأصبح تصميم الاعلانات واخراجها به من التطور والجاذبيه الشيء الكثير.

 صناعة الاعلانات ليست من الفنون المستحدثة وإنما هي قديمة قدم التاريخ، فقد بدأ الاعلان على أشكال تطورت بمرور القرون حتى أصبح فن الاعلان كما نعرفه الآن.

**عرّف بالدعاية ؟**

 يفهم المرء بشكل عام تحت مصطلح (الدعاية) التي يطلق عليها في اللغات الأوربية لفظ (**بروبوغاندا**)، تلك الرسالة الموجهة والمعدة سلفا وبشكل مقصود من أجل التاثير على أفكار وأفعال الأخرين فردا أو جماعة وتوجيههما نحو هدف محدد. وقد تكون المعلومات التي تتضمنها الرسالة صحيحة أو خاطئة، ولكنها في كل الاحوال تكون معلومات موجزة ومكثفة، ناقصة وغير شاملة، ويمكننا أن نرصد ذلك عندما تقدم الأحزاب، المنظمات السياسية نفسها، او حينما تقوم الشركات بالترويج لنفسها او لمنتوجاتها.

 وفي تاريخ علم الاتصال ثمة مثال كلاسيكي لتشبيه الدعاية ذات المعلومات (النوعية) وهو وجود كأس فيها ماء حتى منتصف الكاس، يقف عندها شخصان احدهما متفائل والآخر متشائم. (**المتفائل**) يقول بأن الكأس مليئة حتى منتصفها و(**المتشائم**) يقول الكأس فارغة حتى منتصفها، وفي كلا التقويمين فان الكأس لم تتغير وانما وجهة نظر المتلقي هي المختلفة.

**تكلم و باختصار عن تاريخ الدعاية؟**

 إن الاستخدام المعاصر لمصطلح الدعاية حديثا جرى بأميركا وبريطانيا في بدايات القرن العشرين وبالتحديد في الحرب العالمية الأولى، حينما دعا الرئيس الاميركي ويلسون لجنة دعائية ساهم في عضويتها كبار المفكرين والمنظرين الاكاديميين أمثال جون ديوي ، فالتر لبمان، أدورد بيرنايس، كذلك حينما تاسست في بريطانيا وزارة للدعاية التي أخذت على عاتقها مهمة تحريض الشعب الأميركي ضد الألمان. وقد نجحت في ذلك نجاحا عظيما. وقد الف فالتر لبمان بعد ذلك كتابه الشهير (**نظرية** **الديموقراطية**) التي كانت تؤكد على ان الشعب يتألف من طبقتين، الأولى طبقة المتخصصين الذين يمثلون مصالح الأكثرية ويقررون عنهم، والطبقة الأخرى هي طبقة الأكثرية الغالبةوالذين نتيجة لنقص معارفهم تركوا للمختصين إمكانية القرار مكانهم. وقد كانت نتيجة لمثل هذه الدراسات والبحوث أن قام المفكر الألماني فيرديناند تونيس باصدار كتابه القيم في(**نقد** **الرأي** **العام**). ويعد كتاب (**الدعاية**) لأدوارد بيرنايس من أهم الأعمال الفكرية في ما بعد الحرب العالمية الأولى.

لكن (الدعاية) الشيوعية كما يفهما (**لينين**) هي (**التحريض**)، وان الداعي من خلال عمله الدعائي يشعر بنفسه معاصرا للاحداث، ومن هنا أولت السلطة السوفياتية الدعاية إهتماما إستثنائيا، بحيث كانت تدير ابصارهم عن الكثير من عيوب واقعهم وتجعلهم مقتنعين بها. لكن المنظرين يفرقون بين (**الدعاية**) و(**التحريض**)، حيث ان التحريض هو تقنية إعلامية تركز عادة على القضايا الانية التي لها علاقة بمصالح الناس المباشرة وبالمنفعة الاجتماعية في اللحظة المحددة وفي الوضع المحدد بطريقة انفعالية وعاطفية وذلك من أجل توجيه مشاعر الناس وعواطفهم بشكل عفوي نحو الهدف المنشود، بينما الدعاية على العكس فهي تسعى لتأثير طويل الأمد وليس مؤقت وبمصداقية سياسية ومن اجل تاسيس وعي سياسي جديد من خلال مضمون الدعاية وشكلها الذي يستمد طاقته من ايديولوجيا معينة. النازيون أعطوا الدعاية والتحريض دورا كبيرا في عملهم السياسي، حتى انهم اسسوا لذلك وزارة سميت بوزارة الدعاية والاعلام الجماهيري، وكانوا يفهمون الدعاية كتحريض.

**ما المقصود بالدعاية كظاهرة من ظواهر الإتصال؟**

 من الناحية النظرية فان كلمة (الدعاية) تستدعي فهما غير دقيق وموقفا سلبيا ، فقد تكون المعلومات الموجود في الدعاية صحيحة وقد تكون كاذبة، لكن في الحالتين فان المتلقي اليوم لا يثق بها وينظر اليها باعتبارها قرينة للكذب.

 **هارولد** **لاسويل** (**1902**-**1976**)، أحد الآباء في تاريخ تأسيس علم الاتصال والاعلام يعرف الدعاية كأحد أهم المفاهيم في علم الاتصال، والذي تنضوي تحته ظواهر أساسية في الاتصال مثل الاعلان والعلاقات العامة. وفي الوقت نفسه يعتبرها نشاطا اتصاليا تحريضيا واضحا ومباشرا، فهو لا ينظر الى الدعاية باعتبارها حقلا للنص وللاشارات وانما وضعا وفعلا اتصاليا تطلق فيه الاهداف.

 المنظر الألماني البروفيسور (**كلاوس** **ميرتن**) يعرف الدعاية مثل **لاسويل** باعتبارها فعلا وعمليـة اتـصاليـة، رسالتها ومضمونها أشياء اساسية تسعى في النهاية إلى الهيمنة على المتلقي.

**ما هي معلومتك عن جوزيف قوبلز وزير الدعاية الألماني؟**

 الدكتور جوزيف غوبلز 29 أكتوبر1897 - 1 مايو1945 - وزير الدعاية السياسية في عهد أدولف هتلروألمانياالنازية، وأحد أبرز أفراد حكومة هتلر لقدراته الخطابية.

 أبوه فريدريك غوبلز، المحاسب ذو الدخل المتوسط ووالدته ماريان غوبلز. وعندما تطوّع في الجيش الألماني في الحرب العالمية الأولى، تم رفضه لتسطّح أخمص قدميه. وفي عام 1922، انضم غوبلز للحزب النازي. والطريف أنه كان من المعارضين لعضوية هتلر في الحزب عندما تقدم الأخير بطلب للعضوية إلا أنه غيّر وجهة نظره تجاه هتلر فيما بعد وأصبح من أنصاره بل وأحد موظفيه.

**عدّد بعض أساليب الدعاية؟**

1/ أسلوب النكتة

2/ أسلوب التكرار

3/ الأسلوب الديني

4/ أسلوب الاستضعاف والاستعطاف

5/ الشعارات

6/ أسلوب منطاد الاختبار أو جس نبض الرأي العام

7/ أسلوب الكذب والاختلاق

8/ الصورة الكاريكاتيرية

9/ الأسلوب الاستنكاري

10/ ومن الأساليب في تمرير الإشاعة هي محاولة خلق عدو وهمي للأمة( الاستمالة الوطنية و الروح القومية)...

11/ الأسلوب العلمي

12/ أسلوب الاحتواء

**إشرح أسلوب النكتة في العملية الدعائية ؟**

 لها اثر كبير في الرأي العام وخاصة في الشعوب التي تميل بطبيعتها إلى ذلك، وقد يحدث أحياناً أن يكون لبعض النكات تأثير في الرأي العام اكبر واعمق من تأثير المقالات الصحفية والأحاديث الإذاعية، ولذلك تعني البلاد المعادية دائماً بجمع النكات ذات الهدف السياسي.

**إشرح أسلوب التكرار في العملية الدعائية ؟**

 إنّ الدعاية السياسية أو الاجتماعية لا غنى لها مطلقاً عن التكرار وهي وسيلة من وسائل تثبيت المعلومات المراد إشاعتها بين الجماهير، ونحن عندما نعدّد هذه الأساليب قد لا تخص فقط الدعاية السلبية فقد تتعداها إلى الدعاية الطيبة الداعية إلى الحق.

**إشرح الأسلوب الديني في العملية الدعائية ؟**

 يستعمل مثل هذا الأسلوب وهو خطر جداً إذ ينفذ إلى الأمة من أعماقها من عقائدها ويحاول ضربها ونسف كيانها العقائدي وتحقيق مصالحهم وفق ما يشتهون إذا ملكوا الأداة لتسيير الأمة.

**إشرح أسلوب الإستضعاف و الإستعطاف في العملية الدعائية ؟**

 يستعمل هذا الأسلوب بغية التأثير في نفوس المقابل، وعليه تعتمد الصهيونية كثيراً في نشر دعاياتها ضد الدول العربية في ربوع أمريكا، ومثاله، استخدمت الصهيونية عبارات مؤثرة في نفوس الشعب الأمريكي مثل قوله (أعطونا لنعيش)، ومع هذه العبارة رسم طفلاً صغيراً يريد طعاماً فلا يجده، بذلك يستدرّون عطف الأمريكيين ويستجدون عطاءهم.

**إشرح أسلوب الشعارات في العملية الدعائية ؟**

 وهو عبارة عن الكلمات البسيطة التي تصدر عن الزعماء في كل حركة من الحركات السياسية والاجتماعية ثم يرددها الشعب نفسه وربما تدخل الأناشيد والقصائد الشعرية والأغاني كواحد من مصاديقها أيضاً.

**إشرح أسلوب منطاد الإختبار أو جس نبض الرأي العام في العملية الدعائية ؟**

 يكون ذلك غالباً عن طريق الإشاعات وإطلاقها بين الناس في وقت معين، ثم القيام بتحليل الرأي العام بالنسبة لهذه الشائعات، فإذا اثبت التحليل نجاحها ذاعت وتكررت، وإذا اثبت فشلها عدل عنها إلى غيرها وهكذا.

**إشرح أسلوب الكذب و الإختلاق في العملية الدعائية ؟**

 من خلال إعلام الجمهور المتلقي بمعلومات مغلوطة ولا أساس لها من الصحة من أجل إستمالة الرأي العام لهدف محدّد مسيقاً وفق آليات ما.

**إشرح اأسلوب الصورة الكاريكاتورية في العملية الدعائية ؟**

 وتستخدم للنفاذ إلى العقل بدون عناء، وهي وسيلة مختصرة ولكن عميقة الدلالة والأثر.

**إشرح الأسلوب الإستنكاري في العملية الدعائية ؟**

 هو أن تطرح الدعاية بلهجة استنكارية تثير لدى الإنسان تحفّزاً استنكارياً مقابلاً لمعرفة الحقيقة واستنكارها، وثم يأتي الأسلوب الإثباتي، وهو تثبيت امتداد الأسلوب الأول حيث أن إيجابية رد الفعل في الأسلوب الأول هو تقرير معلومات الإشاعة لحقيقة ثابتة.

**إشرح أسلوب استمالة الأمة عن طريق خلق روح القومية في العملية الدعائية ؟**

 ومن الأساليب الحديثة في تمرير الدعاية هي محاولة خلق عدو وهمي للأمة، يحاول أن يفترس الأمة في أية لحظة (وهماً)، وهنا يصبح من الميسور إصدار مختلف أنواع الإشاعات بشكل مهوّل وفي أي وقت، وهذا أسلوب يستخدمه الزعماء الديكتاتوريون في الغالب إذ يصنعون أمام نظر الشعب عدواً كبيراً وخطيراً ليروا سياساتهم الخاطئة ويصرفوهم إليه بدلاً من قضاياهم المصيرية.

**إشرح الأسلوب العلمي في العملية الدعائية ؟**

 يحاول البعض أن يطرح الدعاية بأسلوب يدّعي أنه علمي ويتفلسف في الكلام في سبيل جلب ثقة المقابل بأنه عالم وفاهم فيتقبل منه الإشاعة برحابة صدر.

**إشرح أسلوب الإحتواء في العملية الدعائية ؟**

 وهو محاولة إفهام المقابل انه على رأيه ومذهبه وبعد أن يطمئن إليه يبدأ الدعائي ببث أفكاره شيئاً فشيئاً فلا يجد معارضة من الطرف المقابل في تقبّل رأيه لأنه وثق أن المشيع معه في المبدأ والفكرة بينما الدعائي يحاول تمرير إشاعته وأفكاره بهذا الأسلوب، ويشير القرآن إلى مثل هؤلاء الناس بقوله: ( **ومن الناس مَنْ يقول آمنّا بالله واليوم الآخر وما هم بمؤمنين يخادعون الله والذين آمنوا وما يخدعون إلا أنفسَهم وما يشعرون**) (البقرة: 8-9).

**ما هي شروط الدعاية الصحيحة و الحقيقية؟**

1- الهدف الصحيح

2-أن يكون رجل الدعاية شريفاً نزيهاً.

**أذكر وسائل الدعاية التي تعرفها؟**

1/ التلفزيون: عرفه معجم مصطلحات الاعلام " وهو وسيلة نقل الصوت والصورة في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي، وهي اهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجماهير عن طريق بث برامج معينة "، ويعتبر التلفزيون اسرع وسائل الاتصال الجماهيري، ويتفوق على، حيث يكفي قطع الارسال في حالة وجود إعلان عن نبأ هام ليصل في اللحظة نفسها الى انحاء العالم.

 2/ الإذاعة: وهو الوسيلة الاعلامية السمعية الاكثر والاسرع انتشارا حيث يعتمد عليه اكثر الناس خاصة في الريف والدول النامية في الاخبار .

 3/ المسرح والسينما

 4/ الصحف والمجلات والكتب والمناشير

 5/ المجلات

 6/من وسائل الدعايات: أن وسائل الدعايات كثيرة ولكن نذكر بعضها الجهات في المجتمع :

 6-1- مرضى النفوس والعملاء والجواسيس :

 6-2- مراكز التربية والتعليم ورياض الأطفال ومراكز الشباب الرياضية.

 6-3- الملابس والديكورات: حيث ابتكرت اساليب جديدة للدعاية عن طريق الملابس بكتابات ورموز تحمل فكرة يروج لها عن طريق الملابس والديكورات وغيرها..

**ما الفرق بين الدعاية و الإعلام؟**

 ما يميز الإعلام عن الدعاية هو التزام الإعلاميين بالمقولة التي تقول أن: (الخَبَرْ حُرْ .. والرَّأيْ مَسْئـُولْ).

 ومقولة أن الخبر حر تعني أن الخبر ليس ملكا لأحد، فهو ملكا للحقيقة فحسب، وعليه فإن الصحفي أو الإعلامي الملتزم بشرف المهنة هو من يتعامل بشفافية وحياد كامل في نقل الخبر كما هو بدون أي تدخل سواء بالحذف أو الإضافة، أو خلط الخبـر بالرأي، فدور الإعلامي ينحصر في إيصال الخبر (أي الحقيقة) للناس بأمانة شديدة لا تخضع لأهواء النفس أو للمصلحة.

 والتأكيد على عدم تحريف الخبر في حقل الإعلام..يعني التأكيد على عدم تحريف الحقيقة، باعتبارها قاعدة التشييد الأساسية لبناء رأي عام مستنير. فمعايير الحقيقة مجالها الإعلام، أما أساليب التضليل فمجالها الدعاية، وبين معايير الإعلام وأساليب الدعاية يجري الفرز بين الصحفي وبين المشتغل بالدعاية، فالأول يتعامل مع الخبر بصدق كي يوفر مناخا صحيا تتمكن الناس من خلاله في تشكيل رأيها في القضايا التي يأتي بها الخبر.

 أما الدعائي فمقاييس النجاح بالنسبة له فيحددها عامل ذاتي مرتبط بالربح..حتى وإن أشترك الصحفي والدعائي في مؤسسة إعلامية واحدة، فالدعائي يسلك نهجا مضللا لا يربطه بشرف المهنة أي علاقة، ولا يلتزم بالقاعدة الإعلامية (الخبر حر..والرأي مسئول)، فهو يتعامل مع قضايا الرأي والثقافة والسياسة والدين على أرضية أنها سلع المطلوب الترويج لها وبيعها في الأسواق (كتصريف محصول الكوسة المعطوبة، أو إضفاء صفة الحياد والنزاهة على نتائج انتخابات مزورة، أو أن يقنع الناس أن الديمقراطية هي بديل

**ما المقصود بالاشاعة لغةً ؟**

 التعريف اللفظي لكلمة شائعة- (الشائعة) : الخبر ينتشر لا تثبّت فيه. و(الإشاعة): الخبر ينتشر غير متثبّت منه. (شاع) الشيء يشيع شيوعاً وشياعناً ومشاعاً ظهر وانتشر. ويقال: شاع بالشيء : أذاعه.

 وفي أحد القواميس الإنجليزية عرفت الشائعة بأنها: كلام هام أو أفكار عامة انتشرت بسرعة واعتقـد فيهـا، وليس لها أي وجود أصلي**.**

**ما المقصود بالاشاعة اصطلاحاً ؟**

 الإشاعة هي عبارة نشر خبر بصورة غير منتظمة، وبدون التحقق من صحته، والإشاعة تقوم بنشر الخبر بطريقة شبه سرية،ولا تذكر مصادره،وكثيرا ما تنشر أخبارا وهمية،وبعضها يكون به قليل من الصحه، ولكن من ينقلها ينسج كثيرا من التحريف والتحوير الذي يشوه صورة الحدث الأصلي.وهي من إكبر المشكلات التي يعاني منها المتداول في اسواق المال وحتى الفرد في المجتمع . فالإشاعة هي إطلاق الجوارح للكلمات الملفقه والكاذبه وتكوين القصص والأخبار والروايات عند سماع كلمه عابره او استراق السمع على متحدث وقد يكونهذا المتحدث استغل وجود هذا المسترق للحديث واعطائه مايريد لحاجه في نفسه، فيبداء المتجسس او الذي وقع في شباك من يريد اطلاق الاشاعه بنسج القصص وفن ابداعه فيها ليظهر امام الجميع بأنه الشخص ذو الاهميه الكبرى دون الاهتمام بالوازع الديني وعواقب مايفعل .

**ما هي أنواع الاشاعة؟**

- إشاعات الخوف.

- إشاعات الامل.

- إشاعات الكراهيه.

**أذكرأنواع أخرى للاشاعة؟**

 و هناك من ير ى أن الاشاعة لها أنواع نجيزها فيما يلي:

أ- الإشاعة الزاحفة : وهي إشاعة تروج ببطء وهمسا وبطريقة سرية، وهذا الأمر يكسبها القوة والقدرة على أن تكون مقبولة للمتلقي حيث طريقة التكتم عليها يجعله يعتقد بصدقه. ..

ب- الإشاعة الغامضة : وهي تروج ثم تغوص تحت السطح حتى كأنها نسيت ثم تعود تطفو من جديد إذا تهيئات لها الظروف، وهذا النوع من الإشاعات يهيئ كي تظهر بالأوقات التي يريدها مطلق الإشاعة للحط من المنافسين وتحقيق الإغراض .

ج- الإشاعة الا تهامية: تطلق في وقت التنافس السياسي حيث غرضها إسقاط المنافس وهذا نشاهده كثيرا في الساحة العراقية، فالغرض من اطلاق التهم ليس حب الوطن والبكاء على مصادرة أحلام الشعب عبر الفساد والإفساد بل القضية بسيطة مجرد تنافس انتخابي .

د- الإشاعة الفضول: هي محاولة استطلاع ردة فعل الشارع لذلك يطلقها منشئوها للتعرف ماذا يكون فعل الشارع لو تم اتخاذ قرار ما**.**

**ما هي أهداف الاشاعة؟**

1- الأهداف السياسية: هي إخبار مغلوطة ومكذوبة تنشرها أجهزة الحكم أو المعارضة أحيانا لتحقيق أهداف معينة ومعنية باستمرارية الجلوس على الكرسي عند الحكومات , بينما تهدف لإنزال من يجلس على الكرسي لدى المعارضة .

2-الأهداف الاقتصادية: أصحاب أسواق البورصات والأسهم يفهمون جيدا معنى ومدى تأثير الإشاعة على أسعار السوق , فالتجار يأخذون رائحة خبر صحيحة ويبنون عليها جبالا من الأخبار المغلوطة للتأثير على أسعار مواد السوق ليحققوا أرباحا كبيرة من لا شيء .

3- الشخصية :وهذه الإشاعات تنقسم إلى أقسام عدة منها المضحك ومنها المبكي و منها المدمر للمستقبل, فمن يلجأ لهذا النوع من العمل تجاه شخص معين بقصد الإيذاء، وهو من باب الحسد والحقد، بل إن تأثير ترويج إشاعة وخصوصا في حال ترويج إشاعات الشرف والعفة والتي قد تحرم أناسا طيلة حياتهم من الاستقرار العائلي والعاطفي لما تبذر شكا لا يخرج من الصدور بين الزوج وزوجته أحيانا وبين الأب وأولاده وبين الوزج و زوجته ....الخ.

4- الأهداف العسكرية : تعد الإشاعة في الحروب من أهم الوسائل التي تعتمد عليها الجيوش في ما يسمى بالحرب النفسية في الحروب وهو سلاح يعتمد عليه القادة في معاركهم. تقوم الإشاعة في الحروب على استراتيجية وتكتيك معيِّنين، وليست عملاً ارتجالياً أو عملاً فوضوياً يقوم به فرد أو جماعة لتحقيق مقاصد قريبة أو بعيدة، وتستخدم الإشاعة في المجال الاستراتيجي ضمن مفهوم عام يكون بمثابة الدليل لاستخدامها، كما تستخدم الإشاعة في المجال التكتيكي وذلك كما تقتضي ظروف الوضع الراهن ومعطيات الوقائع في زمان ومكان محددين.

**ما هي دوافع الاشاعة ؟**

 الشائعات من أخطر وأفتك أساليب الحرب النفسية لأنها تدنس بطريقة أشبه بالسحر وسط الجماهير، ولأنه من الصعب معرفة مصدرها ولأن ضحاياها يسمعونها من أصدقائهم مما يعطيها صورة الخبر الصادق بل إن ضحاياهم يكونون أحياناً هم مروجوها. ويمكن تلخيص أهداف الشائعات في عصرنا الحاضر وخاصة في الحرب النفسية.

 ٭ التأثير على معنويات العدو وتفتيت قواه العامة للوصول به إلى الإرهاب النفسي.

 ٭ استخدمها للتمويه والتعمية كستار من الدخان لإخفاء حقيقة ما.

 ٭ ترويج أنباء كاذبة وأخبار مشكوك في صحتها لأجل إضعاف الروح المعنوية.

 ٭ استخدام الأساليب الحديثة لعلم النفس التي تخدم الإشاعة للتأثير على نفسيات ومعنويات وإيرادات العدو.

 ٭ تدمير وإنهاك وتحطيم معنويات الجبهتين العسكرية والمدنية.

**ما هي أسباب انتشار الاشاعة ؟**

1- نشوء الإنسان في بيئة تعود أهلها نشر الخبر دون التأكد من صحته والتزيين لها بألفاظ مثل ( قيل لي ? سمعت كذا ? .. الخ )

 2 محاولة الفرد تفسير الحقائق بتفسير منطقي غالبا حتى ولو لم يمتلك عناصر هذا التفسير.

 3 التلهف والفضول في المعرفة والبحث عن الحقائق دون الاكتراث من معرفة مصادرها والتأكد منها

 4 الحقد على الخصوم من جراء العمل والتنافس يجعل المرء يختلق الإشاعات على خصومه ويكثر من نشر الإشاعات الكاذبة حولهم .

 5 الدوافع العاطفية والنفسية المختلفة من ( حب للفرد أو الجماعة أو الإعجاب بها ? كراهية ? الأمل ? الخوف ? حب الإستطلاع ? الكبت حيث أن من ليس لديه القدرة على مواجهة شخص معين يجعله ينشر الشائعات عنه لتفريغ الشحنة النفسية.

 6 عدم قدرة الذاكرة على الإحتفاظ بالمعلومات لفترة طوليلة تجعله تحور من الحقائق فبعض الشائعات تكون حقيقية ولكن مع مرور الزمن وإنتشار الخبر تخلط الحقيفة بكثير من الخيال تتحول مع مرور الزمن إلى إشاعة وقد أجريت بعض الإحصائيات على بعض المجتمعات فوجد أن 70% من الأخبار تتحول إلى إشاعة بعد الخمس إلى ست نقلات بين الأفراد

 7 استرضاء النفس فشخص أخفق في جانب من جوانب العمل أو التجارة يجعله يتهم التجار الآخرين بالفشل أو بالتعامل بالرشاوي أو بالسرقة أو بالنهب لعدم قدرته على مواجهة النفس بالفشل

 8 الإنعكاس فالإشاعة نوع من حلم اليقظة فإذا كانت الشائعة تتناسب مع ميول الناس وتفسر لهم الحقائق بما يتناسب مع حياتهم الخفية كان إنتشار الاشاعة أكبر وهو ما يسمى بعلم النفس بالانعكاس لان الإشاعة تعبر عن الردود العاطفية للفرد في عدم قدرته على تفسير ما حوله.

 9 الإسقاط وهو ما يسمى بالبحث عن كبش فداء حيث أن إذا كان الفرد متصف بنوع من الفشل أو الإخفاق فيبالغ في إتهام الآخرين دون بينة ويسقط عيبه على غيره بحيث يكسبه نوع من الإحترام أمام نفسه

**أذكر باختصار أهداف الاشاعة؟**

- التأثير على المعنويات

- التمويه والتعتيم

- تشتيت الفكر والانهاك

**أذكر عوامل انتشار الاشاعة؟**

أجواء الترقب والتوقع، وعدم الاستقرار واللاثقة والتوتر النفسي .

**كيف ترى فاعلية الإشاعة على الأنترنات ؟**

 لقد ساهمت الانترنت بشكل كبير في رفع كفاءة الإشاعة، بعد أن كسر متواليتها المعروفة، والتي كانت تستلزم نقلها بين المعارف أولا بأول بواسطة الحقن في الأذن، وعلى نطاق ضيق، ربما يحتاج إلى المزيد من الوقت لتتسع دائرته بطريقة إلقاء الحجر في المياه الراكدة، غير أن النت جاء لينقلها عبر الإيميلات، والمواقع غير المسؤولة بكبسة زر لتسري كالنار في الهشيم ولتبلغ مديات أممية متخطية كل الحواجز والعقبات.. ذلك لأننا استوردنا هذه التقنيات دون ثقافة تحضيرية، ما جعلها تبدو كما لو كانت محركات نفاثة لإرسال الشائعات بنفس طريقة إطلاق مركبة فضاء كوكبية.

 في المجتمعات المغلقة تأخذ الإشاعة التي تعتمد الثقافة السمعية معدلات عالية من الإيمان بالصدقية.. لأن هذه المجتمعات تبني قناعاتها على قاعدة (**ما** **يطلع** **علم** **من** **جدار**)، وقاعدة (**لا** **دخان** **بلا** **نار**)، وهذه القناعات هي محصلة لمسلكيات اجتماعية تنعدم فيها قيمة المعلومة الصحيحة إما لعدم وجودها أصلا، أو للشك في دقتها بناء على تجارب سابقة، وكلما كان المجتمع خاضعا لسلطة العيب حتى فيما لا عيب فيه.. كلما كان أرضا خصبة لاستشراء الإشاعة ونموها بشكل أكبر، وبفحص مضمون بعض الإشاعات يتبين أنها ليست أكثر من استهداف مبطن لطابع التكتم الذي يعيشه المجتمع، أو حالة تسلل إلى ما وراء الغطاء القشرة.. بمعنى أن مادة الإشاعة ربما لا تشكل على الدوام ارتكابا خاطئا، وإنما مجرد فعل جرت العادة على ألا يُمارس إلا بعيدا عن الأعين، وهنا قد يكون من يفعل الشيء ذاته، هو ممن يروج للإشاعة أو يعمل على تمريرها.

**تعتمد الإشاعة على عنصرين هامين، أذكرهما ؟**

- عنصر الاهتمام.

- عنصر الغموض في الخبر مما يجعل الخبر عرضة للتشويه أثناء الانتقال

**ما هي مراحل انتشار الاشاعة ؟**

- المرحلة الأولى: مرحلة الإدراك الانتقائي:إي إدراك الحدث أو الخبر من جانب شخص أو عدة أشخاص،ويرجع اهتمام هؤلاء بالحدث أو الخبر لمغزاه الاجتماعي في نفوسهم.

- المرحلة الثانية : مرحلة التنقيح بالهدف والإضافة:وذلك حتى تتلاءم العناصر المكونة للإشاعة مع بعضها البعض من جهة، ومن ثقافة المجتمع من جهة أخرى.

- المرحلة الثالثة : مرحلة الاستيعاب النهائي والانتشار:وذلك بعد أن تكون مستصاغة، سهلة الاستيعاب، متوافقة مع المعتقدات والأفكار والقيم السائدة في المجتمع.

**أذكر أثر انتشار الاشاعة على أمن المجتمع ؟**

 الإشاعة سلوك عدواني ضد المجتمع وتعبير عن بعض العقد النفسية المترسبة في العقل الباطن وهذا السلوك العدواني قد ينجم عنه أفعال مباشرة وقد يتحول إلى نوع من الشذوذ في القول والعمل ولعل أبرز أنواع الشائعات هي ما يتعلّق بأمن الناس لأنه يتركهم في دوامة القلق ويؤثر على مجرى حياتهم وخاصة الوضع الاقتصادي والاجتماعي والأمني.. وخاصة عندما يفتقد الناس إلى الإدراك والوعي وثوابت الاستقرار كالأمن والدين والقيم.. وتعتبر الإشاعة من أخطر الأسلحة المدمرة للمجتمعات أو الأشخاص وتعتبر الإشاعة عصب الحروب النفسية وسلاحها للنيل من الروح المعنوية للشعوب.

**أذكر أثر الاشاعة على النظام الإجتماعي للفرد ؟**

 الهدف من الإشاعة دائماً هو عقل الإنسان وقلبه ونفسه وليس جسده أي أنها تتجه إلى معنوياته لا ممتلكاته حيث إن ميدانها هو الشخصية وتستهدف إشاعة الفكر والعقيدة والروح لتحطيم معنويات الأعداء سواء مدنيين أو عسكريين على السواء. ففي القرآن الكريم نهى الله رسوله الكريم عن مطاوعة من يتصف بهذه الصفة الذميمة بقوله تعالى: ''' ولا تطع كل حلاف مهين هماز مشاء بنميم...'''

**هل تأثيرات الإشاعة هي تأثيرات الإعلام؟**

 تأثيرات الإشاعة هي تأثيرات الإعلام، وهذا يعتمد على آليات وطرق التواصل بين البشر ،وهذا يشمل غالبية علاقاتنا الاجتماعية ، والآن هناك نظريات ومبادئ التواصل الواسعة ،والتي يستخدمها ويوظفها الجميع كل حسب معارفه وقدراته .

**هل تعتبر الاشاعة وفن استخدامها اليوم من ضروريات العمل الاعلامي الناجح,ام انها تستخدم في محطات اعلانية ترويجية ايجابية او سلبية تجاه احداث معينة؟**

 الحكم بالنجاح او الفشل لايصح خارج منظومة القيم، وان كنا نقر احيانا بقدرة بعض المؤسسات الاعلامية المتفوقة تقنيا و المتفلتة من الضوابط الدينية والاجتماعية الخاصة بمجتمعاتنا اكثر من بعض المؤسسات الاخرى المنضبطة بلائحة طويلة من الممنوعات والمحرمات ,فاننا نعرف ان الترويج والاشاعة اصبحا علما، بل الاشاعة صارت جزءا من مقررات قسم الاعلام في اية جامعة محترمة فنجدها مثلا تحت عنوان:

الرأي العام والدعاية: حيث تتم دراسة تعريف الرأي العام، نشـأة وتطور الرأي العام، خصائص الـرأي العـــام، الجوانب السلوكية في الرأي العام، أنواع الرأي العام وتقسيماته المختلفة، قياس الرأي العام ومعوقاته في الدول النامية، أنواع بحوث الرأي العام .

**كيف يمكن أن نعالج إشاعة قبل حوث أزمة؟**

 إن الحيلولة دون ان تاخذ الاشاعات طريقها الى اثارة الفتن تاتي بمواجهة مكشوفة معها,على قاعدة ان الشائعة تنتشر حيث يغيب الخبر فلابد من قيام وسائل الاعلام الهادفة بدور ياخذ مناح عدة :

 اولا: تقديم الاخبار بصورة حقيقية.

 ثانيا: ربط الاحداث بكل ما يتعلق بها.

 ثالثا: تعزيز الحس النقدي مقابل الاخبار والتحليلات.

 رابعا: تعزيز الثقة بالنفس , بالتركيز على مواطن القوة.

 خامسا :بيان الاهداف الاستراتيجية للأزمة.

**ماذا نقصد بالتخطيط؟**

 تعددت التعريفات حول كلمة التخطيط وقد عرفت بأنها:

 " عمل إفتراضات عما ستكون عليه الأحوال فى المستقبل ثم وضع خطة تبين الأهداف المطلوب الوصول إليـها، والعناصر الواجب استخدامها لتحقيق الأهداف وكيفية استخدام هذه العناصر وخط السير والمراحل المختلفة الواجب المرور بها والوقت اللازم لتنفيذ الأعمال".

 وقدعرف أيضا: بأنها عملية تطوير أهداف المنظمة واهداف وحدتها الفرعية وكذلك تطوير وتسمية بدائل العمل للوصول إلى تلك الأهداف ويتم عمل ذلك فى إطار منظم لتقيم المخاطر الخارجية والفرص المتاحة والمراجعة الداخلية لعناصر القوة والضعف.

 وكما عرفه المفكر الأمريكي **نوناس** **شيلينج** فى كتابه **نظام** **التخطيط** **ووضع** **البرامج** قال " التخطيط عملية تحديد الأهداف المنشودة وتحديد الطرق للوصول إلى هذه الأهداف"

**ماذا نقصد بالإستراتيجية؟**

 نقلت كلمة الاستراتيجية من الحضارة اليونانية عن كلمته الأصلية إستراتيجيوس strategos و التى تعنى علم الجنرال، وارتبط مفهومها بشكل صارم بالخطط المستخدمة لإدارة قوى الحرب ووضع الخطط العامة في المعارك.

 وقد اختلف فى مفهوم كلمة الاستراتيجية عبر التاريخ وفقا لتطور التقنية العسكرية فى كل العصور كما أنها تختلف بإختلاف المدارس الفكرية والسياسية ولهذا يصعب تعريف شامل ومانع لهذه الكلمة لكن سنأخذ بعد التعريفات التى وردت حول هذه الكلمة ، كما عرفت هذه الكلمة بأنها :

"" فن التخطيط لحملة ما وتوجيهها وهى الأسلوب الذى يسعى إليه القائد لجر عدوه إلى المعارك "".

**ما معنى التخطيط الإستراتيجي؟**

 عرف التخطيط الإستراتيجى بأنه :

 "" عملية متواصلة ونظامية يقوم فيها الأعضاء من القادة فى المنظمة بإتخاذ القرارات المتعلقة بمستقبل تلك المنظمة وتطورها بالإضافة إلى الإجراءات والعمليات المطلوبة لتحقيق ذلك المستقبل المنشود وتحديد الكيفية التى يتم بها قياس مستوى النجاح في تحقيقه.""

**ما الغاية من التخطيط الإستراتيجي؟**

1- إيجاد خطة عامة طويلة المدى تبين المهام والمسؤليات للمنظمة ككل

2- إيجاد مشاركة متعددة المستويات في العمليات التخطيطية

3- تطوير المنظمة حيث تألق خطط الوحدات الفرعية مع بعضها البعض.

**عدّد مراحل التخطيط الإستراتيجي؟**

- مرحلة التصميم

 - مرحلة التنفيذ(التطبيق(

- مرحلة التقييم

**إشرح مرحلة التصميم في التخطيط الإستراتيجي؟**

 تهتم هذه المرحلة بوضع رسالة المنظمة وتقييم البيئة الداخلية ومن ثم تحديد نقاط القوة والضعف وكذلك البيئة الخارجية من حيث تحديد الفرص والتهددات، وبعد ذلك تحديد الفجوة الاستراتيجية ووضـع الأهـداف طويلة الأجل، واختيار أفضل الاستراتيجيات الكلية واستراتيجيات الوحدات والوظيفية.

**إشرح مرحلة التنفيذ في التخطيط الإستراتيجي؟**

 يقصد بتنفيذ أو بتطبيق الاستراتيجية العملية التي بواسطتها يتم وضع الاستراتيجيات والسياسات موضع التنفيذ من خلال البرامج والميزانيات والإجراءات ويتم قبل مديري الإدارة الوسطى والإشرافية ولكنها تراجع من قبل الإدارة العليا، ويشار إليها أحينا بالتخطيط التشغيلي وهي تهتم بالمشكلات اليومية لتوزيع الموارد.

**إشرح مرحلة التقييم في التخطيط الإستراتيجي؟**

 التقييم والمتابعة الاستراتيجية هما عملية مراقبة يحدد فيها مديروا الإدارة العليا مدى تحقيق التطبيق الاستراتيجي لإختيارهم أهداف المنظمة وغاياتها ومدى نجاحهم في ذلك, ويتم تقويم على مستوى المنظمة ومستوى وحدات الأعمال أيضا. ويستخدم المدراء في جميع المستويات الإدارية المعلومات المتوفرة عن الأداء من أجل اتخاذ الإجراءات التصحيحية وحل المشكلات. وبالرغم من أن التقويم والرقابة يمثلان المرحلة النهائية في الإدارة الاستراتيجية ,فإنهما يخدمان في تحديد نقاط الضعف في عملية تنفيذ الاستراتيجية السابقة وهذ يحفز الإدارة على عملية التصحيح.

**الاسئلة :**

**سؤال01: عرّف اللغة؟**

**سؤال02: كيف و لماذا اختلفت اللغات و تنوّعت؟**

**سؤال03: ما اسم علم دراسة اللغات؟**

**سؤال04: ما معنى علم الفيلولوجيا؟**

**سؤال05: عرّف اللغة؟**

**سؤال06: كم عدد اللغات في الوقت الحاضر حسب علماء الفيلولوجيا؟**

**سؤال07: تحدّث عن توزّع اللغات في العالم؟**

**سؤال08: كيف قُسمت اللغات حسب التحديد اللفظي و المعنوي؟**

**سؤال09: ماذا تعرف عن اللغة الآرية؟**

**سؤال10: تنقسم اللغة الآرية إلى شمالية و جنوبية، إشرح ذلك؟**

**سؤال11: ماذا تعرف عن اللغات السامية؟**

**سؤال12: عدّد أقسام اللغات السامية؟**

**سؤال13: ماذا تعرف عن اللغة الآرامية؟**

**سؤال14: ماذا تعرف عن اللغة العبرية أو العبرانية؟**

**سؤال15: ماذا تعرف عن اللغة العربية؟**

**سؤال16: في رأيك ما هي اللغة الأصلية للبشرية؟**

**سؤال17: متى نشأت الكتابة للغات؟**

**سؤال18: ماذا تعرف عن لغة الإسبرانتو؟**

**سؤال19: كيف يتعلّم الناس اللغة؟**

**سؤال20: عدّد نظريات نشأة اللغة ؟**

**سؤال21: إشرح نظرية التوقيف و الإلهام في تفسير نشأة اللغة ؟**

**سؤال22: إشرح نظرية الإصلاح و المواضعة في تفسير نشأة اللغة ؟**

 **سؤال23: إشرح نظرية التقليد و المحاكاة في تفسير نشأة اللغة ؟**

**سؤال24: كيف تفسّر النظريات الحديثة نشأة اللغة ؟**

**سؤال25: أبرز مكانة اللغة العربية من بين اللغات السامية؟**

**سؤال26: ما تأثير اللغة العربية على اللغات الأخرى؟**

**سؤال27: متى ظهرت اللغة العربية لأوّل مرّة ؟**

**سؤال28: ما المقصود بالإتصال ؟**

**سؤال29: ما هي مكوّنات أو عناصر العملية الإتصالية بالتفصيل؟**

**سؤال30: ما المقصود بالمصدر في العملية الإتصالة؟**

**سؤال31: ما المقصود بالرسالة في الإتصال ؟**

**سؤال32: ما معنى الوسيلة في العملية الإتصالية؟**

**سؤال33: كيف تطوّر الاتصال تاريخياً؟**

**سؤال34: ما طبيعة العملية الإتصالية؟**

**سؤال35: أذكر أنواع الاتصال المعروفة؟**

**سؤال36: عدّد أنماط الاتصال البشري؟**

**سؤال37:عدّد أنماط الإتصال من حيث حجم و طبيعة المشتركين في العملية الإتصالة؟**

**سؤال38: ماذا نقصد بالاتصال الذاتي : Intra-personal Communication ؟**

**سؤال39: ماذا نقصد بالاتصال الشخصي : Interpersonal Communication ؟**

**سؤال40: ماذا نقصد بالاتصال الجمعي : Group Communication ؟**

**سؤال41: ماذا نقصد بالاتصال الجماهيري : Mass Communication ؟**

**سؤال42: ماذا نقصد بالاتصال التنظيمي : organizational communication ؟**

**سؤال43: عدّد أنماط الإتصال من حيث الوسيلة أو اللغة المستخدمة في العملية الإتصالة؟**

**سؤال44: ماذا نقصد بالاتصال اللفظي : Verbal Communication ؟**

**سؤال45: ماذا نقصد بالاتصال اللفظي : Verbal Communication ؟**

**سؤال46: ما الفرق بين الإتصال البشري و الاتصال غير البشري ؟**

**سؤال47: ما هي معوّقات الإتصال ؟**

**سؤال48: عرّف الإتصال التفاعلي؟**

**سؤال49: ما أهمية الإتصال التفاعلي؟**

**سؤال50: أذكر مميزات الإتصال التفاعلي؟**

**سؤال51: ما هي إ نعكاسات الإتصال التفاعلي على الإعلام التقليدي؟**

**سؤال52: ما هي أدوات الإتصال التفاعلي ؟**

**سؤال53: ما هي الخصائص التي تتميّز بها أدوات الإتصال التفاعلي ؟**

**سؤال54: عرّف الإتصال السياسي؟**

**سؤال55: ما معنى الإتصال الصحّي؟**

**سؤال56: أعط مفهوم الإتصال الثقافي؟**

**سؤال57: ما معنى الإتصال التجاري؟**

**سؤال58: عرّف الإتصال الإقناعي؟**

**سؤال59: ما المقصود بالتواصل الإقناعي؟**

**سؤال60: ماهي نماذج الإتصال الإقناعي؟**

**سؤال61: عرّف مصطلح الاستراتيجية؟**

**سؤال62: كيف عرّفت المدرسة الأمريكية مصطلح الاستراتيجية؟**

**سؤال63: كيف عرّفت المدرسة المصرية مصطلح الاستراتيجية؟**

**سؤال64: عرّف الإتصال الاستراتيجي؟**

**سؤال65: ما أهداف الإتصال الاستراتيجي؟**

**سؤال66: عرّف التخطيط الاستراتيجي؟**

**سؤال67: أذكر مميّزات التخطيط الاستراتيجي؟**

**سؤال68: عرّف الإتصال التنموي؟**

**سؤال69: ما هي استراتيجية الإتصال أثناء الأزمات؟**

**سؤال70: عرّف الإعلام؟**

**سؤال71: ما هو مفهوم الإعلام المتخصص؟**

**سؤال72: ماذا نقصد بالإعلام الاقتصادي؟**

**سؤال73: حدّد علاقة الإعلام بالاقتصاد؟**

**سؤال74: فيما تتجلى أهمية الإعلام الاقتصادي؟**

**سؤال75: أبرز الدور الاستراتيجي للإعلام الاقتصادي؟**

**سؤال76: أعط تعريفاً للإعلام السياحي؟**

**سؤال77: أذكر أهداف الاعلام السياحي؟**

**سؤال78: ما هي متطلبات التخطيط التي يحتاجها الإعلام السياحي؟**

**سؤال79: ما هي خصائص الإعلام السياحي؟**

**سؤال80: بيّن الدرو الجوهري للإعلام في تنمية السياحة؟**

**سؤال81: عرّف الإعلام البيئي؟**

**سؤال82: أذكر معايير المعالجة الإعلامية الداعمة لقضايا البيئة؟**

**سؤال83: ما هي العوامل المؤثرة في المعالجة الإعلامية الداعمة لقضايا البيئة؟**

**سؤال84: أذكر متغيّرات المعالجة الإعلامية الداعمة لقضايا البيئة؟**

**سؤال85: فيما تتمثّل الأهداف الجوهرية للإعلام البيئي؟**

**سؤال86: ماذا نقصد بالإعلام الديني؟**

**سؤال87: فيما يتمثّل الدور الهام للإعلام الديني؟**

**سؤال88: ماهي متطلبات الإعلام الديني؟**

**سؤال89: وضّح أهمية الإعلام الإجتماعي؟**

**سؤال90: ما هو دور الإعلام الإجتماعي؟**

**سؤال91: ما هي العلاقة ما بين الإعلام وعلم الإجتماع التربوي ؟**

**سؤال92: ما هي متطلبات الإعلام التربوي ؟**

**سؤال93: ما هي مميّزات الإعلام العلمي ؟**

**سؤال94: أذكر متطلبات الإعلام العلمي ؟**

**سؤال95: عرّف الإعلام الرياضي ؟**

**سؤال96: تحدّث عن أهمية الإعلام الرياضي ؟**

**سؤال97: ما خصائص الإعلام الرياضي ؟**

**سؤال 98: ما هي ايجابيات الإعلام الرياضي ؟**

**سؤال 99: ما هي سلبيات الإعلام الرياضي ؟**

**سؤال 100: أذكر أولويات الإعلام الرياضي في تعزيز الدور التربوي ؟**

**سؤال 101: بيّن علاقة الإعلام و الاتصال بالأزمة ؟**

**سؤال 102: عرّف الأزمة ؟**

**سؤال 103: وضّح مهام الإعلام في إدارة الأزمات؟**

**سؤال 104: أذكر المراحل الأساسية للإعلام في إدارة الأزمات؟**

**سؤال 105: أذكر إستراتيجيات المعالجة الإعلامية في إدارة الأزمات؟**

**سؤال106: ماذا نعني بالإبلاغ؟**

**سؤال107: ما الفرق بين الإعلام و الإتصال؟**

**سؤال108: ما الفرق بين الإبلاغ و الإعلام؟**

**سؤال109: ما الفرق بين وسائل الإعلام و وسائل الإتصال ؟**

**سؤال110: عدّد نظريات الصحافة الأساسية المعروفة؟**

**سؤال111: ما مضمون النظرية السلطوية؟**

**سؤال112: ما مضمون النظرية اللبرالية؟**

**سؤال113: ما مضمون النظرية الماركسية؟**

**سؤال114: ما مضمون نظرية المسئولية الإجتماعية؟**

**سؤال115: ما مضمون نظرية الخدمة العامة؟**

**سؤال116: ما مضمون النظرية التنموية؟**

**سؤال117: عدّد نظريات الاتصال كنماذج ؟**

**سؤال118: ما مضمون نموذج لاسويل؟**

**سؤال119: ما مضمون نموذج شانون و ويفر؟**

**سؤال120: ما مضمون نموذج ولبر شرام؟**

**سؤال121: ما مضمون نموذج التوازن؟**

**سؤال122: ما مضمون نموذج التنافر المعرفي؟**

 **سؤال123: عدّد نظريات الاتصال كتأثير ؟**

**سؤال124: ما مضمون نظرية التأثير القوي؟**

**سؤال125: ما مضمون نظرية التدفق الإعلامي على مرحلتين؟**

**سؤال126: ما مضمون نظرية حارس البوابة؟**

**سؤال127: ما مضمون نظرية الإستخدامات و اشباع الرغبات؟**

**سؤال128: ما مضمون نظرية تحديد الأولويات؟**

**سؤال129: ما مضمون نظرية الفجوة المعرفية؟**

**سؤال130: ما مضمون نظرية لولب الصمت؟**

**سؤال131: ما مضمون نظرية الجتمية الإعلامية التكنولوجية؟**

**سؤال132: ما مضمون نظرية الحتمية الإعلامية القيمية؟**

**سؤال133: ماذا نقصد بالاعلان ؟**

**سؤال134: عرّف بالدعاية ؟**

**سؤال135: تكلم و باختصار عن تاريخ الدعاية؟**

**سؤال136: ما المقصود بالدعاية كظاهرة من ظواهر الإتصال؟**

**سؤال137: ما هي معلومتك عن جوزيف قوبلز وزير الدعاية الألماني؟**

**سؤال138: عدّد بعض أساليب الدعاية؟**

**سؤال139: إشرح أسلوب النكتة في العملية الدعائية ؟**

**سؤال140: إشرح أسلوب التكرار في العملية الدعائية ؟**

**سؤال141: إشرح الأسلوب الديني في العملية الدعائية ؟**

**سؤال142: إشرح أسلوب الإستضعاف و الإستعطاف في العملية الدعائية ؟**

**سؤال143: إشرح أسلوب الشعارات في العملية الدعائية ؟**

**سؤال144: إشرح أسلوب منطاد الإختبار أو جس نبض الرأي العام في العملية الدعائية ؟**

**سؤال145: إشرح أسلوب الكذب و الإختلاق في العملية الدعائية ؟**

 **سؤال146: إشرح اأسلوب الصورة الكاريكاتورية في العملية الدعائية ؟**

**سؤال147: إشرح الأسلوب الإستنكاري في العملية الدعائية ؟**

**سؤال148: إشرح أسلوب استمالة الأمة عن طريق خلق روح القومية في العملية الدعائية ؟**

**سؤال149: إشرح الأسلوب العلمي في العملية الدعائية ؟**

**سؤال150: إشرح أسلوب الإحتواء في العملية الدعائية ؟**

**سؤال151: ما هي شروط الدعاية الصحيحة و الحقيقية؟**

**سؤال152: أذكر وسائل الدعاية التي تعرفها؟**

**سؤال153: ما الفرق بين الدعاية و الإعلام؟**

**سؤال154: ما المقصود بالاشاعة لغةً ؟**

**سؤال155: ما المقصود بالاشاعة اصطلاحاً ؟**

**سؤال156: ما هي أنواع الاشاعة؟**

**سؤال157: أذكرأنواع أخرى للاشاعة؟**

 **سؤال158: ما هي أهداف الاشاعة؟**

**سؤال159: ما هي دوافع الاشاعة ؟**

**سؤال160: ما هي أسباب انتشار الاشاعة ؟**

**سؤال161: أذكر باختصار أهداف الاشاعة؟**

**سؤال162: أذكر عوامل انتشار الاشاعة؟**

**سؤال163: كيف ترى فاعلية الإشاعة على الأنترنات ؟**

**سؤال164: تعتمد الإشاعة على عنصرين هامين، أذكرهما ؟**

**سؤال165: ما هي مراحل انتشار الاشاعة ؟**

**سؤال166: أذكر أثر انتشار الاشاعة على أمن المجتمع ؟**

**سؤال167: أذكر أثر الاشاعة على النظام الإجتماعي للفرد ؟**

 **سؤال168: هل تأثيرات الإشاعة هي تأثيرات الإعلام؟**

**سؤال169: هل تعتبر الاشاعة وفن استخدامها اليوم من ضروريات العمل الاعلامي الناجح,ام انها تستخدم في محطات اعلانية ترويجية ايجابية او سلبية تجاه احداث معينة؟**

**سؤال170: كيف يمكن أن نعالج إشاعة قبل حوث أزمة؟**

**سؤال171: ماذا نقصد بالتخطيط؟**

**سؤال172: ماذا نقصد بالإستراتيجية؟**

**سؤال173: ما معنى التخطيط الإستراتيجي؟**

**سؤال174: ما الغاية من التخطيط الإستراتيجي؟**

**سؤال175: عدّد مراحل التخطيط الإستراتيجي؟**

**سؤال176: إشرح مرحلة التصميم في التخطيط الإستراتيجي؟**

**سؤال177: إشرح مرحلة التنفيذ في التخطيط الإستراتيجي؟**

**سؤال178: إشرح مرحلة التقييم في التخطيط الإستراتيجي؟**