

{ع}

عائق الاتصال: COMMUNICATION BARRIER

كل ما يعوق الاتصال أو يعترضه أو يعمل على تشويبه أو تحريفه ، وقد تكون اللغة من عوائق الاتصال في حالة عدم فهم معاني بعض الكلمات . وهناك عوامل كثيرة لا يمكن حصرها يمكن اعتبارها من عوائق الاتصال مثل العوامل الخاصة بفضل المصدر وافتقاده للمصداقية . والعوامل الخاصة بالجمهور . والعوامل الخاصة بالوسيلة سواء الخاصة بسوء الاستخدام أو الاختيار . والعوامل المختلفة المتعلقة بالمضمون كسوء التحرير أو سوء الإخراج أو الناتجة عن عدم القدرة على ترتيب المضمون أو اختيار الاستمالات المناسبة . إضافة إلى عدم استخدام الاستراتيجية المناسبة أو عدم مراعاة متطلبات الطرف الاتصالي أو عدم التخطيط أو سوء الخطة المستخدمة . وباختصار كل العوامل التي تؤدي إلى فشل الاتصال أو عدم نجاحه في تحقيق أهدافه تعد هي ذاتها عوائق للاتصال .

عادة: CUSTOM

يشير مصطلح العادة إلى الأساليب المعترف بها للتفكير والعمل . هذا اللفظ العام يستعمله الأنثروبولوجيون على مستويات مختلفة من التجريد . واستعماله يشير الانتباه إلى الأفعال الروتينية للحياة اليومية والقواعد الكامنة في الروتين

والأنماط الثقافية القابلة لأن تدرك في الأفعال المتكررة والطبيعية المميزة لكل ثقافة .

وتنشأ العادة نتيجة لتكرار الاستجابة لنفس المثير أو المنبه الذى تعرض له الفرد .. أى أن الاستجابة للمنبه تتم بصفة مستمرة وثابتة .. وترتبط هذه الاستجابة المتكررة بقدر الإثارة التى يتحصل عليها الفرد .. وكلما كانت الإثارة أكبر من الجهد المتوقع بذله للحصول عليها كلما أمكن للشخص أن يتخذ قراره بالاستجابة .. وبالتالي فإن العلاقة بين المنبه والاستجابة تزداد قوة وتصبح عادة .

العادات الاتصالية: COMMUNICATION HABITS

العادات الاتصالية التى يكونها الإنسان ، والتى تمكنه من تحقيق أهدافه . فهناك من يفضل الصحافة على الإذاعة كمرجع يستقى منه الأخبار والمعلومات ، وهناك فريق آخر يفضل التلفزيون ، وثمة فريق ثالث يفضل الكتاب . والمهم أن الشخص يختار الوسيلة التى يعتقد أنها تلبى حاجاته وتشبع رغباته .

عاطفة أو انفعال: EMOTION

حالة نفسية قائمة تتضمن مركبا من المشاعر والأحاسيس ، وتتميز بأن مصدرها داخلى وذات صلة بغرض أو دافع معين ، كما أنها أيضاً تجربة شعورية معقدة تتضمن إثارة استجابات فسيولوجية أو سيكولوجية سارة أو غير سارة تتميز بالمشاعر القوية أو التوتر أو الإثارة .. ويعتبر الغضب والخوف والسرور والحب أمثلة للعواطف .

FACTOR

عامل:

عند السحاة ما أوجب كون الكلمة على وجه مخصوص من الإعراب كعوامل الرفع أو النصب أو الجزم ،والعامل عند الحكماء ماله أثر في الشئ ويرادفه السبب ، وعند المؤرخين تكون به حوادث التاريخ ، وفي علم النفس ما يؤدي إلى نتيجة معينة نفسية أو عقلية ، وفي الإحصاء هو المتغير موضوع البحث . وفي التحليل العاملى هو الطريقة المتبعة في تحليل الاختبارات لرد مختلف العوامل إلى ما هو أبسط منها وتحليل طبيعتها وبصفة عامة هو متغير يمكن أن يؤدي إلى نتيجة معينة .

CAMERA LENS

عدسة الكاميرا:

يطلق اصطلاح عدسة الكاميرا ، في واقع الأمر على مجموعة العدسات التي توجد في الكاميرا ، ويتراوح عددها عادة بين ثلاث أو أربع عدسات ، تتميز كل منها بخصائص معينة وتثبت داخل صمام الكاميرا ، لتعمل مع العناصر الأخرى في ترتيب وتناسق خاص يوحد بينها ، ويكفل لها تلبية كافة متطلبات العمل بأقصى قدر من الدقة والكفاءة .

AGRESSION, VOILENCE

العدوان "العنف":

وإذا حاولنا أن نعرف على كلمة عنف في اللغة العربية نجد أنها من الجذر (ع - ن - ف) وهو الخرق بالأمر . وقلة الرفق به . إذا لم يكن رقيقاً في أمره . وفي الحديث الشريف: إن الله تعالى يعطي على الرفق مالا يعطي على العنف.. وعنف به وعليه عنفا وعنافة: أخذه بشدة وقسوة ولامه .

واصطلاحاً: فالعنف في الواقع الاجتماعي قد يكون استخداماً فعلياً للقوة أو تهديداً باستخدامها، وقد يعبر عن مجموعة من التناقضات والاختلالات الكامنة في البناء الاجتماعي.

وهناك من يحدد العنف تحديداً حصرياً من خلال تعدد مظاهره المختلفة فيعرفه بأنه "مظاهر التعذيب والإبادة المنظمة والاضطهاد من كل نوع والترحيل الإجباري للسكان والتهديد الذري واغتصاب الوعي وغسل الدماغ وخداع العقول" وهناك من حاول الوصول إلى تحديد مضمون عام وشامل للعنف فعرّفه بأنه قوة متآنية من خارج الإنسان .

MORES

العرف:

عرف هي الأصل اللاتيني لكلمة عادة، إلا أننا نستخدمها كمرادف للأخلاقيات، وهي في الحقيقة تعد الأصل اللاتيني لكلمة أخلاقيات. وقد استخدم "سمتر" هذه الكلمة في قاموسه الاجتماعي وقال إن الأعراف هي تلك التطبيقات التي يعتقد أنها تخلق الرفاهية الاجتماعية. وذلك على العكس من الطرق الشعبية التي لا تعنى في مضمونها الرفاهية.

BANDWIDTH

عرض النطاق الترددي:

مدى الترددات التي يعمل عليها جهاز أو دائرة ما . وبالنسبة لجهاز الإرسال أو الاستقبال فإن عرض النطاق الترددي هو نطاق الترددات الذي تكون عنده الاستجابة إلى موجة ما، ومع ما يصاحبها من موجات جانبية متساوية . أو هو نطاق الترددات الذي تكون فيه القوة المنبثقة من محطة الإرسال مطابقة لمتطلبات معينة .

BIBLIOTHERAPY

العلاج بالقراءة:

يقصد بالعلاج بالقراءة **Bibliotherapy** استخدام الكتب والمواد القرائية في شفاء بعض الأمراض النفسية والاجتماعية، بل وبعض الأمراض العضوية، كما هو الحال في العلاج بقراءة النصوص الدينية كالقرآن العظيم والمصطلح (ببليوثراپيا) يتألف من مقطعين يونانيين (ببليون) بمعنى كتاب و (أربانيد) بمعنى علاج، وقام العالم صمويل ماك كورد بالجمع بين الكلمتين في كلمة واحدة واستبدل الكلمة الأخيرة بكلمة إنجليزية ، لتصبح الكلمة الجديدة هي ببليوثراپيا.

RELATION

علاقة:

العلاقة رابطة وهي بالكسر ، كعلاقة القوس والسوط ونحوهما ، وتستعمل في المحسوسات ، وبالفتح كعلاقة الخصومة والحبة ونحوهما وتستعمل في المعاني . وفي اصطلاح المنطقيين العلاقة بالفتح وتربط بين موضوعين أو أكثر ، أما العلاقات فهي الروابط والآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو سلوك مقابل، والاستجابة شرط أساسي لتكوين علاقة اجتماعية .

PUBLIC RELATIONS

العلاقات العامة:

عرفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية العلاقات العامة بأنها نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منشأة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء والموظفين أو

المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحور من سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع .

أما معهد العلاقات العامة البريطانية فيعرفها بأنها الجهود الإدارية المرسومة والمستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم ثقافة متبادل بين هيئة وجمهورها .

ويمكننا تعريفها بأنها الجهود الإدارية المخططة والمستمرة والهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة ومجدية ، قائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين مؤسسة ما وجمهورها لتحقيق أهداف ومصالح الأطراف المعنية ولتحقيق الانسجام الاجتماعي والبيئي بينهما عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتفسيرها وتطبيق كافة الأساليب المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة.

وكعلم تعرف العلاقات العامة بأنها العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تميظ العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعى .

العلاقات العامة السياحية:

TOURISTIC PUBLIC RELATIONS

هي الجهود الإدارية الخلاقة والمدروسة والمستمرة من قبل المسئولين المؤهلين والمدربين داخل أجهزة السياحة الرسمية وخارجها في المؤسسات والشركات السياحية لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار والآراء المتعلقة بالسياحة بما يساعد

على إقامة جسور الصداقة والتفاهم والثقة مع أبناء البلدان الأخرى لتحسين الصورة الذهنية عن المجتمع المصرى لتحقيق زيادة كبيرة في أعداد السائحين. وداخل المجتمع المصرى بما يساهم في زيادة وتنمية الوعي السياحى وتحسين الخدمات وعلاج أوجه القصور وذلك من خلال توظيف كافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة وتطبيق كافة الأساليب المؤدية إلى ذلك في إطار السياسات العامة السياحية والإعلامية المحددة.

SIGNS

العلامات:

المقصود بهذا المصطلح كل أنواع الرموز التى تنقل معنى ، أو ما تحول إلى رمز له معنى بالنسبة للعقل الإنسانى ، بفضل مجهود هذا العقل نفسه ، وسواء كان هذا الرمز شيئاً من عناصر الطبيعة ، أو شيئاً من ابتكار العقل الإنسانى نفسه . ومن جانب آخر .. فإن كل ما يكتسب وضع "الرمز" يصبح نوعاً من "اللغة" بالمعنى الواسع لهذا الكلمة ، فى ذات اللحظة التى يصبح فيها الشئ (أو الصوت أو الصورة .. الخ) رمزاً لمعنى ما أو لمجموعة من المعانى .

والعلم الذى يهتم بدراسة هذه العلامات يسمى علم العلامات . ويحاول هذا العلم أن يطبق نظاماً منهجياً على نشوء كل ما يمكن أن يسمى بالعلامة أو بالإشارة ، لغوية كانت أم تصويرية أم غير ذلك . كما يعالج الرموز التعبيرية للصم والبكم وأساليب الأدب والجمالة والإشارات العسكرية . كما يتناول هذا العلم تطور الإشارات عبر العصور ودلالاتها الاجتماعية . وأيضاً يدرس استعمال العلامات الاصطلاحية ووظيفتها فى المجتمعات .

CORRECTION MARKS

علامات الترقيم:

الترقيم في الكتابة هو رموز اصطلاحية معينة بين الجمل أو الكلمات لتحقيق أغراض تتصل بتيسر عملية الإفهام من جانب الكاتب وعملية الفهم بالنسبة للقارئ ومن هذه الأغراض تحديد مواضع الوقف حيث ينتهي المعنى أو جزء منه. والفصل بين أجزاء الكلام والإشارة إلى انفصال الكاتب في سياق الاستفهام أو التعجب وفي معرض الابتهاج أو الدهشة وبيان ما يلجأ إليه الكاتب من بيان أمر هام أو توضيح شئ مبهم أو التمثيل لحكم مطلق وكذلك بيان وجه العلاقات بين الجمل فيساعد إدراكها على فهم المعنى وتصور الأفكار

PUBLICITY

العلانية:

العلانية كما يقول الدكتور عبد المعز نجم والتي نحن بصدددها هي العلانية بصفتها ركن في جرائم الصحافة والتي تكون وسيلتها القول أو الكتابة. ولكن العلانية قد تكون جريمة في ذاتها وقد تكون عقوبة في ذاتها وقد تكون العلانية واجبة قانوناً طالما كانت نافعة وقد تكون العلانية مباحة.

SCIENCE

العلم:

العلم بمدلوله الحديث يعني مستويات وعى الإنسانية بالكون والطبيعة عموماً وبالتاريخ والبنیان الاجتماعى للإنسان الفرد ذاته . وهو النظام المعرفى الذى تتأكد به الحقيقة التى يصل إليها . ويزداد تقدم العلم بها من خلال التجربة العملية، ومن خلال تداخل وتضافر وتطور كل من القدرات التكنولوجية

المستخدمة، ومناهج جمع وحصر وتحليل المعلومات، والفكر الموضوعي القائم على هذا الجمع والتحليل، واستخدام الأدوات اللازمة والمناهج المبسطة. وتبادل تأثير هذه العناصر معاً.

وهكذا يقتصر مفهوم العلم على المعرفة التي تتألف من قضايا عامة مترابطة منطقياً، وبعبير آخر تؤلف نسقاً منطقياً، وعليه فكما أن مجموعة من الحجارة لا تكون داراً إلا إذا نظمت حسب خطة معينة، كذلك فإن مجموعة من المعارف لا تكون علماً إلا إذا نظمت على هيئة نسق منطقي.

PRIMITIVE SCIENCE

العلم البدائي:

المعرفة العلمية التي تعبر عن قدرات المجتمع البدائي في قمة تطوره هي المعرفة العلمية البدائية، أي أنها ليست المعرفة التي تعبر عن خطوة مرحلية من تطور العلم، بل هي تعبر عن طاقة المجتمع وقدراته في صورة معينة من صور المجتمعات الإنسانية.

علم الاتصال الجماهيري:

SCIENCE OF MASS COMMUNICATION

الاتصال الجماهيري كعلم يتضمن الدراسة العلمية لوسائل الاتصال الجماهيرية، شاملة الوسائل التي تنتجها، والجماهير التي تهدف للوصول إليها، وتأثيراتها على هذه الجماهير. وتقليدياً: شمل الإطار الأكاديمي للاتصال الجماهيري دراسة كل من الصحافة، الاتصالات السلكية واللاسلكية، الإعلان، العلاقات العامة، وبعض الأقسام الفرعية للاتصال اللفظي، وهذه المجالات عنت بشكل شائع بالوسائل الموصلة بطريقة غير مباشرة — عبر وسيلة

— هى غالباً وسيلة اتصال جماهيرية مثل التلفزيون ، الراديو ، الجرائد ،
والمجلات .

وهناك من يعرف علم الاتصال أو **Communicology** بأنه: "الدراسة
المتعلقة بطبيعة وعملية ومعاني أنظمة كل أشكال الاتصال ، واصفة بشكل كلى
الوقت والمساحة والشخصية والظرف".

STYLISTICS

علم الأسلوب:

هو العلم الذى يتناول الأسلوب بكل ما فيه من محسنات وتركيبات مختلفة
وهو يشمل خمسة مباحث عامة، هى:

١- دراسة الأساليب بوصفها اختيارات مختلفة بين وسائل التعبير التى تحتتمها
طبيعة النص ونوايا كاتبه.

٢- تصنيف الأساليب حسب نظم مختلفة بعضها أدبي وبعضها اجتماعى
ونفسى.

٣- علم وظائف الأسلوب مع دراسته منذ نشأة التعبير حتى الوصول إلى
الغرض منه .

٤- علم بناء الأسلوب التركيبى .

٥- نقد الأسلوب فى نصوص محددة بصرف النظر عن قواعده العامة .

POPULAR SCIENCE

العلم الجماهيرى:

التكنيك الذى يحول البحث العلمى والتطبيق التكنولوجى من لغة معقدة
مليئة بالاصطلاحات والطلاسم والمعادلات ، إلى مفاهيم مهضومة ، أو نصف

مهضومة ، بحيث يستطيع المواطن العادى فهمها واستيعابها هو ما يعرف بعبارة ،
"تبسيط العلوم" .. أو "تعميم العلوم" .

وعن طريق هذا التكنيك ، أى عملية .. تبسيط العلوم يمكن نقل المعرفة
العلمية من مستوى الصفوة ، وهم العلماء ، إلى مستوى المواطن العادى الذى
منه تتكون الجماهير العريضة . والمعرفة العلمية فى صورتها المبسطة هى ما يطلق
عليها "العلم الجماهيرى" .

FOLK SCIENCE

العلم الشعبى:

العلم النابع من إمكانيات حضارية وفكرية مساوية لحجم إمكانيات
وعبقرية المجتمعات التى ينبع منها ويعبر عنها، فالعلاقة التى تربط بين العلم
الشعبى والمجتمع الخاص به علاقة حيوية وثيقة، أى علاقة عضوية لها صفة البقاء
والخلود على مر العصور . ومن أمثلة العلم الشعبى تلك المعرفة العلمية التى
استخدمها المصريون القدماء فى عمليات التحنيط، وبناء الأهرامات واستخلاص
المواد الفعالة من الأعشاب لصنع العقاقير، وصنع الورق من البردى .. الخ .

SEMANTICS

علم الدلالة:

هو علم يحاول فهم مبادئ المعنى MEANING وقد ظهر هذا العلم
كجزء من دراسة اللغويات . فهو يهتم بالعلاقة بين الكلمات وبين ما تشير إليه.
ويحاول هذا للعلم وضع أشكال وأبعاد المعنى فى فئات وبيان المبادئ التى تحكم
الاستخدامات اللغوية.

وبشير علماء الدلالة إلى أننا نستخدم الكلمات التي لها معاني معيارية إذا أردنا الاتصال بالآخرين في الجماعة اللغوية التي ننتمي إليها . هذه المعيارية هي التي تجعل الاتصال أمراً ممكناً .

LINGUISTICS

علم اللغويات، علم اللغة:

علم يبحث في اللغة من جميع جوانبها الصوتية والصرفية والنحوية والمفرداتية والدلالية والنفسية والاجتماعية والمعجمية والتطبيقية . وقد أطلق اللغويون عليه أسماء عديدة مثل فقه اللغة وعلم اللسان . وينقسم علم اللغة إلى علم اللغة النظرى وعلم اللغة التطبيقى . ومن فروع علم اللغة النظرى علم الأصوات وعلم الفونيمات وعلم اللغة التاريخى وعلم الدلالة وعلم القواعد الذى يشمل علم الصرف والنحو .

SOCIOLIN GUISTICS

علم اللغة الاجتماعى:

وعلم اللغة الاجتماعى فرع من علم اللغة التطبيقى ، يدرس مشكلات اللهجات الجغرافية، واللهجات الاجتماعية ، والازدواج اللغوى ، ويعنى بملاحظة التفاعل بين كل من اللغة والمجتمع ، وتأثير كل منهما فى الآخر، معتمداً على مبادئ كل من علم اللغة وعلم الاجتماع أو باختصار، إنه العلم الذى يعنى بدراسة اللغة بالنظر إلى المجتمع.

INFORMATION SCIENCE

علم المعلومات:

يعتبر علم المعلومات من العلوم ذاتية التنظيم والانضباط . حيث يهتم بضبط خواص وسلوك المعلومات والقوى التي تتحكم في عمليات تدفق

المعلومات وطرق تجهيزها للفحص حتى تكون متاحة ومستخدمة بأقصى درجة من الكفاءة . وهو كعلم ضبطى فإنه يعتمد على مهارات ومعرفة علماء المعلومات، والسيرناتيقا، ومفكرى النظم العامة ، وأمناء المكتبات ، ومصمى الحاسبات الإليكترونية والمهندسين .

ORTHOEPY

علم النطق:

هو العلم الذى يعنى بوضع قوانين النطق السليم للغة ما . وذلك ينطبق على مستوى الفصحى هذه اللغة .

أما العامية واللهجات فليس لها قوانين محددة وضابطة لنطقها السليم . وذلك الكلام ينطبق فى الغالب على كل لغات العالم .

SCIENTISM

علمية:

وصف للاتجاهات التى تركز فى الدراسة والبحث على المنهج العلمى، والوصف والشرح والتحليل فى ضوء الملاحظة والتجربة والاستقراء ، لأن العلم ابن التجربة، والنظريات التى لا تلقى تأييداً من التجربة نظريات مشكوك فى سلامة مبادئها، لأن التجربة ليست مجرد الإدراك الحسى ، أو ملاحظات عشوائية عابرة، ولكنها أداة الكشف عن العلاقات الضرورية الكامنة فى طبائع الأشياء. وحقيقة الظواهر والتجربة هى التى تسمح لنا باستنتاج ظواهر مستقبلية من الظواهر الراهنة .

INFORMATION WORK

العمل المعلوماتي:

وهو من المصطلحات العامة التي استعملت في مجال المعلومات للدلالة على تجميع المعلومات المتخصصة وتقييمها وبنها بناءً موجهاً .

PROCESS

عملية:

وتعنى تتابع الظواهر تتابعاً يكشف عن وحدة ما . وعلى ذلك يجب التفرقة بين العملية والظاهرة، فالعملية هي الوظيفة الفعالة، والظاهرة هي النتيجة الناجمة عن هذه الوظيفة .

ويستخدم علماء الاجتماع مفهوم العملية قروناً بصفة "الاجتماعية" للإشارة إلى التفاعل بين أجزاء البناء الاجتماعي .

PROCESS OF COMMUNICATION : عملية الاتصال

اصطلاح يشير إلى أن الاتصال ظاهرة تتغير بشكل مستمر وتتأثر بعوامل عديدة ويقوم على التفاعل بين عناصره المختلفة . كما يعنى هذا المصطلح أن الاتصال ظاهرة مستمرة ومتغيرة لا بداية لها ولا نهاية ولا تخضع لتتابع معين ثابت .

PRINTING PROCESS

عملية الطباعة:

وهي عملية الطبع أو الطباعة أو مرحلة الطبع، وهي إحدى مراحل العمل الطباعي يسبقها مراحل الجمع والتصوير وتحضير الأسطح الطباعية . الخ ويليهما مراحل الطي والتجليد ، إلى غير ذلك من أعمال التشطيب الطباعي .

TELEWORK

العمل عن بعد:

أسلوب جديد لتصدير الوظائف يمكن للشركات أن تلجأ إليه من خلال ثورة المعلومات، فتلجأ لاستخدام عمالة رخيصة يدوية أخرى من خلال شبكات الاتصال "كالإنترنت" وذلك نتيجة الانخفاض المستمر في تكلفة التكنولوجيا مما يقلب موازين تقسيم العمل الدولي .

DEPTH OF FOCUS

العمق البؤرى:

هو المسافة التي تمتد بين أقرب نقطة إلى العدسة تقع في منطقة التركيز البؤرى وأبعد نقطة عنها يمكن أن تظل في الوقت نفسه داخل منطقة التركيز البؤرى.

COLUMN

العمود الصحفى:

وكلمة عمود في الإنجليزية Column تعنى فهر أو عمود في صفحة مطبوعة، كما تعنى عمود في صحيفة مخصص لموضوع أو لكتاب معين، وصاحب العمود في الإنجليزية Columnist وتعنى محرر عمود خاص في صحيفة.

وهو عبارة عن: فكرة أو رأى أو حل لمشكلة، تنشر في عمود أو جزء من عمود ، وغالباً مالا يتغير كاتبه وفيه تظهر ذاتيته وحاسته الصحفية التي عرف بها لدى القراء.

COLOR BLINDNESS

عمى الألوان:

غالباً ما يطلق على الخلل في الرؤية اللونية مصطلح العمى اللوني ويشير هذا المصطلح إلى عدد من الحالات الفسيولوجية الشاذة ، والتي تؤدي إلى استجابات لونية غير طبيعية أو إلى استجابات لونية أقل مما هو متعارف عليه .

ELEMENTS OF COMMUNICATION : عناصر الاتصال

هي العناصر التي لا بد من توافرها لكي يحدث الاتصال بين الناس .. وهذه

العناصر هي:-

- المرسل .
- الرسالة .
- الوسيلة .
- المستقبل .
- هدف .
- رجوع الصدى .
- الموقف الاتصالي .

TYPOGRAPHIC ELEMENTS : العناصر التيبوغرافية:

العناصر التيبوغرافية Typographic Units هي الوحدات أو الهيئات التي تطبع على صفحات الورق الأبيض التي تتكون منها الجريدة أو المجلة أو الكتاب ... الخ، وتنقسم هذه الوحدات إلى ثلاث فئات رئيسية:-

١- الحروف التي يطبع بها متن المادة التحريرية.

٢- وحروف العناوين ذات الأجناس والأنواع المتباينة.

٣- الصور والرسوم وتوزيع هذه الوحدات التيبوغرافية فوق حيز الصفحة.

وتزيد على ذلك عنصراً آخرًا ذا أهمية كبرى في التأثير ولفت الانتباه وهو الألوان، وأشكالاً أخرى من الخطوط كالخط الكوفي والديواني.

NEWS ELEMENTS

عناصر الخبر:

يطلق البعض مصطلح عناصر الخبر على المكونات التي يتم من خلال الإجابة عليها تكوين خبر متكامل . وتتكون من التساؤلات الخمسة وهي: "كيف، ماذا، من، أين، متى ويضيف البعض إليها عنصراً سادساً هو لماذا؟".

TITLE

العنوان:

العنوان بالمفهوم العام هو عبارة عن معلومات مختصرة في بضع كلمات وأرقام تشير إلى المحل المراد البحث عليه وبسهولة تامة ، ويجد المرء صعوبة في العثور على ذلك المحل في حالة عدم توفر تلك المعلومات المختصرة لديه .

أما العنوان الصحفي فهو معلومات أيضاً تلخص محتويات الموضوع في كلمات قلائل . وهو السطر أو مجموعة الأسطر التي تكتب أو تجمع بحروف كبيرة لتنسيق الموضوع الصحفي وتشير إليه . ويعد العنوان من الأجزاء الرئيسية الهامة للخبر أو الموضوع الصحفي ومن ثم ينبغي أن يكون جذاباً ومعبراً وملفتاً لنظر القارئ. ويسمى العنوان الصحفي (مانشيت) عندما يكتب بحروف

كبيرة في الصفحة الأولى من جريدة يومية ويكون بعرض الصفحة بقصد إثارة انتباه القراء لموضوع هام أو خبر مثير.

QUESTION TITLE

عنوان التساؤل:

وهو ذلك الذى يطرح المحرر فيه سؤالاً هاماً ، يدور حول أمر من الأمور التى تكون محل تفكير الرأى العام أو شغله الشاغل، أو مما يتصل بحادث معين .

NARRATIVE TITLE

عنوان توضيحي:

له وظيفة الشرح والتفسير وهى وظيفة إعلامية هامة تضاعف من أهمية مادته الإخبارية . وهذا العنوان يتصل عن قرب بالإجابة على السؤالين كيف ؟ ولماذا ؟ فضلاً عن بعض الأدوات الأخرى وفى مقدمتها ماذا ؟ بصفة أساسية .

QUOTATION TITLE

عنوان الجملة المقتبسة:

عبارة عن جملة مقتبسة من كلام الشخصية أو المصدر ، وتكون عادة جملة مشيرة تؤدى نفس الهدف الذى يمكن أن يؤديه العنوان الذى يقوم المحرر بكتابته. وهذه الجملة تكون أكثر جاذبية إذا كان قائلها من الأشخاص المشهورين ، أو المجهولين الذين قفزوا إلى دائرة الشهرة فجأة لسبب من الأسباب ، جعل الصحافة توليهم اهتمامها. وهنا يأخذ المحرر هذه الجملة ويجعل منها عنواناً جذاباً للموضوع الصحفى.

RUNNING HEADLINE

عنوان سيار:

سطر أو عنوان عادي يطبع في أعلى كل صفحة من صفحات كتاب أو غيره. يلاحظ وجود هذه العناوين في كل صفحتين متقابلتين ، حتى ولو اختلف العناونات في الصفحة الفردية الترقيم عن الصفحة الزوجية الترقيم.

DIRECT ADDRESS TITLE

العنوان المباشر:

هو ذلك العنوان الذي يحس القارئ بشأنه أنه كتب له وحده -دون سائر القراء أو دون ملايين الناس، فيرضى المحرر بذلك غرور قارئه ويدفعه إلى قراءة تحقيقه عن طريق هذا العنوان الذي يخاطبه مباشرة -وبدون قيود أو سدود - بشرط ألا يجمع الخيال بالمحرر فيصنع عنوانه صياغة تشعر القارئ أن المحرر يخاطبه من برج عال أو يريد أن يفرض نفسه عليه ناصحاً مرشداً .

العنوان المبرز لفكرة أو زاوية:

STRIKING STATEMENT TITLE

ويسمى أحياناً عنوان العبارة القوية ، أو العبارة المتفجرة ، حيث يتجه مثل هذا العنوان أولاً إلى فكرة شائقة أو جذابة قبل اتجاهه إلى غيرها لأنها أكثر تشويقاً وجاذبية أو لأنها هي غير عادية .

COMPARATIVE TITLE

العنوان المقارن:

وهو ذلك الذي يقرر فيه المحرر عقد مقارنة أو الإشارة إلى عقد مقارنة بين فكرتين رئيسيتين يدور حولهما الموضوع الصحفى كله -أو بين رأيين متضادين،

وفي الغالب يسلجأ المحرر إلى هذه الطريقة عندما يريد أن يشعر القارئ بأنه لا يتجاهله وإنما هو يطلب منه تحديد موقفه من هذه الفكرة أو هذا الرأي.

SUMMARY TITLE

العنوان الملخص:

وهذا العنوان يلجأ إليه المحرر أحياناً عند وقوعه في حالة من الحيرة التي تحدث بسبب عدم استطاعته التركيز على عنوان آخر أو نوع آخر من العناوين أو لضيق وقته .

DESCRIPTIVE TITLE

العنوان الوصفي:

العنوان الذي يركز على وصف طبيعة الموضوع نفسه أو إعطاء صفة للحدث الذي يتضمنه الخبر أو الموضوع.

ويعرف كذلك بأنه ذلك العنوان الذي يكون الهدف منه تصوير أو وصف حالة أو فكرة أو التعبير عن موقف معين والذي يصل أحياناً إلى حد الإثارة ويصلح هذا النوع لصحافة المجلات والصحف الأسبوعية أو الأقسام النوعية في الصحف اليومية ، على أن يكون وصفاً واقعياً .

CHANCE FACTORS

عوامل الصدفة:

عوامل متغيرة وغير معروفة ولا تلائم دراسة بعينها ، وهي ذات تأثير في نتائج البحوث إلى حد ما . إلا أن هذا التأثير ليست له دلالة خاصة لأنه ليس ممكناً أن نتحكم فيها أو حتى أن نعرف جميع العوامل التي يمكن أن تؤثر في نتيجة معينة .

MEDIATOR FACTORS

العوامل الوسيطة:

هي العوامل التي تساعد وسائل الإعلام على التأثير في أفكار الناس وآرائهم واتجاهاتهم ومنها تربية الفرد وتنشئته وأفكاره السابقة ومعتقداته وما إلى ذلك . والمعروف أن وسائل الإعلام يمكنها أن تؤكد الاتجاهات السابقة وتدعمها ويمكنها كذلك نشر أو ترويج الأفكار جديدة ، ولكنها لا تستطيع أن تغير اتجاهات سابقة لدى الأفراد إلا إذ توافرت العوامل الوسيطة السابق الإشارة إليها .

GLOBALIZATION

العولمة:

العولمة في معناها اللغوي تعني، تعميم الشيء وتوسيع دائرته ليشمل العالم كله، فهي من العالم، ويتصل بها فعل "عولم" على صيغة "فوعل" وهي من أبنية الموازين الصرفية العربية، وهي صيغة تفيد وجود فاعل يفعل، تماما مثل صيغة Zation في اللغة الإنجليزية.

أما المعنى الاصطلاحي للعولمة فيختلف باختلاف تخصصات الباحثين فيها وتكوينهم الفكري والثقافي، ووفقاً لمفهوم روبرتسون فإن العولمة لا تعني مجرد الانكماش الموضوعي للعالم، وإنما الوعي الكوني بهذا الانكماش الذي حدث على صعيدى الزمان والمكان، أى باعتباره مكاناً واحداً، وزيادة الوعي الحضارى والاجتماعى والإقليمي والفردى في العالم.

ويوضح توملنسون أن العولمة تشير إلى عمليات التداخل المعقدة سريعة التطور بين المجتمعات والثقافات والمؤسسات والأفراد في كل أنحاء العالم.

وينظر الباحث العربي حسام عيسى إلى العولمة باعتبارها مرحلة من مراحل تطور النظام الرأسمالي، تشكلت وفقاً لمقتضياته واحتياجاته في إطار قوانينه الأساسية. ويمضى عبد الإله بلقزيز خطوة أبعد في الاتجاه نفسه مؤكداً أن العولمة هي الدرجة العليا في علاقات الهيمنة التبعية الإمبريالية، وأنها لحظة الترويج لانتصار النظام الرأسمالي العالمي كونيًا.

SAMPLING

العينة:

طريق من طرق البحث وجمع المعلومات ، فتؤخذ عينة من مجموع ما للانتقال من الجزء إلى الكل، أو للتوصل إلى الحكم على المجتمع في ضوء بعض أفراده ، فهي ضرب من الاستقراء ، وليست العينة إلا مثالاً أو مجموعة أمثلة يستخلص منها أحكام فيها قدر من الاحتمال ، ويمكن الاستعانة بها في بعض الإجراءات العملية أو الاستنتاجات النظرية وكثيراً ما يستعمل هذا المنهج في البحوث الإحصائية ، وكل قيمته في تحديد الغرض منه ، واختيار العينة الملائمة. وتختار العينة من إطار العينة **SAMPLING FRAME** . وهو قائمة بكل وحدات المعاينة المتاحة بالمجتمع ، ويتم سحب العينة في آخر مرحلة من مراحل المعاينة باستخدام هذه القائمة . وقد يكون هذا الإطار قائمة مكتوبة أو مخزونة في ذاكرة حاسب آلي أو في دليل تليفونات أو شركات أو غيرها من القوائم .

CLUSTER SAMPLE

عينة التجمعات:

ويتم بموجبها تقسيم المجتمع إلى مساحات أو قطاعات جغرافية، أو مدن، أو مناطق، أو أقاليم... إلى آخره ، ولذلك تسمى أيضاً العينة المساحية **Area**

Sample، ويشترط في هذه العينة أن يتم تقسيمها بنسبة تمثيل هذه التجمعات أو المساحات في المجتمع.

وحق يضمن الباحث دقة تمثيل التجمعات فإنه يختار العينة على مراحل، تبدأ مثلاً بتقسيم الأقاليم إلى محافظات، ثم تختار المحافظات عشوائياً، ثم تقسم المحافظات إلى مدن، وتختار المدن عشوائياً، ثم تقسم المدن إلى أحياء ويختار عدد منها عشوائياً، ويختار الأفراد عشوائياً من مجموعة الأفراد في هذه الأحياء ويختلف حجم العينة في كل مرحلة حسب أهداف البحث ومتطلبات الدراسة.

وتستخدم عينة التجمعات بتوسع في استفتاءات الرأى العام، التي تضمن تمثيل مناطق التجمعات في هذه الاستفتاءات، لعدم ارتفاع نفقات الاستفتاءات الدورية في هذه الأحوال. وتعتمد بصفة أساسية على مدى دقة البيانات التي يمكن من خلالها تحديد مراحل الاختيار، وتجنب الخطأ الذي يمكن أن يحدث نتيجة التباين بين حقيقة هذه التجمعات، وما هو مسجل عنها من بيانات تتخذ أساساً للاختيار.

QUOTA SAMPLE

العينة الحصصية:

من العينات العمدية، وهي نوع من العينات يراعى فيه اختيار بعض الأفراد من كل مجموعة من مجموعات المجتمع بحيث أن جميع الطبقات والطوائف والأعمار تدخل في نطاق العينة حتى يمكن الوفاء جزئياً بشرط التمثيل.

DIMENSIONAL SAMPLE

العينة ذات الأبعاد:

يتحدث عنها BAILEY فيصفها بأنها متعددة الأبعاد للنوع الحصصى فيحدد الباحث مسبقاً متغيرات أخرى أى أبعاد بحيث تفي كل مجموعة من أفراد

العينة بشرطين وليس شرطاً واحداً كما في الحصصية كأن تكون مثلاً الجنس مع قراءة الصحف .

ACCIDENTAL SAMPLE

عينة الصدفة:

أحد أنواع العينات العمدية. في هذا النوع يقوم الباحث بمقابلة أى عدد من الناس الذين يتصادف وجودهم في مكان البحث ، وليكن الشارع . ويستمر الباحث في مقابلة من يتصادف مقابله حتى يستكمل العدد المطلوب وهذه العينة بالطبع غير عملية. وليس من السهل تعميم النتائج المستقاة منها لأنه لا يتوافر فيها صفة التمثيل ولا صفة العشوائية.

CONTROL SAMPLE

العينة الضابطة:

يلجأ الباحث في بعض الأحيان إلى استخدام مجموعة واحدة من الأفراد في التجربة لقياس اتجاهاتهم بالنسبة لموضوع معين ثم يدخل المتغير التجريبي الذي يرغب في معرفة أثره وبعد ذلك يقيس أفراد المجموعة للمرة الثانية فإذا وجد أن هناك فروقاً فردية في نتائج القياس في المرتين افتراض أنها ترجع إلى المتغير التجريبي.

PROBABILITY SAMPLE

عينة عشوائية "احتمالية" :

يختار أفراد هذه العينة حسب قانون الاحتمالات ويمكننا هذا القانون من اختيار الأفراد دون تدخل العامل الشخصي ودون أن يكون للباحث أو العوامل الأخرى دخل في اختيار أفراد العينة وبطريقة تسمح لكل فرد من أفراد المجتمع أن يمثل في العينة وبنفس الفرصة التي لغيره من الأفراد.

العينة العشوائية البسيطة: SIMPLE RANDOM SAMPLE

ويتم اختيار الوحدات أو المفردات عشوائياً من بين قوائم إطار العينة، وبذلك تعطى فرصة متساوية لجميع المفردات في الاختيار، وتتيح للباحث تقدير الخطأ الناتج عن العشوائية (خطأ الصدفة) باستخدام قوانين الاحتمالات.

وهي أبسط أنواع العينات الاحتمالية، وهي الأساس في اختيار الأنواع الأخرى من العينات. ويتم الاختيار على مرحلة واحدة. فيتم طبقاً لجدول الأرقام العشوائية أو بالقرعة أو بأى وسيلة أخرى مشابهة (مثلاً: زهر الطاولة أو عملة معدنية... الخ).

العينة العشوائية الطبقية:

STRATIFIED RANDOM SAMPLE

تستخدم هذه الطريقة لضمان تمثيل العينة لكل طبقات المجتمع، وللاستخدام هذه الطريقة يقسم مجتمع البحث إلى طبقات ويقدر حجم العينة الكلى اللازم للحصول على درجة الدقة المطلوبة. ثم توزع العينة على الطبقات المختلفة بطريقة تسمح بأقل خطأ ممكن.

العينة العشوائية المنتظمة:

SYSTEMATIC RANDOM SAMPLE

وهي أكثر انتشاراً في الأبحاث التطبيقية لقلة تكاليفها وسهولة إجرائها، فضلاً عن قلة الأخطاء التي تقع في اختيار مفرداتها، ويتم اختيار هذه العينة من

إطار PRAME يحتوى على مفردات مجتمع البحث . وتعتمد هذه الطريقة على تحديد مسافة متساوية بين مفردات الإطار .

PURPOSIVE SAMPLE العينة العمدية:

قد يعتمد الباحث اختيار إحدى وحدات المجتمع لكي يسحب منها العينة وقد يكون لهذا الاختيار مبرراته، بأن يكون حجم هذا المجتمع كبيراً، ويرى الباحث أن هذه الوحدة طبقاً للمعلومات المتوفرة لديه لها نفس الصفات العامة للمجتمع الكبير.

DOUBLE SAMPLE العينة المزدوجة:

أحد أنواع العينة العشوائية الطبقية. وتتميز عنها بالدقة في قياس متغير ما إذا كان هناك ارتباط بين الطبقات والمتغير الذى يقاس، إلا أنه لإمكان استخدام هذه الطريقة يحتم أن تتوافر لدى الباحث معلومات كاملة عن المجتمع كله لكي يصبح في إمكانه تقسيم هذا المجتمع إلى طبقات .

SNOWBALL SAMPLING العينة المنتشرة:

عينة عمدية وفيها يختار الباحث عدداً صغيراً من المفردات ويطلب من كل فرد الإرشاد عن آخرين ثم هؤلاء بدورهم يرشدون عن آخرين وهكذا حتى تنتشر العينة على أساس معين .