

مقياس : نظريات الإعلام والاتصال

المستوى : السنة الثالثة

التخصص : إعلام + اتصال

المحاضرة الأولى

مفهوم وخصائص و أنواع الإعلام والاتصال والمفاهيم الشبيهة

1) تعريف الاتصال:

يطلق على عصرنا الحالي "عصر الاتصال" بفضل الثورة التكنولوجية التي تبلورت معالمها واتضحت في منتصف القرن العشرين، لذا يمثل الاتصال لب العلاقات الاجتماعية وبقدر نجاح الفرد في الاتصال مع الآخرين بقدر نجاحه في الحياة، حيث ينعكس ذلك على صحته النفسية والاجتماعية، وبقدر نجاح الأمم في تواصلها مع ماضيها بتراثه وثقافته وفي الاتصال مع الأمم الأخرى، بقدر نجاحها في البقاء والاستمرارية والتطور.

وعليه فكلمة اتصال مشتقة - لغويا- من كلمة تواصل، والتواصل في اللغة من الوصل، وهو يعني ربط شيء بشيء آخر ويعني أيضا أن الشخص قد ربط ما عنده بما عند الآخر، وليتحقق ذلك لابد أن يكون لدى فردين شيء واحد من الفكر أو الإحساس، وأن تكون هناك لغة مشتركة بينهما.

ومصطلح (communication) مشتق من الكلمة اللاتينية (communis) بمعنى مشترك أو شائع.

يعرف الاتصال بأنه العملية التي بها يتفاعل المرسلون والمستقبلون للرسائل في سياقات اجتماعية معينة، فهو ان تستمع إلى غيرك وتفهمه، وذلك لكي يفهمك بشكلاً أفضل، فهو عملية تبادل بين طرفين ولكل طرف شيء ما يقدمه للآخر.

كلمة اتصال وفقا لجورج لندبرج (George Lundberg) تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر تعمل كمنبه للسلوك، أي أن الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز.

"الاتصال هو عملية نقل وتبادل للمعلومات والأفكار والإرشادات والمهارات والميول والقيم من فرد إلى آخر، أو من فرد إلى حيوان أو من فرد إلى آلة أو من مجموعة من الأفراد إلى مجموعة

أخرى أو من آلة إلى آلة أخرى، وذلك عن طريق وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال، بهدف توجيهه أو تعديل أو تغيير سلوك الآخرين نحو الاتجاهات المرغوبة. وقد تطور الاتصال مع تطور الحياة والعلوم في الحضارات الإنسانية، ويمكننا أن نقسم الحضارات في تتبعها على أساس اتصال كما يلي:

1- الحضارة السمعية الشفهية:

أي عندما كان الاتصال يعتمد على الأصوات والإشارات والحركات والأشياء ذات المعاني المشتركة.

2- الحضارة الكتابية:

وهي المرحلة التي توصل فيها الإنسان إلى الكتابة واستعمالها في الاتصال بالآخرين، أي منذ حوالي أربعة آلاف سنة قبل الميلاد.

3- الحضارة الطباعية:

وبدأت بابتكار الطباعة بالحروف المتفرقة في منتصف القرن الخامس عشر ميلادي، من خلال توصل العالم الألماني "يوهان غوتمبرغ" في مدينة "مينز" الألمانية إلى اختراع الطباعة عام 1436م، حيث وفر هذا الاختراع وسائل جديدة للعلم وانتشار المعرفة.

4- حضارة التلغراف والتليفزيون والسينما والإذاعة المسموعة والمرئية:

في النصف الأول من القرن العشرين.

5- حضارة الإلكترونيات والذرة وغزو الفضاء:

والمتمثلة في الأقمار الصناعية وأجهزة الكمبيوتر لتخزين وتحليل واسترجاع المعلومات واستخدامات الذرة وأشعة الليزر في المجالات السلمية ومنها الاتصال.

2) عناصر العملية الاتصالية:

قدم لنا عالم الاجتماع الأمريكي (1902-1978) والذي درس تأثير أجهزة الإعلام على تكوين الرأي العام، هارولد لاسويل (Harold Dwight Lasswell) صيغة لتخطيط وتصميم الرسائل الإعلامية قام بإعدادها في العام 1948، هذه الصيغة أصبحت لاحقاً من أساسيات العمل الإعلامي للاتصال مع الجمهور وإيصال الرسائل والمعلومات بالطرق الأفضل لإحداث تأثيرات فعالة.

تتلخص صيغة لاسويل الإعلامية بالجملة:

(Why & Who (says) What (to) Whom (in) What Channel (with) What Effect)

وتعني "من يقول ماذا لمن بأي قناة تواصل وبأي تأثير؟"

وعليه فإن عناصر العملية الاتصالية هي كالتالي:

1/ المرسل (المصدر): نقطة بدء العملية الاتصالية، وقد يكون المرسل انساناً أو آلة فتبدأ العملية بإرسال رموز متعددة، وعي الرسالة التي توجه إلى المستقبل.

2/ المستقبل (المرسل إليه): هو الشخص أو الجماعة أو الجمهور الذي توجه إليه الرسالة من المرسل بقصد مشاركتهم في خبرة أو توصيل المعلومات والآراء إليهم أو تعديل سلوكهم أو اتجاهاتهم.

3/ الرسالة: هي مجموعة المعاني التي يرسلها المرسل إلى المستقبل بغية التأثير في سلوكه، والرسالة هي محتوى الاتصال وبالطبع تتعدد أنواع الرسائل بتعدد أنواع الاتصال وغاياته وأطرافه

من شروط الرسالة:

- أن تصمم بحيث تجذب انتباه المستقبل

- الصياغة المناسبة للرسالة بحيث تتلاءم مع قدرة المستقبل على الفهم

- ينبغي أن تصاغ الرسالة بما يتناسب مع وسائل الاتصال المتاحة للمرسل

4/ الوسيطة: هي الوساطة المادية لتوصيل الرموز حاملة المعاني التي تشكل الرسالة، وهناك أنواع عديدة من القنوات.

1. القناة اللفظية: نقل المعاني من رموز صوتية وجها لوجه أو مباشرة.

2. القناة الكتابية: وذلك حين يتم المعلومات كتابية.

3. قنوات تقنية: أشهرها التلفون، التلغراف، الانترفون، التلكس، الراديو والتلفزيون.

4. القنوات التصويرية: الملصقات، كتابات الحائط ولوحات الاعلانات.

5/ رجوع الصدى: هو الإجابة يجب بها المستقبل على الرسالة التي يتلقاها، فمن خلاله يستطيع المصدر أن يفهم ما إذا كان المستقبل قد تلقى الرسالة أصلاً أم لا، وإن يفهم محتواها وهل أحدثت الأثر أو التأثير المطلوب أم لا؟.

3) خصائص الاتصال:

1. عملية هادفة (نقل معلومة، رأي، فكرة، أحداث اثر في المستقبل)

2- عملية ديناميكية (مستمرة)

3- عملية دائرية (المستقبل يصبح مرسل والمرسل يصبح مستقبل)

4- عملية منظمة.

5- عملية متنوعة (اللغة اللفظية: الشفهية أو التحريرية، أو اللغة غير اللفظية: الإشارات، الرموز).

4) وظائف الاتصال:

حددها هارولد لاسويل كالتالي:

- 1- مسح المحيط واستجلائه: جمع ونشر المعلومات لما يقع في المحيط من أحداث، على المستويين الداخلي والخارجي وهي تقارب وظيفة إعلامية (وسائل الإعلام).
 - 2- ربط أجزاء المجتمع من أجل أحداث تجاوب موحد إزاء أحداث المحيط أي تفسير المعلومات الواردة من البيئة، تحليلها وتبيان الموقف الذي يجب أن يتخذ استجابة لها.
 - 3- نقل الموروث الاجتماعي ونشره: وظيفة تعليمية تعنى بتأهيل الفرد وتنشئته بما يتوافق مع أهداف المجتمع ومثله وقيمه.
- بعد هارولد لاسويل جاء التلفاز وما صاحبه من انتشار للمعلومات ظهرت وظيفتين هما الترفيه والإعلان.

5) أشكال الاتصال:

- 1- الاتصال الذاتي بين الإنسان ونفسه: إدراك الفرد لذاته ولعلاقاته بالعالم المحيط به، ووعيه بخصاله وقدراته بالتالي تحقيق السواء لشخصيته.
- 2- الاتصال بين الفرد والآخرين: إدراك الفرد لذاته هو أساس اتصاله مع الآخرين ويبدأ الاتصال منذ الطفولة ويتطور بتطور أدواره في الحياة.
- 3- الاتصال بين الجماعات الاجتماعية: الاتصال أساس لكل العلاقات الاجتماعية مهما كان نوعها.

6) عوائق الاتصال:

هي مجموعة المعوقات التي تشوش وصول الرسالة إلى المستقبل وهي:

✓ عوائق خاصة بالمرسل:

- العجز عن التخطيط للعملية الاتصالية (اتصال غير مفهوم).

- _ التلاعب بالمعاني والألفاظ من جانب المرسل عن قصد أو غير قصد.
- _ عدم قدرة المرسل على التعبير الصحيح واختيار العبارات المفهومة.
- _ عدم فهم المرسل للمستقبل.
- ✓ عوائق خاصة بالمستقبل:
- _ عدم القدرة على الاصغاء وخاصة لمدة طويلة.
- _ المستوى العلمي للمستقبل (عدم القدرة على التحليل والاستنتاج).
- _ عدم ملائمة ظروف المستقبل لاستقبال الرسالة (صعوبات نفسية/ مادية).
- ✓ عوائق خارجية:
- _ الضوضاء والضجيج لدى المستقبل أو المرسل.
- _ الرقابة على الاتصال (الحذف/ الإضافة/ التحفظ).
- _ تشويش من قبل أشخاص هدفهم عدم وصول الرسالة.

7) مقومات الاتصال الفعال:

- 1- حسن الإرسال والاستقبال.
- 2- إرهاب الحساسية لمشاعر الآخرين، إن حساسية الفرد إزاء حاجات ومشاعر الآخرين فن لأصول العلاقات الانسانية يكتسبه من خلال التفاعلات الاتصالية مع الآخرين.
- 3- الوضوح المعرفي: نقل واستقبال المعلومات، يجب أن يكون الأفراد المشاركون في العملية الاتصالية واعين معرفيا بكل مكوناتها: وضوح الأهداف/ الأدوار/ الوظائف/ العلاقات.

8) مفاهيم مشابهة للاتصال:

الاعلام

✓ تعريف الاعلام:

هو القيام بالإرسال أو الإخبار، كما هو بث وإعطاء وتبادل للمعلومات سواء كانت مسموعة أو مرئية بالكلمات والجمل أو بالإشارات والصور والرموز.
عرفه عبد اللطيف حمزة: "الإعلام هو تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة".

✓ خصائص الاعلام:

- 1- الإعلام نشاط اتصالي، مقوماته هي: مصدر المعلومات، الرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل الرسائل، جمهور المتلقين والمستقبلين للرسالة الاعلامية والأثر الاعلامي.

2- يتسم الإعلام بالصدق، الدقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة.

3- يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع.

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

✓ أهداف الاعلام:

1- توفير المعلومات عن الظروف المحيطة بالناس أي الأخبار.

2- نقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل والمساعدة على تنشئة الجيل (التثقيف، التعليم، التربية).

3- الترفيه عن الجماهير وتخفيف أعباء الحياة عنهم.

4- مساعدة النظام الاجتماعي وذلك بتحقيق الاجتماع والاتفاق بين أفراد الشعب والأمة الواحدة.

✓ وظائف الاعلام:

للإعلام 5 وظائف:

1/ التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات: كلما كانت المادة الاعلامية ملائمة للجمهور لغته ومحتوى كلما كان التأثير كبير.

2/ زيادة الثقافة والمعلومات: من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام من أفكار، معلومات، صور، آراء (تثقيف عفوي) / حلقات الإرشاد والتوجيه عبر وسائل الاعلام مثلا للفلاحين (تثقيف مخطط).

3/ الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية: الاتصال الاجتماعي هو الاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، وسائل الإعلام تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها مثلا: صفحات التهاني، الوفيات، الزواج، تعريف الجمهور بالشخصيات السياسية البارزة، الفنية، الأدبية..

4/ الترفيه عن الجمهور وتسليته: ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل، ويمكن أيضا توجيه الجمهور بأسلوب الترفيه عبر وسائل الاعلام المختلفة.

5/ الإعلان والدعاية: الإعلان عن السلع والخدمات الجديدة، وجود وظائف شاغرة أو موظفين مستعدين للعمل، إجراء مناقصة... التعريف بما هو جديد وتقديمه للجمهور وعرض فوائده، أسعاره وحسناته بشكل عام.

✓ تعريف الدعاية:

ارتبطت الدعاية في أذهان الناس بالكذب والخداع وتزييف الحقائق، وقد عرفها لينين بأنها: "الاستخدام العقلاني لحجج الفلسفة والتاريخ والعلم، بغرض التأثير على القلة المتعلمة"، وعلى ذلك فاستخدام الدعاية بالنسبة للعقائدي الشيوعي هو استخدام مرغوب فيه بل ويعبر عن معاني الصدق والأمانة في الدعوة.

كما عرفها معهد الدعاية الأمريكي عام 1937 "الدعاية الاعلامية تعبير عن رأي أو فعل يقوم بإعداده بصورة متعمدة وواعية، أفراد أو مجموعة من الناس بقصد التأثير على آراء وأفعال أفراد أو مجموعات أخرى لأغراض وأهداف تم تحديدها مسبقاً".

من جهة أخرى ينظر إلى الدعاية والإعلام على أنهما نظام متصل، أحد طرفيه الإعلام كعملية قائمة على نشر الأخبار والمعلومات والآراء بحيادية وموضوعية، بينما تقع الدعاية في الطرف الآخر كعملية قائمة على التشويه والتدخل وحجب المعلومات والآراء أو تلوينها بحسب أهداف ومصالح الأشخاص والقوى الاجتماعية التي تسيطر على وسائل الإعلام.

وحسب مرتن MERTON "الدعاية مجموعة من الرموز التي تؤثر على الرأي أو الاعتقاد أو السلوك وذلك بالنسبة للقضايا غير المتفق عليها في المجتمع".

✓ قواعد الدعاية:

- 1/ أسلوب التكرار: من خلال تكرار فقرات أو جمل معينة يسهل حفظها وتصديقها من قبل الناس.
- 2/ أسلوب المبالغة: من خلال إضافة صفات وهمية على المنتج أو الخدمة.
- 3/ أسلوب التقمص والتماثل والتقليد: من خلال استخدام أحداث محلية لتوضيح القضية، واستغلال سلامة نية المتلقي بربط واقعه وخبراته ومخاوفه مع ما يتم الدعاية له.
- 4/ الارتباط الكاذب: مثلاً استغلال تعلق الفرد بفنان أو مطرب أو شخصية عامة من أجل الترويج لأفكار معينة.
- 5/ أسلوب البساطة القابلة للتصديق: التعقيد في الصياغة قد يسبب الملل والعزوف عن متابعة الرسالة الدعائية من خلال شعارات يسهل حفظها.

✓ مفهوم الاشاعة:

✓ تعريف الاشاعة:

لغة: الشاعنة هي الأخبار المنتشرة /// رجل مشيع أي مذياع لا يكتم سرا.
الاشاعة لغة اشتقاق من الفعل "شاع" الشيء يشيع شيوعا ومشاعا ظهر وانتشر، شاع بالشيء أي أذاعه.

تعريف تشارلز أندال هي "عبارة عن رواية تتناقلها الأفواه دون أن ترتكز على مصدر موثوق يؤكد صحتها".

✓ العوامل السيكولوجية المسببة لنقل الاشاعة:

حب الظهور // الرغبة في التأييد العاطفي // التسلية // متابعة الاشاعات // الشهادة
✓ أهداف الاشاعات:

1/ تدمير القوى المعنوية وتفتيتها وبث الشقاق وعدم الثقة.

2/ تحطيم وتفتيت معنويات الجبهتين العسكرية والداخلية.

✓ سمات الاشاعات:

1/ الايجاز وسهولة التذكر وسهولة النقل والرواية.

2/ القانون الاساسي للشائعات هو "قدرة الاشاعة السارية يتغير تبعا لمدى أهمية الموضوع عند الاشخاص المعنيين تبعا لمقدار الغموض المتعلق بالمساءلة المعينة.

3/ تبدأ الشائعة من ايجاد خبر لا أساس له من الصحة أو تلفيق خبر فيه أثر من الصحة.

4/ تزدهر بالعوز إلى الأخبار وعندما تكون الأخبار في أقصى وفرتها وحينما يرتاب الأفراد في الاخبار.

مفهوم الاعلان:

✓ تعريف الاعلان:

الاعلان Advertising هو نشاط اتصالي يهدف للإعلام عن سلعة أو فكرة أو خدمة والترويج لها عبر وسائل الاتصال بال جماهير.

الاعلان التجاري Advertisement رسالة مدفوعة الثمن، محددة المضمون تشغل حيز من وسائل الاعلام بهدف اقناع المستهلك بسلعة معينة.

إذا الاعلان يستخدم في دول المشرق العربي أما الاشهار في دول المغرب العربي يقابلها في الفرنسية Publicité في الانجليزية publicity ومنه الاعلان التجاري هو الاشهار.

تعريف جمعية التسويق الأمريكية للإعلان:

"مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الاعلانية المرئية أو المسموعة أو المكتوبة على الجمهور بغرض حثه على شراء سلع أو خدمات أو من أجل استمالته إلى التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت تعلن عنها".

✓ سلبيات الاعلان:

من سلبياته أنه:

سلطان يدفع الناس الى المبالغة في الاستهلاك، يحبط الفقراء لان قيمة الاعلانات تضاف لسعر المنتج.

سلطان يبالغ في نقل المضامين أو يقدم أكاذيب.

سلطان سيطرة المعلنين على وسائل الاعلام من خلال التهديد بحجب اعلاناتهم اذا ما بثت مضامين تضر بمصالحهم.

سلطان رسم صور نمطية تحط من قدر بعض فئات المجتمع (مثال عرض الاشخاص الكبار في السن بصورة العاجزين، المبالغة في عرض المرأة بالتركيز على شكلها).

سلطان دفع الناس للتركيز على الجوانب المادية وإهمال تطوير الذات (غنى النفس، العقل، الاخلاق).

الفروق الاساسية بين الاعلام ، الدعاية، الاشاعة والاعلان:

الإعلام تقديم حقائق ومعلومات بهدف تنوير المتلقي.	دعاية بيبضاء: أحداث وآراء وروايات قد تكون صحيحة أو خاطئة هدفها توجيه رأي المتلقي نحو سلوك أو فعل معين. دعاية سوداء: تزييف حقائق لتشويه سمعة شخص أو مؤسسة.	الإشاعة: قد تكون صادقة أو كاذبة أو مضخمة الاشاعة دعائية سوداء.	الإعلان: الترويج لسلعة أو خدمة من خلال وسائل الاتصال ووسائل الاتصال الجماهيري (جرائد إذاعة تلفزيون وسينما
--	--	--	---

الفرق بين الإعلام والاتصال

مفهوم الاتصال والإعلام

يعتبر الاتصال أحد سمات الحياة الإنسانية، فمن خلال الاتصال عرف الإنسان لغة التخاطب بينه وبين أخيه الإنسان، وأمكنه من التواصل مع بعض الكائنات الأخرى، ويذهب البعض إلى أن الاتصال عملية يمارسها الكائن الحي في كل أحواله للتواصل مع العالم المحيط.

1- الاتصال :

الاتصال لغة:

يرجع أصل الكلمة إلى الفعل اتصل، يتصل، والاتصال يعني نقل المعلومات المبلغة، أو الرسالة الشفوية، أو تبادل الأفكار والآراء، أو المعلومات عن طريق الكلام أو الإشارات، كما تعني الكلمة أيضا شبكة الطرق، أو شبكة الاتصالات، وكلها تؤكد على أهمية التفاعل والعلاقات الإنسانية بين البشر، وفي مختار القاموس "وصل الشيء بالشيء وصلا"، بمعنى: نقل المعلومات والمعاني والأفكار والمشاعر بين شخص وآخر، بين مجموعة أشخاص لتحقيق هدف ما أما في اللغة الانكليزية، فهذه الكلمة مشتقة من الأصل اللاتيني بمعنى: المشاركة وتكوين العلاقة، أو بمعنى شائع، أو مألوف، كما commuins بمعنى: عام أو مشترك، وأي من هذه common أرجع البعض هذه الكلمة إلى الأصل المفاهيم يوضح لنا أن الاتصال عملية تتضمن (المشاركة، التفاهم) حول (موضوع، فكرة) لتحقيق (هدف، برنامج).

الاتصال اصطلاحا:

استخدمت كلمة الاتصال في مجالات عديدة وعلى مستويات مختلفة، فهي تدل على الكلام أو الاستماع، كما أن لها دلالات عامة ودلالات أكاديمية وثقافية... إلخ.

فهناك من عرفه بأنه العملية أو الآلية التي من خلالها توجد العلاقات الاجتماعية وتتطور، ويشمل كل الرموز التي يختزلها العقل، وكذلك وسائل نقلها والاحتفاظ

بها، كما يتضمن تعبيرات الوجه، الاتجاه، الإشارات، نغمة الصوت، الكلمة، الكتابة، الطباعة، السكك الحديدية، التلغراف، التليفون، وكل شيء آخر قد يختصر الوقت أو المسافة.

ويعني الاتصال فنيا حسب ريكارد أندي: "عملية يقصد مصدر محدد بواسطتها، إثارة استجابة نوعية لدى مستقبل محدد". أما عالم الاجتماع تشارلز ر. رايت فهو يرى أن الاتصال هو "عملية نقل المعنى أو المغزى بين الأفراد

علم الاتصال:

يعرفه جايتون تيمبرلي وزميله ميشيل سينغال بأنه دراسة إنتاج، نقل واستقبال الإشارات، وعلاقة هذه الأخيرة على السلوكيات، والمعتقدات، وقيم الأفراد والجماعات، وعلى طرق تنظيمهم الجماعي ويراه شافي وبرجر بأنه يدرس إنتاج ومعالجة وتأثير الرموز وأنظمة الإشارات عن طريق نظريات قابلة للتحليل، تحتوي على تعميمات شرعية تمكن من تفسير الظواهر المرتبطة بالإنتاج والمعالجة والتأثيرات

2- الإعلام :

قبل المضي في تفسيرنا لهذا التعريف يجدر التوضيح بأن الصحافة والإعلام شيء واحد، ففي رأي الكثيرين أن كلمة صحافة ليست مقصورة على المواد المطبوعة فقط، ولكنها تنسحب على وسائل الإعلام المعروفة، ولذا قالوا أن الصحافة ثلاثة أنواع: مطبوعة، مسموعة، ومرئية، فالمطبوعة: هي الصحف، المجلات، النشرات، والدوريات ونحو ذلك، والمسموعة: هي الإذاعة، والمرئية هي التلفزيون، ونزيد على ذلك وجود الانترنت أيضا، فقد استطاعت في فترة وجيزة أن تضم إليها الأنواع الثلاثة للصحافة، فتستطيع أن تتصفحها قراءة، أو تستمع لها بشكل سمعي، أو تشاهدها بشكل مرئي، وهي وليدة ذلك التقدم التكنولوجي الهائل الذي شهدته نهايات القرن العشرين وحتى اليوم.

الإعلام لغة:

يعرف المعجم الوسيط الصحفي - بكسر الصاد - بأنها مهنة من يجمع الأخبار، والآراء، وينشرها في صحيفة أو مجلة، والصحيفة مجموعة من الصفحات تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة، وتتضمن أخبار السياسة، الاجتماع، الاقتصاد، الثقافة وما يتصل بها.

بمعنى صحافة ، وتعني Press ويستخدم قاموس أكسفورد كلمة جورناليزم شيئاً مرتبطاً بالطبع، والنشر، والأخبار، والمعلومات، و
بمعنى الصحفي (Journalist) بمعنى الصحافة و(Journalism)

الإعلام اصطلاحاً:

عرفه د. ابراهيم إمام بأنه: "الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من
الوقائع أو مشكلة من المشكلات

وعرفه الألماني أوتوجروت فقال فيه: "الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية
الجماهير، وروحها، وميولها، واتجاهاتها في نفس الوقت

ويعرف الإعلام أيضاً بكونه تلك العملية التي تهدف إلى نشر وتقديم المعلومات الصحيحة، والأخبار الصادقة، والمواضيع الهامة، والحقائق البينة، والأفكار والآراء المنطقية للجماهير، بهدف خدمة الصالح العام من المسؤولية الاجتماعية
وعليه فالإعلامي شخص مسؤول عن توصيل المعلومات والأخبار بطريقة فنية وعلمية ذات تأثير على المتلقي، وهو يلعب دور الوسيط في إيصال المعلومات من القيادات السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، والعلمية إلى الجماهير، كما يقوم بدور جمع ونقل صوت الجماهير، وآراء الرأي العام، وإيصالها إلى القيادات.

مفهوم الاتصال في الإعلام:

يعرف الاتصال في إطار الإعلام بأنه: "بث رسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات معينة إلى أعداد كبيرة من الناس، مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، السياسية ويوجدون في مناطق متفرقة.
كما يعرف قاموس المصطلحات الإعلامية الاتصال بأنه: "انتقال المعلومات، الأفكار، أو الاتجاهات من شخص إلى شخص، أو جماعة أخرى من خلال الرموز، ويوصف الاتصال بأنه فاعل حينما يكون المعنى الذي يقصده المرسل هو الذي يصل بالفعل إلى المستقبل، والاتصال هو مطلب اجتماعي، فهو يمكننا من نقل معارفنا وبيسر التفاهم بين الأفراد .

الإعلام والاتصال كلمتان قد تتقاطعان بحيث نجد البعض يستعمل أحدهما بدل الأخرى، ولكن على العموم يمكننا القول أنه إذا كان الإعلام يعني أساساً المعطيات والأخبار والمعلومات، فالإتصال يسلمزم الحوار ووجود علاقات.

وإذا كان الإعلام يعبر عادة عن شيء ثابت (محتوى, حالة, وضعية) فالإتصال عبارة عن عملية (علاقة), لأنه يفعل الإعلام بجعله أمرا عمليا وعليه فإن الإتصال عبارة عن عملية تفاعل معلومات هادفة, وهو عادة مايوصف بالوسيلي لارتباطه بإحدى وسائل الإعلام, والإتصال قد يكون ذاتيا (بين الشخص ونفسه), أو شخصيا (بين شخصين), أو تنظيميا (خاص بالمنظمات), أو جماهيريا ((موجها لجمهور واسع)).

قد يوجد إعلام دون علاقة إتصالية ولكن لايمكن أن يكون هناك إتصال بدون إعلام, فالإتصال أشمل, وهذه هي النظرة الأوربية, أما الأمريكان بحسب المؤلفين (لورينت, بيرينت, بيسيرل) فالإعلام يتضمن الإتصال لأنه أشمل.

الفرق بين الإعلام والاتصال

الاتصال	الإعلام	
المرسل	يجب أن يكون لديه خبرة أو لديه شعبية أو جماهير	أي إنسان يصبح مرسل في الاتصال
المستقبل	سواء لديه علاقة شخصية مع المرسل أو لا يوجد علاقة شخصية	يجب أن يكون لديه علاقة شخصية مع المرسل
رجع الصدى	لا يعرف إلا بعد إرسال الرسالة بمدة	يعرف بعد إرسال الرسالة مباشرة
التكلفة	مكلف	غير مكلف
الرسالة	يتكلم بأشياء عامة فقط	يتكلم بأشياء عامة أو خاصة
الوسيلة	التلفزيون والراديو والصحف... الخ	التليفون والجوال والانترنت الخ

تعريفه	يقصد به تزويد الناس بالأخبار أو المعلومات الصحيحة والسليمة بالإضافة إلى الحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي سليم لواقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل بحيث يعبر هذا الرأي السليم تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير وميولهم	هو عملية تبادل المعلومات والأفكار بين أفراد أي مجتمع وبعضهم، سواء أكانت أفكار ذات طبيعة علمية أو عملية أو اجتماعية أو ثقافية، وتنبع من حاجة الفرد إلى الكلام والاستماع والتفاعل مع الآخرين
التعريف المنهجي	الإعلام (ممثلاً في وسائله المختلفة) فقام على اعتباره المصدر الأساسي للأخبار في المجتمع، والأخبار هي بيان للواقع الاجتماعي وأحداثه بما ينطوي عليه من مشكلات داخلية وخارجية، وبالتالي فإن آراء الناس في المشكلات الاجتماعية وحلولها يتوقف إلى حد كبير على هذه الوقائع التي تنشر أو تذاع أو تبث.	الاتصال هو شكل من أشكال المشاركة أي تبادل العلم بمشكلة مشتركة ثم تبادل المعرفة بحلولها المحتملة وأساليب تحقيقها
المصدقية	يجب به تزويد الناس بالأخبار أو المعلومات الصحيحة والسليمة بالإضافة إلى الحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي سليم لواقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل وقد يعاقب المرسل إذا كانت المعلومات غير صحيحة	قد تكون بعضها خاطئة ولا يعاقب المرسل
المستقبل	يكون المستقبل أكثر من واحد ولا يمكن أن يكون المستقبل واحد	يمكن أن يكون المستقبل واحد فقط

نظرية السلطة

نشأة نظرية السلطة

ظهرت نظرية السلطة في القرن السادس عشر مع ظهور الصحف المطبوعة، إبان الحكم الملكي في أوروبا، حيث شكّلت الصحافة الذراع الإعلامي للدولة، ويُعدّ أفلاطون ومكيافيلي المرجع الأساسي لنظرية السلطة، حيث يرى أنّ الشعب لا يستطيع أن يتحمل المسؤولية أو السلطة، لذلك هي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكّلها، فجميع البشر بطبيعتهم سيئون، فالإنسان يحبّ التسلط عندما يكون قادرًا على فعله، وأول من أطلق اسم السلطوية عليها هو بيترسون وشرام وسابيرت أثناء تصنيفهم لنظريات الاتصال الجماهيري، وقامت النظرية على ركائز أساسية، مثل مذهب الحق الإلهي الذي قام عليه حكم الملوك، والكنيسة التي جعلت نفسها مصدرًا للتفويض الإلهي، ما جعلها تسيطر على الرأي العام وحقّ التعبير، وهكذا نشأ تعريف النظرية السلطوية. [١]

تعريف النظرية السلطوية

إنّ تعريف النظرية السلطوية يعني عدم مقدرة الشعب على الحكم، وأنّ الحكم يجب أن يكون منفردًا بيد الحاكم والسلطة التي تتبعه، فلا يجوز لأفراد الشعب أن يتسلّموا مقاليد الحكم؛ فهم لا يقدرّون عليه؛ لأنّ الطبيعة البشرية سيئة، وإذا استطاع الإنسان التسلط والظلم سيكون كذلك، وعليه، يجب أن تبقى جميع الأحكام والسلطة بيد الحاكم فقط، حيث تميزت تلك الفترة بنشؤ نظام الإقطاع الذي عمل على تشكيل التدرج الطبقي في المجتمع وقسمه لطبقات، فتبدأ من الملك يتبعه أصحاب الأراضي والقادة وفي الطبقة الأخيرة عامّة الشعب -والذين يُعتبرون العبيد-، هذا النظام المتّبع عمل على تكبيل عامة الشعب تحديدًا بقيود

الإمبراطورية الحاكمة من جانب، والكنيسة من جانب آخر، والحكام المحليين والإقليميين من الإقطاعيين من جانب ثالث، حيث أصبح النظام السائد هو نظام الرقيق، ما تعذر قيام حقوق أو حريات فردية للشعب، وانعدمت الحرية.[٢]

ويقوم البناء النظري في النظام السلطوي على مبدأ أن الصحافة أساس خدمة السلطة الحاكمة، سواء كانت حكماً مطلقاً أو استبدادي، وتتمحور فكرة تعريف النظرية السلطوية في أن العمل بالصحافة هو امتياز يمنح بتوقيع الإمبراطور، ولهذا، فالصحف معنية بالالتزام للحاكم وحكومته، ومع تطوّر نظريات الإعلام وازدياد الحريات في الصحافة والإعلام وحرية الرأي والتعبير، ما زال يتم توظيف المعلومات والأخبار بحسب توجه الوسيلة الإعلامية في أيّ دولة، لكنها غالباً ما تكون ناطقة باسم السلطة الحاكمة، ويتم نشر الأخبار بما يتوافق مع غاية السلطة وأهدافها، ولذلك أطلق عليها اسم نظرية السلطة، وتقوم على أن الحاكم والحكومة هما الدولة، وهما المصلحة العامة للدولة، وسعادة الشعب واستقراره هو التسليم المطلق للحاكم والحكومة، والانقياد بالطاعة والولاء، في هذه الحالة يكون الفرد أداة لخدمة الحاكم والحكومة، التي تُعدّ صاحبة الحق الأول في إظهار المعلومات أو الحقائق التي تصل إلى الناس.[٣] ويقول الدكتور محمود السماسيري أستاذ الإعلام في جامعة اليرموك الأردنية في فلسفة تعريف النظرية السلطوية: "إنّ هذه الفلسفة تستند إلى الفكرة القائلة الحقيقة لا تنبع من عامة جمهور، ولكنها تنبع من أذهان الحكماء والحكام ومن حولهم، وهؤلاء مهمتهم التوجيه والإرشاد لكل جيل وقيادة الأفراد والجماعات"، بمعنى: أنّ الفكر الإنساني بحسب هذه النظرية هو حكرٌ على هذه الطبقة، وأن المعرفة حقٌّ وملكٌ لها دون باقي الطبقات، ولهذا تبرر تفنيد أي رأي مخالف لها، وتبرر حقّها السيطرة على وسائل الإعلام والاتصال للقيام بتوجيه المجتمع إلى الطريق القويم.[٤]

أسس النظرية على الصحافة

اقتصر دور الصحافة في ظلّ فلسفة تعريف النظرية السلطوية على مجرد أنّها ناقل للمعلومات من السلطة للشعب، ويتم نقل المعلومات للشعب وإطلاعه على القرارات والسياسات المختلفة وتأييدها دون أن تتيح الفرصة لإبداء الرأي فيها

أو مناقشتها أو توصيل صوت الشعب للمسؤولين، ومن المبادئ التي وضعت
عبدالنبي الطيب: أساس في تعريف النظرية السلطوية للصحافة، ما يأتي
(2014)، فلسفة ونظريات الإعلام (الطبعة الأولى)، القاهرة: الدار العالمية
/للنشر والتوزيع، صفحة 18. بتصرّف

- يسمح للأفراد بتملك الصحف بالشاركة مع الحكومة فقط.
- يجب الحصول على ترخيص إصدار الصحيفة من الحكومة.
- يشترط وضع تأمين مالي لإصدار الصحيفة.
- يجب على ممارس العمل الصحفي الحصول على الترخيص من السلطة
لممارسة العمل في الصحافة أو يتم اشتراط قيد مسبق.
- للسلطات الحاكمة وما يتبعها من السلطات الإدارية الحقّ في إلغاء أو تعطيل
الصحف.
- للسلطة الحقّ في فرض أيّ رقابة أو قيود على الصحف. لا يُسمح للصحف
مطلقًا بنقد نظام الحكم في الدولة

النظرية الليبرالية

- نشأة النظرية الليبرالية

لقد شكلت التصورات التي انطلقت في أوروبا في القرنين الثامن عشر والتاسع عشر نقطة انعطاف مهمة في تاريخ نظرية الحرية، وخاصة الثورة الفرنسية التي انطلقت عام 1789م، التي تعد المدلول الاقتصادي الذي ظهر تحت شعار أطلقه الليبراليون الكلاسيكيون "بزعامة آدم سميث" دعه يعمل دعه يمر"، كما أن الثورة الأمريكية كان لها دورا كبيرا في بروز هذه النظرية حيث جاء إعلان استقلال أمريكا بما تضمنه من تأكيد على حرية الصحافة، إضافة إلى مبادئ حقوق الإنسان والنظام الليبرالي للإعلام، إضافة إلى ظهور ثورة تدور حول اعتقاد الفرد بأنه سيد نفسه وأنه يمكن عن طريق العلم والفهم أن يحقق أسباب القوة وأن يفهم العالم ويسير به بطريقة أفضل.

- مبادئ نظرية الحرية

استندت نظرية الحرية لمبادئ عدة بنيت عليها فلسفتها وأفكارها، وتأثرت بأراء عدد من كبار الفلاسفة الغربيين، في السياسة والاقتصاد والتربية، منهم آدم سميث وجون لوك وجون ملتون وديكارت ولامارك ونيوتن. وأكدت على قدسية حرية التعبير والرأي والصحافة وحرية العقيدة والعبادة ومع ذلك فإنها ارتكزت على جملة من المبادئ وتتمثل في:

- إن الإنسان من حقه أن يتعرف على الحقيقة وأن يسعى إليها ويهتم بها في كل وقت.
- إن الوسيلة الوحيدة للوقوف على الحقيقة هي أن تعرض بالمناقشات الحرة المفتوحة، فحسب ستوارت ميل أن الحقيقة لا يمكن أن تظهر إلا إذا عوضت من جهات شتى.
- إن الآراء وإن اختلفت اختلافا بعيدا أو قريبا فانه ينبغي أن يتاح لكل ذي رأي فرصة يعرض فيها رأيه ويحاول إقناع الآخرين به
- من حق الفرد أن يعرف فهو حق طبيعي كحقه في الماء والهواء ولكي يمارس هذا الحق الطبيعي لابد للصحافة أن تتمتع بحريتها كاملة دون أي قيود.
- حق الفرد أن يختار ما يريد معرفته.

- أهداف نظرية الحرية

تتخصر أهداف النظرية في³:

- أن تقوم الصحافة بخدمة الفرد وأن تؤدي إلى التغيير.
- أن تقوم بنقد الحكومة والرقابة على السلطة التنفيذية.
- اعتبرت أن الإنسان قادر في الاعتماد على نفسه.
- الإنسان مشروع متكامل له كيانه المستقل
- على الأفراد أن لا يثقوا بالحكومات لكي تحدد لهم الصواب والخطأ ، فالبحث عن الحقيقة هو من مسؤوليات الإنسان نفسه.
- تحقيق اكبر قدر ممكن من الربح المادي من الإعلان والترفيه والدعاية.
- مراقبة الحكومة وكشف عيوب الفساد.

خصائص نظرية الحرية

تتجلى خصائصها في⁴:

- ملكية الأفراد للإعلام وللصحافة.
- إصدار الصحف غير مشروط بترخيص أو إخطار.
- لا يشترط دفع تأمين مادي قبل الإصدار.
- للمواطن الحق في ممارسة العمل الصحفي بغير شروط.
- القضاء هو المخول في إصدار العقوبات على الصحافة.
- لا يحق لأي سلطة في المجتمع ومن بينها السلطة القضائية إلغاء الصحف.
- يمنع فرض الرقابة على الصحافة.
- يسمح للصحافة بنقد رئيس الدولة.
- يسمح للصحافة بنقد نظام الحكم.

الفرق بين النظرية السلطوية ونظرية الحرية الليبرالية

الاختلافات	النظرية السلطوية	نظرية الحرية
متى ظهرت وتطورت	في إنجلترا في القرنين السادس عشر والسابع عشر. ولا زالت تمارس في النظم الدكتاتورية الحديثة وأمريكا اللاتينية	تم تبنيها في إنجلترا بعد عام 1866 وفي الولايات المتحدة الأمريكية، وتطورت في الدول الغربية والدول المؤيدة له
الفلسفة التي تقوم عليها	فلسفة السلطة المطلقة للملك أو لحكومة الملك أو الاثنين معا	كتابات ميلتون ولوك وميل وفلسفة العقلانية والحقوق الطبيعية
الهدف الرئيسي	دعم ومساندة سياسات الحكومة التي تتولى السلطة، وخدمة الدولة	تحقيق وظائف الإعلام والترفيه والترويج الاقتصادي، بهدف مساعدة الجماهير على اكتشاف الحقيقة والرقابة على الحكومة
من يملك الحق في وسائل	كل من يحصل على امتياز ملكي أو تصريح	أي شخص لديه الإمكانيات الاقتصادية لذلك
الإعلام كيف تتم السيطرة على وسائل	التراخيص الحكومية، الاتحادات والنقابات، والرقابة	من خلال السوق الحر للأفكار ومن خلال المحاكم
الإعلام الممنوعات	نظام السياسي أو الأشخاص الذين لا زالوا في السلطة	القذف وتشويه سمعة الأفراد دون أدلة، والإباحية وقلة الاحتشام، والتحريض على الفتنة والعصيان في وقت الحرب
الملكية الاختلافات الأساسية	ملكية الدولة وملكية خاصة أداة لتفعيل السياسات الحكومية، ولذلك ليس من الضروري أن تمتلكها الحكومات	الملكية الخاصة الإعلام أداة للرقابة على المجتمع، وتحقيق حاجات المجتمع وأفراده الإعلامية

نظرية المسؤولية الاجتماعية

تعرف نظرية المسؤولية الاجتماعية على أنها: "مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، يتوافر في معالجتها لموادها قيم مهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن تتوافر للصحافة حرية

حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والرأي العام⁽⁵⁾.

فهي محاولة لإيجاد التوازن بين مفهومين الحرية والمسؤولية الإعلامية من خلال مجموعة من المعايير نذكر من بينها :

- تحمي حرية الصحافة بشكل كامل ودون قيود وتكفل قيام الصحافة بمسؤوليتها تجاه الوطن والمجتمع.

- تحمي حرية الصحفي وحقوقه.

- تلتزم باحترام مجموعة من الثوابت الوطنية والمهنية.

- وتلتزم احترام أخلاقيات المهنة ومعاييرها⁽⁶⁾.

هذه النظرية لم تأتي لتقيّد الإعلام وتسلبه حريته، وإنما لتحديد تلك المسؤولية بمجموعة من الضوابط والقيم التي تساعد على دفع مسار الحرية إلى الأمام وفي الوقت نفسه خدمة جماهير الوسائل الإعلامية

فتظل وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية مملوكة ملكية خاصة ولكن تخضع لعقوبة المجتمع، فإذا لم تخدم مصالحه أو هددت استقراره يصبح للحكومة الحق في التدخل لتأكيد المصلحة العامة.

الظروف التي ساهمت في خلق هذه النظرية:

ظهرت النظرية نتاجا لمجموعة من المتغيرات التي طرأت على الولايات المتحدة الأمريكية في مختلف

المجالات وبالخصوص أعقاب الحرب العالمية الثانية، واستجابة لأسباب عديدة منها:

- أ. التحولات التي جرت على تكنولوجيا الاتصال الجماهيري وصناعة الإعلام حيث أثرت هذه التحولات على معالم الحياة الغربية وأثرت كذلك على وظائف الصحافة.
 - ب. الانتقادات اللاذعة والمستمرة للصحافة ووسائل الإعلام على اعتبارها أصبحت عاملا مؤديا للضغط على الحكومات وعرقلة إجراءاتها الصحفية خصوصا بعد أن ازدادت الاحتكارات الصحفية وتوسع حجمها وزادت أهميتها.
 - ت. جنوح الصحافة إلى الإثارة وإساءة استخدامها للحرية، على نحو أضر بالأخلاق العامة و عرض المجتمع للانحيار، وذلك عن طريق ما سموه بالصحافة الصفراء.
 - ث. إدراك الصحفيين حاجة الصحافة إلى شخصيات تتسم بالشجاعة، ليضعوا المثل العليا لها⁸.
- وقد نجم عن هذه النظرية أو من هذه النظرية ولادة ما يسمى بمجالس الصحفيين حيث ظهرت في بريطانيا وأمريكا حيث حددت واجبات هذه المجالس فيما يلي:
- التنديد بالأعمال الصحفية التي توصف بالانحراف و استدعاء الصحفيين الذين بدرت منهم هذه الأعمال و توجيه اللوم إليهم إذا ما أقتضى الحال.
 - التحقيق في الشكاوي التي يكتبها الجمهور ضد ووسائل الإعلام عندما تعتدي على الأفراد و الجماعات والهيئات و لا تجد هذه الجماعات و الأفراد من يدافع عنهم.
 - إنصاف المظلومين من الصحفيين الذين ثبتت براءتهم من التهم الموجهة إليهم. - الرد على الشكاوي التي لا تثبت إدانة الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون وغيرها من وسائل الإعلام المختلفة بأهمية الصحافة.

مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية

جاءت هذه النظرية بمجموعة من المبادئ التي حددت بها النقاط الأساسية والأفكار التي تقوم عليها وسائل الإعلام عند تأدية وظائفها من خلال ما تنطوي عليه وتتميز به هذه النظرية من قيم ومبادئ وقوانين، وكيفية

تحويل النظرية من مجرد شعارات

ينادي بها إلى ضوابط واقعية ومعمول بها في مختلف المؤسسات الإعلامية، وهذه المبادئ هي:

- إعطاء الحق للفرد في حصول على المعلومات وعدم التستر عليها ولا يجوز تزويد الفرد بمعلومات كاذبة أو ناقصة

- ممارسة النقد البناء، والقبول بأي فكرة أو طرح جديد من قبل الفرد وتقبل ومناقشة ذلك

الفرد، لتصحيح الخطأ إن وجد بأسلوب ديمقراطي بناء، هادف وهادئ.

- نشر أهداف المجتمع وخططه التربوية، والتعليمية، والاقتصادية فالإعلام يهدف إلى خدمة المجتمع،

ويبشره بالحياة المرفهة و احترام حقوقه السياسية والاقتصادية و الثقافية والاجتماعية.

- إتاحة الفرصة للفرد بالحصول على المعلومات التي يستفيد منها أو يريد أن يتعلمها أو

يضيفها إلى حصيلة مستواه الثقافي والسياسي. - الشفافية العالية في مفاصل الدولة، وسياساتها، وبرامجها،

ووضع المعلومات أمام المواطنين

وعدم إخفائها إلا لأغراض أمن المجتمع والدولة.

- ضرورة وضع مستويات مهنية للصدق والموضوعية والدقة والتوازن.

- يجب تجنب كل ما يؤدي إلى نشر الجريمة أو العنف والإساءة إلى الأقلية في

المجتمع.

- إن الصحفيين المهنيين ينبغي أن يكونوا مسؤولين أمام المجتمع، بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم وتجاه السوق¹⁰.

- إن نظرية المسؤولية الاجتماعية لم تأت لتحد من حرية الصحافة وإنما لتكون

الطريق الممهدة والنظيف التي تسير عليه دون أن تخلف ورائها آثار سلبية على مجتمعاتها،

فالصحافة جاءت لتطوير وخدمة المجتمعات والحفاظ على أمنهم وليس من أجل تحقيق الكسب المادي

لأصحابها فقط.

النظرية الاشتراكية الشيوعية

جاءت في هذه النظرية كرد فعل مضاد للنزعة الفردية المتطرفة والتي اتسمت بها النظرية التحريرية إبان ازدهارها في القرن الثامن عشر، فقد ولدت هذه النظرية من رحم المظالم التي ترتبت على النزعة الفردية الجامحة.

هذا وتنطلق النظرية الشيوعية أصلاً من الفلسفة الماركسية والتي أسس ووضع منهجها الفكري "كارل ماركس" فهو الأب الروحي للفلسفة الماركسية، ووليدتها الشيوعية التي تهدف إلى إقامة مجتمع شيوعي تتحقق فيه العدالة من خلال سيطرة الحركة العالمية والكادحين على الحكم وقد طبق الشيوعيون شعارهم الإعلامي على النحو التالي:¹¹ يا عمال العالم اتحدوا!

تنبثق أركان ومبادئ النظرية الشيوعية من المبادئ التالية:

- وسائل الإعلام هي أدوات للدولة والحزب الشيوعي أي أنها مستقلة، ولا تقوم بمسؤوليات الإسهام في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه من زاوية نابعة منه، كما أن وسائل الإعلام لا تحت الدولة على اتخاذ القرارات السياسية.
- إن وسائل الإعلام والصحافة جزء لا يتجزأ من سلطات الدولة والحزب من خلال التعاون مع المروجين على تنظيم وحشد الجماهير، كما أن هذه الوسائل تعاون مع قادة الأحزاب المحليين في نشر الإيديولوجية الشيوعية، فكما أن أجهزة الإعلام والصحافة تعتبر مصدراً أساسياً للثقافة والمعرفة.

- وسائل الإعلام في الأنظمة الشيوعية كما يقول منظروها وقادتها هي وسائل مسؤولة و
حرة لكن المسؤولية والحريّة عند الشيوعيين تختلف معاييرها في الغرب فالأخير ينظر
إلى وسائل الإعلام الشيوعية، على أنها أدوات في يد الدولة والشيوعيين بالمقابل
ينظرون إلى وسائل الإعلام ونظرية الحرية على أنها أدوات بيد الرأسمالية والطبقة
النفعية البرجوازية، فيما يرى الغرب أن الشيوعية تعيش حرمان حرياتي، ولكن الموقف
الشيوعي تجاه الغرب والرد عليهم بأن الإعلام الشيوعي هو أكثر ألوان الإعلام حرية في
العالم.

- النظرية الإعلامية الشيوعية تطالب بالربط ما بين مضمون المادة وبين احتياجات
الجمهور ضمن منطقة الجدل، وذلك من خلال رصد العلاقات المتغيرة ما بين العام والخاص
فالخاص ينبغي أن تغطية الصحافة طابعا عاما.

- النظرية الشيوعية تطالب بالحرص على إيجاد التوازن ما بين المواد الصحفية القادمة
من الأقاليم وبين المواد الصحفية والإعلامية القادمة من العواصم، والتوازن ما بين
المواد الداخلية والخارجية.

- النظرية الشيوعية هي نظرية واقعية من وجهة نظر منظرها، بمعنى أنها تصور
الواقع الاجتماعي دونما تدخل لتشويه هذه الصورة بالتهويل أو بالتهوين

- النظرية الشيوعية طالبت بأن تكون الصحافة والإعلام ملتزمين أي الارتباط
بقضايا ومشاكل المجتمع والنظام السياسي القائم، وبالإيديولوجيا السائدة فيه وتلعب دورا
كبير افي توعية النظام الاجتماعي وبتلك الايديولوجيا.

- الإعلام الشيوعي يطالب بعدم التركيز على القضايا الخاصة بل الاهتمام بالعمل

الجماعي والحرص على إبراز العلاقة القائمة ما بين الحدث والمجتمع.
- الرفض المطلق للملكية الفردية لوسائل الإعلام بل أن الملكية الجماعية هي الأفضل من وجه نظر هذه النظرية.

وهنا يطرح السؤال التالي ما دامت النظرية الشيوعية تتصادم مع الحرية فما هو الفرق ما بينها وبين نظرية السلطة، ومن هنا فقد اعتبر المنظرون الإعلاميون من أنصار نظرية الحرية بأن النظرية الشيوعية ما هي إلا نسخة طبق الأصل عن نظرية السلطة من حيث أن هذه النظرية تشكل نظاما تسلطيا قاسيا مارس القهر والتسلط والضغط.

ومن هنا فإن أبرز الإشكاليات ما بين نظرية الشيوعية والنظرية الليبرالية نجد ما يلي:

- ملكية وسائل الإعلام في ضوء النظرية الشيوعية هي ملك للشعب والدولة بينما في النظرية التحررية يملكها الأفراد، وهي ملكية خاصة وليست عامة، حيث أن الملكية العامة تزيد أعباء التسلط على الحرية والإعلام بشكل خاص.

- النظرية الشيوعية تهدف إلى خدمة السلطة بينما النظرية الليبرالية جوهرها الربح.
- النظرية الشيوعية لا تؤيد انتقاء سياسة الحزب والدولة بل نقد خطط الحكومة بينما النظرية التحررية الليبرالية تنتقد رأس الدولة والمؤسسات.
- الشيوعية الفكرية هي جزء من النظام الحكومي الشيوعي.

نظرية المشاركة الديمقراطية

يعبر مصطلح "المشاركة الديمقراطية" (Democratic-participant) عن معنى التحرر من وهم الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية، ومتجاهلا للأقليات والقوى الضعيفة في هذه المجتمعات. وتنطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري، الذي يتسم بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة، والذي فشل في توفير فرص عاجلة للأفراد والأقليات في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها.

وترى هذه النظرية أن نظرية الصحافة الحرة (نظرية الحرية) فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها، وترى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة، ومن منظور نظرية المشاركة الديمقراطية فإن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم يمنع ظهور مؤسسات إعلامية تمارس سيطرتها من مراكز قوى في المجتمع، وفشلت في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الخبرة اليومية للمواطنين أو المتلقين لوسائل الإعلام.

أهداف نظرية المشاركة الديمقراطية

ويمكن حصر الأهداف التي تسعى إليها نظرية المشاركة الديمقراطية للإعلام بما يلي:

- تلبية الاحتياجات والمصالح والآمال لجمهور متلقي نشط في مجتمع سياسي. - الاهتمام بالمعلومات الملائمة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في مجتمعه.
- رفض المركزية أو الحياد أو السيطرة الحكومية على وسائل الإعلام. - تشجيع التعددية المحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مستويات المجتمع.

- اهتمام وسائل الإعلام بصورة أكبر بالحياة الاجتماعية، وأن تخضع هذه الوسائل لسيطرة مباشرة من جمهورها.
- تقدم وسائل الإعلام فرصاً للمشاركة على أسس يحددها مستخدموها بدلاً من المسيطرين عليها.

مرتكزات النظرية

يلخص Mc QAIL عناصر هذه النظرية فيما يلي :

- أن المواطنين الأفراد وجماعات الأقلية لهم الحق في الاتصال عبر وسائل الإعلام والحق في أن تقوم وسائل الإعلام بخدماتها طبقاً لتحديد المواطن وجماعات الأقلية لاحتياجاتها. - إن تنظيم ومضمون وسائل الإعلام يجب ألا يخضع لسيطرة مركزية سياسية أو مراقبة بيروقراطية من جانب الدولة.
- إن وسائل الإعلام يجب أن تتواجد بشكل أساسي من أجل جماهيرها، وليس من أجل منظمات وسائل الإعلام أو المهنيين أو زبائن الوسائل الإعلامية.
- إن الجماعات والمنظمات، والمجتمعات المحلية يجب أن يكون لها وسائل إعلامها الخاصة .
- إن أفضل أشكال الإعلام هي وسائل الإعلام الصغيرة التي يمكن من خلالها تحقيق التفاعل والمشاركة السياسية.
- هناك احتياجات اجتماعية معينة تتعلق بوسائل الاتصال لا يتم التعبير عنها بشكل كاف من خلال مطالب المستهلك الفرد، ولا من خلال الدولة أو مؤسساتها الرئيسية.
- إن الاتصال مهم جداً لدرجة لا يمكننا معها تركه للمهنيين وحدهم.
- ومنه تعطي هذه النظرية أهمية قصوى لبدائل إعلامية جديدة بعيدة عن الوجه التجاري والاحتكاري، وتؤكد على دور المستقبل الإعلامي في صناعة مادة الاتصال، وتؤسس حقوق المستقبل في الرد وإبداء الرأي وصناعة الموضوعات ومعبرة عن معني التحرر من الأنظمة المسيطرة.

فروض النظرية

وتفترض عدة فروض تتواءم مع الأدوار والوظائف التي تحققها وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية وهي: حق المواطن في النفاذ والوصول إلي وسائل الإعلام واستخدامها طبقاً للاحتياجات التي يحددها، وأن سبب وجود وسائل الإعلام في الأساس هو خدمة جمهورها، وأن تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا يجب أن يكون خاضعاً للسيطرة المركزية القوية، وأن وسائل الإعلام التي تنتم بالتفاعل والمشاركة بتعاطف دورها في المجتمع الديمقراطي من الوسائل التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد.

- أسباب ظهور النظرية

تعدّ نظرية المشاركة الديمقراطية من أحدث النظريات الإعلامية و أصعبها تحديداً، ظهرت مع بداية الألفية الثالثة، برزت هذه النظرية من واقع الخبرة العملية كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة لتنظيم وسائل الاتصال والإعلام، فالنظرية قامت كردّ فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الاتصال والإعلام المملوكة ملكية خاصة، كما أنّ هذه النظرية قامت رداً على مركزية مؤسسات الإذاعة المسموعة والمرئية، التي قامت على معيار المسؤولية الاجتماعية، وتنتشر بشكل خاص في الدول الرأسمالية.

وأهم أسباب ظهورها هو ظهور الإعلام الجديد أو الإعلام البديل	الذي أحدث ثورة في مجال
الاتصال والإعلام، وغيّر المفاهيم وقلب الأدوار، حيث ظهرت	"صحافة المواطن" فلم يصبح العمل

الصحفي مقتصرًا على المهنيين فقط، ومنه مشاركة الأفراد في صنع ونقل الخبر.

حيث يتميز الإعلام الجديد حسب Crosby بما يأتي:

- يمكن للرسائل الفردية أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر.
 - أن كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها ودرجة الإسهام المتبادل نفسها.¹⁹
- ومنه فظهور نظرية المشاركة الديمقراطية مرتبطة أساسًا بالإعلام البديل وما نتج عنه من تغيرات في الممارسة الإعلامية.

ويمكن أن تؤول هذه الآلية للإعلام البديل الفعلي إلى مستويات عدة:

- البحث عن التفاعلية الحقيقية، "مشاركة الجمهور في فعل الاتصال".
- نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية.
- أنماط معالجة إعلامية تخرج عن الأمور المطروقة.
- تفعيل متلقي الرسالة شريكًا جديرًا بالاستقلالية، وليس متلقيًا سلبيًا.
- لكل محاور الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون معدة سلفًا من قبل المرسل.

ويبدو أن للإعلام البديل مهمة تتمثل في وضع الأفراد المهمشين والمجموعات في علاقة اتصال في ما بينهم. وأيضًا هانا استراتيجيا، فهو لا ينفصل عن التنشيط الاجتماعي، إذ إنه في احترام الحرية الشخصية لكل فرد، فهو لذلك يستهدف تفعيل تجارب الحوار ما بين الثقافات والإثنيات التي تتعايش وهي تتصادم وتتجاهل بعضها البعض.

ونظرًا لنجاحها وقدرتها على التعبير عن مطالب وتطلعات الفئات المهمشة تشهد مواقع التواصل الاجتماعي تزايد في عددها وعدد مستعمليها، وأسهمت في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار لعدد من القضايا أثارت الرأي العام وأرغمت حكومات كثيرة في اتخاذ قرارات ضد رغبتها.

المراجع المعتمدة

- محمد البشر ، نظريات التأثير الإعلامي (الطبعة الأولى)، الرياض: العبيكان للنشر 2014
- ملخصات بحوث مقياس نظريات الإعلام والاتصال للسنة لثالثة للدكتور خييزي سامية جامعة الجزائر 3 كلية الإعلام والاتصال قسم الاتصال
- بسام المشاقفة ، نظريات الاتصال، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، (2011)
- حسن مكاوي، ليلى السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية (الطبعة الأولى)، القاهرة. (1998)
- دروس في مقياس الاتصال أ. حياة مكيد دروس السنة الثانية ليسانس جامعة الجزائر – 2017/2016
- محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة (ط1)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، (2003)
- عصام موسى ، المدخل في الاتصال الجماهيري (ط1)، اربد: مكتبة الكتاني، (1986)
- صالح أبو إصبع ، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (ط5)، عمان: دار المجد لاوي، (2006)
- محمود إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ط1، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، (2003)
- حسن مكاوي، ليلى السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة (ط1)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية (1998)
- محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط3)، القاهرة: عالم الكتب، (2004).