

{م}

MACLUHANISM

الماكلوهانية:

النظرية التي وضعها ماكلوهن MACLUHAN ويرى أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية نفسها . فطبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون وسائل الاتصال ، كما يرى أن التاريخ الإنساني يتكون من أربع مراحل :

- ١- المرحلة الشفوية .
 - ٢- مرحلة كتابة النسخ .
 - ٣- مرحلة الطباعة .
 - ٤- مرحلة وسائل الإعلام الإلكترونيّة .
- ويقسم ماكلوهن وسائل الاتصال إلى وسائل باردة ووسائل ساخنة ، فالوسائل الباردة هي التي تحافظ على التوازن وتحتاج لقدر كبير من الخيال ومن ذلك التليفزيون وأشرطة الرسوم المتحركة . والوسائل الساخنة هي التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس أو التي تقدم المعنى جاهزاً إلى حد ما ، مما يقلل احتياج الفرد للخيال ، ومن ذلك الكتب والإذاعة والسينما .

MAKE-UP

الماكياج:

عملية تجميل الوجوه والملامح وجعلها جذابة ومريحة أو صياغة الشخصية ، بحيث تعكس ملامحها صورة مقنعة للدور الذي تؤديه ، فتبدو في عمر معين ، أو

في شكل يترجم حالة صحية أو نفسية خاصة ، أو يشير إلى طبيعة مهنة أو حرفة.

STRAIGHT MAKE-UP

الماكياج المباشر:

وهو نوع من الماكياج يكون بمثابة نوع من "التعويض" ، أو المعالجة الأساسية لتحقيق الحد المقبول في المظهر العام للمؤدى . ويتطلب ذلك نوعاً من المعالجة لتحديد أو تعديل الدرجة اللونية للجلد ، بما يحقق التوازن اللوني المقبول في الصورة، ومواجهة مشكلات الإضاءة وتعقيدها سواء بالنسبة لأصحاب البشرة الداكنة "السوداء" أو الشاحبة .

CORRECTIVE MAKE-UP

الماكياج التصحيحي:

يستخدم للتخفيف من حدة الملامح غير المقبولة ، وتعزيز الأجزاء أو المناطق الأكثر جاذبية والأكثر جمالاً . وعلى هذا النحو يكون الماكياج بمثابة معالجة تستهدف تعديلاً فعلياً "بسيطاً" للشفتين أو العينين أو الأنف ، وشد الجلد المرتخى، ومعالجة بروز الأذنين ، وإخفاء الصلعة .

CURRENT EVENTS

الماجريات:

الماجري لفظ مركب من كلمتين هما : (ما) و (جوى) بمعنى (ما حدث) وهو اصطلاح صحفى لا يجرى بمعناه اللغوى على الأحداث التى تقع فى أى مكان، وإنما يقصد به كل ما يحدث فى الجلسات التى تعقدها الهيئات العامة ذات الصلة الوثيقة بمصلحة عليا من مصالح الوطن الذى تصدر فيه الصحيفة .

MAQUETTE

الماكيٲ:

كلمة فرنسيه تعنى نموذج للصفحات التى رسمت كمشروع لصفحات الصحيفة أو المجلة، ويشيع استخدامها فى أقسام سكرتارية التحرير المصرية بنفس الاسم.

والماكيٲ عبارة عن مقاسات هندسية بالغة الدقة ، حتى يمكن فى الصفحة الأصلية للجريدة وضع الخبر حسب مقاسه بالماكيٲ بشكل مناسب .

MANCHETT

المانشيت:

عنوان ينشر بعرض الصفحة وحروفه ضخمة . وقد أصبح من أهم مميزات الصفحة الأولى . وهذه ترجمة دقيقة وسليمة ومطابقة للفظ الأصلى فى وقت معا. فالمانشيت فى اللغات الأجنبية لفظ يطلق على رذن القمص الذى يدور حول معصم اليد، وأنت حين تمسك بنسخة من صحيفة لتطويها وتجعل منها دائرة تجد (العنوان الدائرى) يلتف حول عنق الصحيفة تماماً كما يلتف الرذن حول معصم اليد. ويرجع استخدام هذه العناوين المنتشرة فى الصحافة إلى المرحلة التى يطلق عليها (الصحافة الصفراء) بين عامى ١٨٩٢م و ١٩١٤م فى أمريكا.

EXAGGERATION

المبالغة:

أسلوب من أساليب الدعاية للمبالغة فى وقائع معينة ، ولا يستخدم هذا الأسلوب إلا إذا كان من الصعب اكتشاف المبالغة أو كانت هناك أوضاع ضعيفة تعكسها الدعاية المضادة، لاسيما إذا كان الخصم يعانى من هزيمة محققة

أو تدهور شديد في معنوياته الأمر الذي يساعد على قبول المبالغة بوجه عام من قبل مستقبلى الرسالة الدعائية .

وقد تتناول المبالغة الأشخاص.. فعلى الدعاية من شأن زعمائها.. فتنحل لهم الدعاية قدراً أعلى من الآخرين.. كالتفرد بالقدرة على التفكير أو على اتخاذ القرارات .

PRINCIPLE

مبدأ:

الأصل والبداية والابتداء ، وفي المنطق هو القضية التي يستتج منها غيرها وتسمى المقدمة . والمبدأ ما يدخل في تركيب غيره ويسمى العنصر ، وهو ما يعتمد عليه آخر فهو شرطه ، وهو القوة التي تنتج الشيء ويسمى العلة ، والمبدأ الفياض هو الله . والمبدأ الذاتي عند الفلكيين هو أول الحمل من منطقة البروج . والمبدأ الطبيعي عندهم هو أول الحمل من معدل النهار . والمبادئ جمع مبدأ ، والمبادئ في العلوم هي مسائلها الرئيسية وهي المقدمات التي تنتهي الأدلة والحجج إليها من الضروريات والمسلمات . والمبادئ بخلاف المسائل فإن المبادئ لا تحتاج إلى البرهان في حين تثبت المسائل بالبرهان القاطع . والمبادئ العالية هي العقول والنفوس السماوية . ومبادئ النهايات هي فروض العبادات من حيث أن نهاياتها هي كمال القرب والمواصلة للحقيقة .

INTERVIEWER

المتحدث:

هو الشخص الذي يضع فكره في كود ويعد أحد العناصر الأساسية في عملية الاستماع وتتوقف فاعلية الاستماع على مجموعة من العوامل المتصلة بالمتحدث مثل سرعة المتحدث ولهجته ودرجة انفعاله ومكانته وسماته الشخصية.. الخ .

BROWSERS

متصفحات:

تسمى برامج الشبكة النسيجية العاملة على أجهزة المستخدمين Clients بالمتصفحات Browsers وهناك متصفحات متوفرة لمعظم أنواع الحاسبات ، وتتفاوت من متصفحات خطية بسيطة ، إلى تلك المتصفحات ذات واجهات الاستخدام الرسومية المعقدة مثل فيتسكيب Nets Cafe وانترنت اكسبلور Internet Explorer وسنقتصر في هذا البحث على شرح المتصفحات الرسومية لأن المتصفحات النصوية لم تعد تعنى بالفرض وأوشكت على الانقراض إن المتصفحات الرسومية تؤثر استخدام الصوت والصورة والبيانات والرسومات . وبفضل هذه الأدوات انتشرت الشبكة النسيجية وأشتهر استخدامها لكونها تقدم كل ما يحتاج ويتطلع إليه المزودون للمعلومات والمستخدمون من هذه المعلومات أيضاً .

VARIABLE

متغير:

المتغير هو أى كمية قابلة للتغير ، أو أى صفة يمكن قياسها وقابلة على اتخاذ حالات مختلفة لدى حدوثها بصورة متتابعة . والمتغير بمعناه الرياضى هو الكمية التى تأخذ نموذجاً معيناً من القيم العددية المختلفة . والمتغيرات هى القيم العددية المختلفة . أما الثوابت فهى القيم العددية غير القابلة على التغير .

DEPENDENT VARIABLE

المتغير التابع:

وهو الذى يعكس الظاهرة نفسها ويخضع للملاحظة أو التسجيل ، فالعنف مثلاً أو الميل إلى استخدامه، عندما نبحث فى هذه الظاهرة بإخضاعها للملاحظة أو التجريب فإننا هنا نتحدث عن متغير تابع نبحث له عن أسباب . هل هو

موروث ؟ أم نتيجة الإحساس العام بالظلم الاجتماعي ؟ أم هو نتيجة لإحباطات في حياة الإنسان ؟ فالاحتمالات عديدة .

المتغير الزائف أو المختفي: EXTRANEOUS VARIABLE

فقد يحدث أن يجد الباحث علاقة قوية بين متغيرين اثنين ، ويعتقد أن هذا المتغير ربما حدث صدفة وارتبط بالآخر نتيجة وجود متغير ثالث هو الذي تسبب في إحداث كليهما .

المتغير السابق أو المتقدم: ANTECEDENT VARIABLE

يساوي "روزنبرج (ROSENBERG) بين الأهمية النظرية للمتغير السابق والمتغير الوسيط. وهذه الأهمية هي أن نقتفى أثر الترتيب السببي - أي العلاقة السببية بين المتغيرات. كما أننا بذلك نتقي خطر التفسيرات الخاطئة أو المضللة.

الفرق بين المتغير السابق والمتغير الوسيط هو أن المتغير السابق يقع في الترتيب السببي قبل المتغير المستقل ، بينما الوسيط بين المستقل والتابع .

متغير متداخل: INTERVENING VARIABLE

ويعرف علماء الاجتماع المتغيرات المتداخلة بأنها مدركات تبتدع لتفسير علاقات دالية بين المتغيرات . وتستخدم المتغيرات المتداخلة بسبب عدم الاقتناع علمياً بقوة تعبير التوصيفات الدالية البحتة للعلاقات .

لهذا العامل شأن في دراسات علم النفس الاجتماعي وعلم نفس الفرد ، وبخاصة في دراسة الشخصية والتحليل النفسي . وهو يعين على التفرقة بين العوامل والمؤثرات الأصيلة من جانب والعوامل والمؤثرات العرضية والداخلية من جانب آخر .

COMPONENT

المتغير المتضمن:

من الأخطاء الشائعة لدى بعض الباحثين في العلوم الاجتماعية استخدام متغيرات ضخمة ، واسعة ، وغير محدودة . فقد يفترض باحث أن "البنية النفسية لشخصية الفرد تؤثر في شخصية الفرد" . بالطبع لا يمارى أحد في هاتين المقولتين . فلا جدال . ولا نكران . ولكن مثل هذه المقولات لا تشرح لنا شيئاً . ولا يمكنها لأن تقدم شيئاً على الإطلاق . ولذلك فإن على الباحث أن ينقب عن المتغيرات المتضمنة داخل هذه المتغيرات الشاملة .

INDEPENDENT VARIABLE

المتغير المستقل:

وهو السبب في حدوث الظاهرة (المتغير التابع) . أو هو المثير أو المنبه ، الذى يستتبعه استجابة . هذا إذا كان تفسيرنا للظاهرة . أى تحليلنا للنتائج التى خرجنا بها تحليلاً أحادى المتغير أى أننا نأخذ في هذه الحالة متغيراً واحداً هو المتغير المستقل . ونقدم به تفسيراً للظاهرة .

DISTORTER VARIABLE

المتغير المشوه أو الخرف:

أى ذلك المتغير الذى يقلب الحقائق أى يعكس النتيجة أى يجعلها بخلاف الحقيقة وهو أخطر أنواع المتغيرات لأنه لا يخفى الحقيقة . أو يقلل منها . ولكنه يقلبها تماماً . ولا بد من أن يكون الباحث منتبهاً له بقدر الإمكان أثناء عمليات التحليل .

CONTROL VARIABLE

المتغير المضبوط:

وهو المتغير الذى نخشى أن يلعب دور المتغير المستقل . فى حين أننا نريده ألا يتدخل فى التجربة . ولذلك فنحن نقوم بضبطه . أى التحكم فيه وتثبيتته .

INTERVENING VARIABLE : المتغير الوسيط:

وهو المتغير الذى يلزم وجوده حتى يمكن للمتغير المستقل X أن يؤثر في المتغير التابع Y . أى أن العلاقة ربما تتوه أو تغيب إذا لم نضبط هذه العلاقة بمتغير ضابط. ذلك هو المتغير الوسيط.

RECEIVER : المتلقى (المستقبل):

هو الذى يستقبل الرسالة التى يرسلها المرسل.. وقد يكون فرداً واحداً أو عدة أفراد أثناء الاتصال الذى يحدث وجهاً لوجه ، وقد يكون المستقبل عدة ملايين من الناس كما فى الاتصال الذى يحدث من خلال وسائل الإعلام كالتليفزيون .

ومكانة المستقبل فى العملية الاتصالية لا تقل عن مكانة المرسل ، فعليه يقع عبء فهم الرسالة وفك رموزها .

STIMULUS : مثير:

كل ما من شأنه أن يحدث تغييراً فى نشاط الكائن الحى ، والمثير قد يكون حسياً كالحب أو الكراهية ، وقد يكون عقلياً كالتصديق والتكذيب والتأييد والرفض، وقد يكون نفسياً يخاطب اللاشعور .

وتستخدم وسائل الاتصال والإعلام هذه المثيرات بالقدر الملائم والظروف الملائمة وفى الوقت الملائم ، لتحقيق أهدافها من الاتصال .

POLEMICS : مجادلة:

المنظرة لا لإظهار الصواب بل لإلزام الخصم ، فإذا علم بفساد كلامه وصحة كلام خصمه سميت مجادلته مكابرة ، وإذا كانت مجادلته عن غير علم سميت معاندة .

ANGLE OF ACCEPTANCE

مجال الزاوية:

وهى الزاوية التي تحدد مدى اتساع المساحة التي تراها العدسة . فيعض العدسات مجال زاويتها ضيق بحيث يمكنها من التقاط صورة كبيرة CLOSE من مسافة بعيدة . SHOT

SOCIETY

مجتمع:

المجتمع لغة مكان الاجتماع ، واصطلاحاً موضوع علم الاجتماع ، وقد عرف بتعريفات مختلفة، تدور حول تغليب الجانب الفردي ، أو الجانب الاجتماعي، أو العلاقة التي تربط أبناء المجتمع بعضهم ببعض . ويرى "دوركايم" أن المجتمع ليس مجرد مجموعة أفراد ، وإنما هو نسق خاص ذو حقيقة مستقلة وصفات معينة ، وفي مقدمتها سلطته على أفرادهِ وتميزه عن المجتمعات الأخرى وهو ظاهرة إنسانية ، توجد حيث يوجد الإنسان، وفي رأيه أن المجتمع سابق على الأسرة والعشيرة ، بل على الفرد نفسه، وبذلك يسبق الكل هنا أجزاءه ، كما يسبقها في نواح أخرى .

AD-MASS SOCIETY

مجتمع إعلاني:

هذه الكلمة اختصار كلمتي **ADVERTISEMENT** أى إعلان و **MASS-MEDIA** أى: الإعلام الجماهيري ، والمصطلح صاغه دون قصد علمي دقيق، الكاتب الروائي والمسرحي البريطاني الشهير "جون بريستلي" في كتابه النظري الوحيد، بعنوان : "الأدب والإنسان الغربي " عام ١٩٥٥ ؛ لكي يصف به نظاماً ، أو مجتمعاً له بناؤه الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والشامل الذي تشبع بالسلع الاستهلاكية، ويسيطر عليه الدافع إلى استهلاك السلع المادية ، وهو الدافع الذي يغرسه العالم الوهمي ، الذي تخلقه الإعلانات عن هذه

السلع ، ثم تروج له وسائل الإعلام الجماهيرى بإصرارها على تحويل "الإعلان" إلى مادة ترفيهية من ناحية ، وإلى تعبير عن "حقيقة" معاشه من ناحية أخرى .

المجتمعات الإلكترونية:

ELECTRONIC COMMUNITIES

مجتمع يتوقع أن يتكون نتيجة للثورة المعلوماتية الحالية من أشخاص متباعدين جغرافياً ولكن الاتصال والتواصل بينهم يتم عبر الشبكات الإلكترونية وينتج بينهم نتيجة لذلك نوع من الإحساس والولاء والمشاركة . ويسمى أيضا "المجتمع التكنولوجى" .

المجتمع التكنولوجى: TECHNOPSIS SOCIETY

الترجمة الحرفية لهذا المصطلح هو " المدينة التكنولوجية" وهو مصطلح صاغه عالم الاجتماع، وفيلسوف العلم الأمريكى المعاصر "نيجل كالدور" لتوصيف المجتمع الغربى المعاصر (الأمريكى خصوصاً)، الذى تسيطر على مصائره التغيرات التكنولوجية والابتكارات العلمية الحديثة، والذى تعيد تشكيله باستمرار، وتحديد أهدافه وأنماطه المعيشية بمرونة فائقة .

كان ذلك فى أواخر الستينيات ، ولكن أصبح لهذا المصطلح — بعد ذلك — معنى مباشرا يدل على قيام "مجمع" من مراكز الأبحاث والمختبرات، والمصانع الكبيرة والصغيرة، والجامعات، وبنوك وشبكات المعلومات، والجامعات البحثية التى تعمل جميعها — فى تكامل وتناسق — فى منطقة جغرافية واحدة، فى ظل تخطيط عام تمويلى وتسويقي ؛ بهدف تحقيق تقدم تكنولوجى علمى، وإنتاجى سريع وواسع المدى.

MASS SOCIETY

مجتمع جماهيري:

مصطلح يستخدم لإبراز النموذج الغربي الحديث للمجتمع وبخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية. ويتضمن هذا المفهوم الخصائص التالية: تصنيع على نطاق واسع ، تطورات حضرية كبيرة ، سيطرة الإدارة البيروقراطية. وقد ظهر هذا المجتمع على أثر تفكك المجتمعات التقليدية المحلية. ويتميز المجتمع الجماهيري بالسلوك الجماهيري والثقافة الجماهيرية ويتصل الشعور بالوحدة والذاتية في الوحدات الاجتماعية الكبيرة بنمو وسائل النقل الحديثة ووسائل الاتصال الجماهيرية. وبالتصنيع الكبير والتطورات الحضرية الضخمة والإدارة البيروقراطية في كل المجالات .

وعلماء الاجتماع الذين يحاولون الانتفاع بهذا المفهوم يستفيدون من علم السياسة وعلم النفس على السواء ، ولذلك فإنهم يهتمون بدراسة نشأة الحركات السياسية المتطرفة وأصولها الاجتماعية في المجتمع الجماهيري .

COMMUNITY

المجتمع المحلي:

المجتمع المحلي هو جماعة من الناس تعيش في بقعة جغرافية معينة وتزاول نشاطات اقتصادية وسياسية ذات مصلحة مشتركة ولها تنظيم اجتماعي وإداري يحسده طبيعة حكمها، كما أن لها قيماً ومصالح وشعوراً وأهدافاً متبادلة . ومن أمثلة المجتمعات المحلية : المدينة ، القرية .

INFORMATION SOCIETIES

مجتمعات المعلومات:

هي المجتمعات الأقوى في عصرنا الحالي الذي يطلق عليه (عصر الاتصال)، وهي المجتمعات المتفوقة في صناعة تكنولوجيا الاتصال وجمع المعلومات وتحليلها

بسرعة واستنباط العبر منها. وهي المجتمعات التي استطاعت أن تطوع هذه التكنولوجيا لخدمة أهدافها ومصالحها الحيوية .

MAGAZINE

المجلة:

والمجلة مطبوع دورى يتضمن موضوعات ومقالات لعدد من الكتاب والمحررين . قد تكون عامة ، أو نشرة متخصصة تصدرها مؤسسة أو جهة معينة، وقد تكون أسبوعية، أو نصف شهرية، أو شهرية، أو كل شهرين ، أو فصلية (ربع سنوية) أو نصف سنوية .. الخ .

NEWS MAGAZINE

المجلات الإخبارية:

هذا النوع من المجلات ، هو أقرب أنواع المجلات إلى الجرائد ، وهي تتسم بمحافظتها على عنصر الحالية عن طريق المتابعة المتعمقة للأخبار . وأهم ما يميز أسلوب تحرير تلك المجلات : الإيجاز فأخبار الأسبوع تنشر مكثفة كلها في صفحات قليلة كلما أمكن ذلك . والذاتية حيث يتم مزج الراى بالحقيقة ويتم تلوين الخبر بأسلوب شديد الجاذبية .

RADIO MAGAZINES

المجلات الإذاعية:

والمجلات الإذاعية ، مثلها مثل برامج الاتصال التليفونى ، من برامج المنوعات الحديثة نوعاً، بل إن الاتصال التليفونى يمثل أحد أهم فقرات المجلة الإذاعية . والأصل فى المجلة الإذاعية هو المجلات الإذاعية الخيرية . وقد تنوع أبواب المجلات الإذاعية فتتضمن صفحات للأدب والقصة والشعر والفن والاقتصاد والعلوم والتحليلات السياسية والنكتة والكاريكاتور وغير ذلك، فجاءت المجلة الإذاعية لتصبح أقرب إلى برنامج "المنوعات الشامل" الذى يتكون من عدة فقرات متنوعة ، أدب وعلم وأخبار وثقافة وفن وقصة

وشعر وزجل وتمثيلية وأغنية وموسيقى ومقابلات وحديث وحوار على التليفون.

المجلات الإلكترونية: ELECTRONIC MAGAZINES

مثلاً يتاح للمشاهد من خلال نظام الفيديو تيكس النفاذ إلى الجرائد الإلكترونية يتاح له أيضاً النفاذ إلى المجلات ، بالضغط على مفاتيح النهاية الطرفية للحاسب الإلكتروني ، لتصفح قائمة مجلات واختيار مجلة معينة ، ثم قائمة محتويات هذه المجلة .

المجلات السياسية: POLITICAL MAGAZINES

وهي من المجلات الهامة التي تقوم بتكوين الرأي العام في البلاد . وهي غالباً ما تتبع أسلوباً سياسياً وعقائدياً بها، وتعمل على نشره والدفاع عنه والترويج له وغالباً ما تملكها الأحزاب السياسية أو تساعد الهيئات السياسية التي تؤيد مبادئها الحزبية والسياسية. وتتم بنشر الموضوعات التي تعالج نظم الحكم والأفكار السياسية وعلاقة السلطة الحاكمة بالمشركين ، والعلاقات الدولية بين الدولة وغيرها من الدول .

مجلة شركة أو منشأة: HOUSE MAGAZINE

هي إحدى المطبوعات العديدة التي تصدرها المنشأة في مناسبات معينة أو بصورة دورية وقد تكون شهرية أو ربع سنوية أو سنوية وذلك للاتصال بفئات الجمهور المتنوعة وتزويدها بكافة البيانات بغرض التفسير والتحسين للصورة الذهنية عنها للدعاية والإعلان .

CHILDREN'S MAGAZINE

مجلة الطفل:

مجلة الطفل الحديثة كما تقول الدكتورة سحر محمد وهبى ما هى إلا كتاب دورى يجمع بين مظاهر الكتاب التقليدى ومظاهر الصحيفة الحديثة. فهى تأخذ من الكتاب عمقه ومميزاته ومجموعة من الدراسات أو البحوث على قدر علمى ومقصود من المعلومات المترابطة التى تهدف إلى توسيع مدارك الطفل وتنمية معرفته .

PROFESSIONAL MAGAZINE

مجلة مهنية:

إن المجلة المهنية كما يفهم من اسمها هى مطبوعة موجهة بصراحة إلى أعضاء مهنة معينه ومن الأمثلة على المجالات المهنية مجلة المحامين والكثير من المجالات الحقوقية التى تنشر هنا وهناك .
ونظراً لأن المجلة المهنية موجهة إلى فريق مهنى معين فإن مادتها يجب أن تتعلق بشكل مباشر بمشكلاتها وقضاياها لذلك فإن أفراد المهنة يكتبون معظمهم المقالات الخاصة بهم .

EDITORIAL BOARD

مجلس التحرير:

هو المجلس المكون من محررى الجريدة الذى يجتمع برئاسة رئيس التحرير لإعداد خطط التحرير بالجريدة ودراسة ومناقشة كل ما يتعلق بالجريدة من إخراجها وتحريرها وتوزيعها .

EXPERIMENTAL GROUP

مجموعة تجريبية:

المجموعة التى يقع فيها المتغير المستقل (السبب الافتراضى) والتى تجرى عليها التجربة . ويمكن تحديد أثر المتغير التجريبى (المستقل) عن طريق مقارنة

المجموعة التجريبية بالمجموعة الضابطة التي تشبه المجموعة التجريبية في كل العوامل الأخرى .

CONTROL GROUP

مجموعة ضابطة:

مجموعة من الأشخاص يختارون من أجل المقارنة في الدراسات التجريبية . وتكون مطابقة تماماً للمجموعة التجريبية. ولكن تختلف عنها في أنها لا تتعرض للمتغير المستقل أو العامل المراد قياس أثره. وذلك للتأكد من أن الاستجابات التي حدثت في المجموعة التجريبية هي نتيجة للمتغير الأساسي وحده.. ونختار المجموعة الضابطة بطريقة المضاهاة الدقيقة بين كل فرد أو التوزيع العشوائي .

المجلس الأعلى للصحافة:

SUPREME COUNCIL FOR JOURNALISM

أنشئت مجالس الصحافة في كثير من المجتمعات الأوروبية والأمريكية ثم انتقلت إلى أنحاء متفرقة من العالم وذلك بهدف المحافظة على حرية الصحافة وحمايتها . وهذه المجالس تنقسم إلى نوعين : الأولى : مجالس ذات تمثيل مشترك من أصحاب الصحف والصحفيين ومن هذا النوع مجالس الصحافة في كل من : اليابان (١٩٤٧) وألمانيا (١٩٥٦) واتحاد جنوب أفريقيا (١٩٦٢) والنمسا (١٩٦٣) والدانمارك (١٩٦٤) وإيطاليا (١٩٦٥) وتايوان (١٩٧٤) وسويسرا (١٩٧٧). أما النوع الثاني: فهي مجالس ذات تمثيل مشترك من أصحاب الصحف والصحفيين والجمهور ومن هذا النوع مجالس الصحافة في كل من السويد (١٩١٦) وإنجلترا (١٩٤٦) وهولندا (١٩٦٠) . وترجع فكرة إنشاء المجلس الأعلى للصحافة في مصر إلى أوائل الستينيات من القرن العشرين ، وإن قام المجلس فعلاً في تجربته الأولى في مارس ١٩٧٥ في

ظل وجود تنظيم سياسي واحد هو الاتحاد الاشتراكي . أما المجلس الأعلى للصحافة بصورته الحالية فقد تم تشكيله بناء على القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بشأن تنظيم الصحافة الذي حل محل القانون السابق وقد صدر في ٣٠ يونيو ١٩٩٦ .

LECTURE

محاضرة:

في المجال التعليمي تعد المحاضرة أحد الأساليب التي نعتمد عليها في نشر المعلومات والأفكار، وتعد إعداداً علمياً وتدور حول موضوع واحد لتحقيق أهداف معينة تعتمد على الحجاج العقلي والأسلوب المنطقي ، وتلقى بصوت هادئ بعيداً عن الحدة في إحدى قاعات الدرس، وتعتمد في إلقائها على أسلوب التلقين من جانب المحاضر والاستماع والإنصات من خلال المستمعين، وهو أسلوب مرتبط بالمفهوم القديم للمنهج ، وتعد من أكثر ، الأساليب شيوعاً في العملية التعليمية سواء في المدارس أو الجامعات .

وفي المجال العام يمكن النظر إلى المحاضرة على أنها شرح وتوضيح لفظي لموضوع أو مشكلة يقوم بها خبير في هذا الشأن لأعضاء جماعة ما في حاجة إليها .

CONTENT

المحتوى:

المحتوى أو المضمون في المنطق : مضمون التصور هو مفهومه . في العمليات العقلية نميز بين الصورة والمضمون . فيقال مثلاً: كل إنسان فان. المضمون في هذا الحكم هو الإنسان والفناء. أما صورة هذا الحكم فتصاغ هكذا: كل أهي ب .

في علم النفس : مضمون الشعور هو جملة الوقائع التي يشتمل عليها الشعور . ويرى يوسف كرم أن لكل ظاهرة وجدانية مضموناً لولاه ما حدثت . وهذا المضمون مستفاد من شئ حقيقي مغاير للوجدان وللظاهرة الوجدانية . وفي الاتصال نعى بمحتوى الاتصال مجموع القرارات التي يتخذها مصدر الاتصال في اختياره وترتيبه لكل من الرموز والمضمون .

EDITOR

محرر، ناشر:

الشخص الذي يعد كتابات شخص آخر أو عدد من الأشخاص للنشر . وقد تقتصر عملية التحرير هذه على مجرد إعداد الكتاب للطبع ، وقد تتعدى ذلك إلى مراجعة شاملة لمحتوياته أو إضافة مادة علمية إليه . وقد يقصد بالاصطلاح رئيس التحرير في صحيفة أو رئيس قسم بها . ويلاحظ أن عملية الإعداد تنفصل عن عملية الكتابة **WRITING** . أما عملية الإعداد للنشر فهي مهمة المحرر الصحفي أو قسم المراجعة بالصحيفة أو ما يسمى بالمطبخ الصحفي .

ADVERTISING COPYWRITER : محرر الإعلان

الشخص الذي يصيغ المادة التحريرية أو الإذاعية للرسالة الإعلانية معبراً عن فكرة الإعلان بكلمات وجمل تتضمن حقائق ومعاني أخاذة

ELECTRONIC EDITOR

المحرر الإلكتروني:

وهو عبارة عن شاشة فيديو متصلة بكمبيوتر يتم من خلالها إعداد المقالات والوحدات الإخبارية في الصحيفة في شكلها النهائي ، وبذلك ألقى الكمبيوتر مرحلة صف وترتيب المقالات التي كانت تستخدم في السابق .

محرر توزيع المهام الإذاعية: ASSIGNMENT EDITOR

محرر توزيع المهام الإذاعية هو شخص موثوق فيه من جانب المخرج ولديه خبرة في إدارة عمليات الأخبار، ويستطيع أن يتخذ بعض القرارات العاجلة بالنيابة أو بالتنسيق مع مدير الأخبار، مثل توزيع المهام اليومية على المندوبين وأطقم التصوير، والتأكد من جودة الصوت في الراديو أو الصورة والصوت في التلفزيون، وتوفير وسائل انتقالات المندوبين وأطقم التصوير من مكان إلى مكان لتغطية الأحداث المتلاحقة، واختيار المندوب الأنسب للقيام بتغطية إخبارية معينة .

LPTV

محطات التلفزيون منخفضة القوة:

تمثل محطات التلفزيون منخفضة القوة **LOW-POWER TELEVISION** أحدث محاولات لجنة الاتصالات الفيدرالية نحو الاستخدام الكامل للمجال الإذاعي . ففي الولايات المتحدة وصل المجال الإذاعي بالفعل إلى مرحلة التشبع بالمحطات، وهي مرحلة تقترب منها أوروبا الغربية. والفكرة الأساسية وراء هذه القناة الجديدة هي السماح لمحطات تلفزيونية صغيرة بأن تبث إشارات تلفزيونية دون أن تتداخل هذه الإشارات مع إرسال محطات التلفزيون الكبرى . ويمكن لهذه المحطات استقبال إرسال المحطات التلفزيونية الكبرى ثم إعادة بثه بعد تقويته باستخدام أجهزة إرسال لا تتعدى قوتها ١٠٠ وات للإرسال باستخدام نطاق الترددات العالمية جداً **VHF** و ١٠٠٠٠ وات باستخدام نطاق الترددات فائقة العلو **UHF** وهو ما

يسمح بوضوح الإرسال عبر مساحة لا تتعدى ٣٠ ميلاً من محطة الإرسال .
ويمكن لهذه المحطات أيضاً أن تبث برامج من إنتاجها .

LITERACY

محو الأمية:

يعرفه "روجرز" بأنه درجة سيطرة الفرد على الرموز في شكلها المكتوب أو المقدر على صياغة وفك شفرة الرسائل المكتوبة والمقدرة على الكتابة والقراءة .
ويقصد به البعض التعليم بعيداً عن المدرسة ، أو التعليم غير النظامي الذي يقدم لكل من لم يلتحق بأية مدرسة نظاميه (حكومية أو خاصة) ويكون عمره أكثر من ١٠ سنوات .

والمتبع لتطور مفهوم محو الأمية يجد أنها مرت بمجموعة من المراحل بدأت بمحو الأمية الهجائية ثم مرحلة المستوى الوظيفي ثم مرحلة التعليم الوظيفي ، فقد تناولت البرامج الأولى محو الأمية — محو الهجائية — وهنا يعني محو الأمية تعلم الحروف الهجائية والقراءة والكتابة وأحياناً الحساب ، ثم تطور المفهوم إلى مرحلة المستوى الوظيفي لمعرفة القراءة والكتابة ، ثم تطور أيضاً المفهوم ليتضمن مرحلة التعليم الوظيفي ، حيث أصبح من الضروري الربط بين محو أمية الكبار وطبيعة عملهم ونوعه وخبراتهم وبين ما يدرسون من موضوعات وأفكار وخبرات .

MODEM

محول:

جهاز يستقبل خرجاً في صورة معطيات رقمية، تنتج من جهاز آخر مثل كمبيوتر أو طرفية ، ويحولها إلى معطيات نظريه يمكن إرسالها عبر خطوط اتصال: يحول هذا الجهاز أيضاً المعطيات النظرية إلى معطيات رقمية يمكن تقبلها بواسطة جهاز آخر مثل كمبيوتر أو طرفية .

المحول الكهروضوئي:

PHOTOELECTRIC TRANSDUCERS

يعتبر المحول الكهروضوئي الكائن داخل جسم الكاميرا هو قلب نظام المسح التليفزيوني TELEVISION SCANNING SYSTEM فهو الذى يقوم بترجمة الضوء (PHOTO) إلى نبضات إلكترونية (ELECTRIC). فعندسة الكاميرا التليفزيونية تقوم بتجميع الضوء على السطح الحساس للضوء المحول.

DIRECTOR

المخرج:

في الإذاعة هو الشخص المسؤول عن البرنامج التليفزيوني أو الفيلم وهو الذى يعمل مع الكاتب أو المؤلف ويشرف على عملية المونتاج إذا كان العمل مسجلاً على فيلم، وهو الذى يشرف على إخراج البرنامج التليفزيوني على الهواء، وذلك بوجوده في غرفة المراقبة لإعطاء تعليماته بالقطع من كاميرا إلى أخرى أو بإدخال الجزء الفيلمي في البرنامج أو باستخدام المؤثرات الصوتية. وفي الصحافة فهو هو أحد سكرتيري التحرير المختصين في عملية الإخراج الصحفى للصحيفة.

فالمخرج الصحفى هو حلقة الاتصال بين أقسام التحرير من جهة وأقسام الطباعة من جهة أخرى، وعليه أن يتذوق الأخبار حتى يضع كل خبر في مكانه اللائق به وإخراجه بالطريقة التى تناسبه.

ENVIRONMENTAL APPROACH

مدخل بيئي:

يقصد بالمتغيرات أو المداخل البيئية هنا مجموعة العوامل والمتغيرات الموجودة خارج المنشأة. أو داخلها ولا تستطيع الإدارة التحكم فيها أو السيطرة عليها والتي تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على عمليات التشغيل أو الممارسات الإدارية المختلفة .

ORBITS IN USE

المدارات المستعملة:

الاتصالات عبر الأقمار الصناعية تشغل مداراً استوائياً أو بوضوياً أو قطبياً. فالأقمار الصناعية المتزامنة أرضياً (Geosynchronous) هي تلك التي تتزامن فترة دوراتها مع دوران الأرض أو مضاعف لدوران الأرض . والمدار الثابت أرضياً (Geostationary) هو مدار متزامن أرضياً يدور فوق خط الاستواء. والقمر الصناعي في المدار المتزامن مع الأرض له ارتفاع وسرعة بحيث يظهر ثابتاً بالنسبة للأرض. وفي هذا الوضع فهي فترة دوران الأرض بالنسبة للنجوم الثابتة في الفضاء (زمن نجمي) هذا هو المهم . وهذه أقل قليلاً من الفترة الشمسية وتبلغ ٢٣ ساعة، ٥٦ دقيقة، ١,٤ ثانية تقريباً (٢٣,٩٣٤٥ ساعة). والارتفاع فوق سطح الأرض يبلغ ٣٥٧٦٥ كم وسرعة ٣,٠٧٣ كم/ساعة، وهي المطلوبة للمدار المتزامن مع الأرض . وهذا هيأ القواعد الأرضية للاتصالات عبر الأقمار الصناعية ، بحيث أن المدار المتزامن مع الأرض سمي باسم كلارك (Clarke). ومدار كلارك يستعمل لإعطاء اتصالات من نقطة لنقطة حول العالم (Narrow Casting)، ومن نقطة إلى نقط متعددة أي خدمات إذاعية (Broad Casting).

SCOPE

المدى:

القدر الذى يحدده الخبراء من المادة العلمية متضمنا فى منهج ما، فهم من خلال خبراتهم يستطيعون تحديد مدى ما يقدم للتلاميذ فى كل مستوى تعليمي بحيث لا يكون هناك نقص وتزيد، وهو عندما يتخذون قرارات فى هذا الشأن يكونون على وعى تام بالأهداف المحددة للمنهج .

SPAN OF ATTENTION

مدى الانتباه:

يجب لكل من يهدف إلى تحقيق اتصال فعال أن يعرف مدى الانتباه لكل فرد حتى لا ينصرف عن الاتصال . فعند الاستماع إلى محاضرة مثلاً يجب ألا تطول المحاضرة أكثر مما يحتمل جمهور السامعين وعند القراءة هناك مدى معين . فنحن لا نستطيع التركيز فى القراءة سوى لفترة محدودة ونحتاج بعدها إلى راحة لاستكمال عملية القراءة . يلاحظ أن مدى الانتباه يختلف باختلاف الأفراد وباختلاف ظروفهم ومراحل نموهم وباختلاف موضوع القراءة نفسه وفقاً لدرجة أهميته .

ADAPTINCE RANGE

المدى التكيفي:

هو نطاق قدرة الإنسان على التأقلم علواً وانخفاضاً. ويحدث التأقلم الناجح عندما يكون مستوى الإثارة، أى كمية التغير والجددة معقولاً وبدون إفراط فى الزيادة أو النقصان.. أما الإفراط فى الإثارة فيجعل الفرد يتصرف بشكل يتجاوز مداه التكيفي.. ويحدث له ما يسمى بالصدمة . كالصدمة الحاضرة التى يصاب بها المهاجر وإحساسه بالغربة الشديدة حينما يجد نفسه فى وسط حضارى غريب عنه تماماً .

ANNOUNCER

المذيع:

عادة ما يطلق لفظ المذيع ANNOUNCER على قارئ النشرات بالراديو، وتختلف مهارات المذيعين وخلفياتهم الثقافية من إذاعة لأخرى ، ففي المحطات الصغيرة يمكن أن يكون مدير الأخبار أو أحد المندوبين أو المحررين هو نفسه قارئ النشرة . ولا بد أن يتمتع قارئ النشرة ببعض الصفات مثل المظهر الحسن، والمصادقية، والقدرة على الاتصال، والصوت الإخباري المميز، والجادبية، والشباب، وقوة الشخصية، والمرونة، والتعاون والتفاهم مع العاملين بالأخبار، ومن المعروف أنه كلما زاد عدد المندوبين والمحررين بالمحطة الإذاعية كلما اقتصر دور المذيع على قراءة النشرة فقط.

BIBLIOGRAPHY

المراجع:

لكلمة "ببليوجرافيا" معنى عام هو دراسة الكتب دراسة لا تتعلق بمحتواها بل بظاهر أمرها ، مثل النسخ المخطوطة من أحد الكتب ، وتاريخها ، والمكتبات التي تضمها، وتاريخ مختلف الطبقات ، والفروق التي تميز بعض الطبقات عن بعض.

أما المعنى الخاص المقصود هنا فيشمل نوعين من المعلومات :

- أ - المراجع التي رجع إليها المؤلف أو نقل أو ترجم عنها في كتابه .
- ب- ثبت بعناوين لكتب أخرى تتعلق بالموضوع ليرجع إليها من أراد الاستزادة.

STAGES OF COMMUNICATION : مراحل الاتصال

يقسم علماء الاتصال عملية الاتصال إلى مراحل ثلاثة هي :

١- مرحلة إرسال المعلومات.

٢- فهم المعلومات.

٣- مرحلة قبول المعلومات.

CORRESPONDENT

مراسل:

مندوب الصحيفة أو الإذاعة أو وكالات الأنباء الذي يقيم بعيداً عن مقر المنشأة في الخارج والعواصم الدولية الكبرى بصفة خاصة ليوافوها بأخبار تلك الدول. وهناك المراسل الدائم الذي يمدها بالأخبار الخاصة بالمنطقة التي يقيم فيها. والمراسل المتجول الذي لا يقيم بصفة دائمة في الخارج وإنما يسافر إلى مناطق اختصاصه حيثما يتطلب الأمر تغطية موضوع معين ثم يعود إلى مقر عمله.

WAR CORRESPONDENT

مراسل حربي:

هو الشخص المكلف من قبل وسائل الإعلام بتغطية الأخبار الخاصة بالأحداث الهامة خاصة عن السياسات الحربية وآخر ما توصلت إليه الأحداث وعلاقات المتحالفين والمتحاربين وجميع الأخبار العسكرية الخاصة بمنطقة نزاع معينة من مناطق العالم .

المرتجع من الصحيفة:

BACK NUMBER OF NEWSPAPER

في الواقع مهما كانت كفاءة جهاز التوزيع في المؤسسات الصحفية فإنه لا يمكن بيع كل ما يطبع من أعداد الصحيفة ، لذا فإن باعة الصحف والمتهدين يردون إليها نسخاً أو النسخ التي لم تباع وتعرف باسم المرتجعات .
والمرتجعات هذه تعتبر خسارة بالنسبة للمؤسسة الصحفية حيث أنها تمثل نقص من قيمة المبيعات المقدرة ، هذا إلى جانب أنها تعتبر ورق كشت، وحقى تقلل المؤسسات الصحفية من هذه الخسائر فإنها تلجأ إلى بيعها .

BUREAUPATHOLOGY

مرض إدارى:

يسميه البعض انحرافات البيروقراطية، ويعنى افتقاد الصحة الإدارية. فيفتقر الإداريون من الأفراد إلى حيويتهم الصحية (جسمانياً ونفسياً)، ويعتري سلوكهم الفساد الإدارى (الرشوة - المحسوبية .. الخ) وتضعف فعالية المنظمات (قدرتها على تحقيق أهدافها) وكذلك تنقص كفايتها الإدارية (قدرتها على تعبئة الموارد بواسطة وظائف الإدارة) .

SOCIAL STATUS

مركز اجتماعى:

المركز الاجتماعى هو وضع الشخص أو الأسرة أو الجماعة القرابية للأشخاص أو الأسر أو الجماعات القرابية فى النسق الاجتماعى ويحدد هذا الأمر حقوق وواجبات وسلوك الآخرين بما فى ذلك طبيعة ومدى العلاقات مع أشخاص من مراكز اجتماعية أخرى .

INFORMATION CENTER

مركز المعلومات:

يشير هذا المفهوم من ناحية إلى ما يسمى بشبكة المعلومات وهي عبارة عن كمبيوتر له ذاكرة كبيرة يمكن أن يلحق بالمعلومات من أية مسافة، كما يمكن أن يوصل المعلومات للمستخدمين في أى مكان .

ويتم ذلك بربط ووصل عدد من تجهيزات الحاسبات الإلكترونية ، وبإقامة شبكة لتبادل المعلومات آلياً بحيث يقوم جزء من الشبكة بتغذية الأجزاء وتوفير المعلومات بالث من بعيد **TELE-TRANSMISSION** .

أما المفهوم الثانى لمراكز المعلومات فيشير إلى أجهزة المعلومات .. وهي مصطلح عام يدل على الوحدات الإدارية والتنظيمية المسؤولة عن تقديم خدمات المعلومات وهي مراكز توجد على المستوى الوطنى والإقليمى والدولى ... والتنسيق بينها مهم لتجنب تكرار الجهود وضمان الاستثمار الأمثل للموارد المتاحة .

DISSOLVE

المزج:

هو انتقال سلس من لقطة إلى أخرى بحيث تظهر لقطة تدريجية على الشاشة وفى نفس الوقت تختفى لقطة أخرى من على الشاشة .. إذن المزج هو الانتقال التدريجى من لقطة إلى أخرى بحيث تتطابق اللقطتان بشكل مؤقت على الشاشة.

COMMUNICATION MIX

المزيج الاتصالى:

وهو الاصطلاح الذى يمكن إطلاقه على البدائل والمكونات الأساسية للعملية الاتصالية وهي " المرسل، قنوات الاتصال ، الوسائل ، الرسائل ، الجماهير"، وتعتبر هذه الخطوة على جانب كبير من الأهمية نظراً لتعدد المتغيرات

التي تحكم كل بديل من هذه البدائل، وتداخلها وتشابكها بدرجة كبيرة تجعل من الصعب استخدام نفس البدائل في كل موقف اتصالي .

PROMOTIONAL MIX

المزيج الترويجي:

يطلق اصطلاح المزيج الترويجي على مجموعة من المكونات التي تتفاعل وتتكامل معاً لتحقيق الأهداف الترويجية للمؤسسة في إطار الفلسفة التسويقية السائدة .

ويتكون هذا المزيج من العناصر الآتية هي :

١- الإعلان ADVERTISING

٢- البيع الشخصي PERSONAL SELLING

٣- الإشهار والنشر PUBLICITY

٤- تنشيط المبيعات SALES PROMOTION

RESPONSIBIITY

مسئولية:

هي الإقرار بما نلصق من أفعال أو أقوال وما يترتب عليها من نتائج قد تكون معنوية (الاحترام أو التحقير) أو اقتصادية (التعويض المالي عن الضرر) أو قانونية (الجزاء) أو دينية (الثواب والعقاب) أو أخلاقية (المدح أو الذم) . وتقوم المسؤولية على الحرية، ولا يكلف بما مجنون ، وتسقط عن صاحب الإرادة المسلوبة.

والمسئولية من حيث اللغة : في (المعجم الوسيط) نجد أن - (المستول) من رجال الدولة: الشخص المنوط به عمل تقع عليه تبعته. (والمستول): (بوجه عام): حال أو صفة من يسأل عن أمر واقع تقع عليه تبعته ، يقال: أنا بريء من مسؤولية هذا العمل. وتطلق (أخلاقياً) على: التزام الشخص بما يصدر عنه قولاً

أو عملاً وتطلق (قانوناً): على الالتزام بإصلاح الخطأ الواقع على الغير طبقاً للقانون.

مسئولية اجتماعية: SOCIAL RESPONSIBILITY

وتعنى استعداد يكتسبه الفرد يساعده على المشاركة مع الآخرين فيما يقومون به من عمل والمساهمة في حل المشكلات التي يتعرضون لها ويقبل الدور الذي أقرته الجماعة له ويعمل على تنفيذه ومحاولة الانسجام مع الجماعة التي يعيش فيها.

فهى شعور وإحساس الفرد بمسئوليته تجاه الجماعة التي هو عضو فيها، وأنها تعنى عملاً أو نشاطاً هادفاً في أى موقع أو بعد من أبعاد الحياة العامة.

المسئولية الاجتماعية للصحافة: RPRESS SPONSIBILITY SOCIAL

إن المسئولية الاجتماعية للصحافة هى الاهتمام بالصالح العام. ويحددها آخرون بأنها الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته. بمعنى أن تتصف الصحافة بسداد الرأى والدقة والعدل، والاعتماد عليها ومراعاة النواحي الأخلاقية مع التشويق والحصول على الفائدة بالإضافة إلى الحالية في النشر ومراعاة المحافظة على المجتمع. وتختلف النظرة إلى أولويات هذه الصفات تبعاً لما عليه المجتمع من أحوال سائدة. ولكن بالرغم من اختلاف الأولويات فإنها كلها تجمعها مع بعضها البعض عبارة مسئولية الصحافة .

وقد عرف الدكتور عبد اللطيف حمزة المسئولية الاجتماعية للصحافة بأنها المهام التي ينبغى أن تقوم بها الصحافة أمام المجتمع على أن يكون ذلك في إطار تمتع الصحافة بالحرية القائمة على المسئولية والنهج الأخلاقى الذى حدده المجتمع والقانون .

ABSTRACTING

المستخلصات:

والمستخلص هو ناتج عملية الاستخلاص . أو هو النص الذي تم تلخيصه لوثيقة تم نشرها ، بحيث يفي المستفيد عن الرجوع إلى الوثيقة الأصلية. والاستخلاص عبارة عن تلخيص موجز لنص مطبوع في أقل عدد ممكن من الكلمات، بحيث يشمل كافة العناصر الجوهرية للنص. ويعرفه آرن بأنه "عبارة عن ملخص لأحد المطبوعات أو إحدى المقالات مصحوباً بوصف بليوجرافي مناسب يمكن معه التعرف على المطبوع بسهولة وملاحقة آخر التطورات في مجال التخصص وذلك بواسطة دوريات الاستخلاص التي تقوم بتلخيص البحوث العلمية في كافة التخصصات الموضوعية .

PRESS ADVISOR

المستشار الصحفي:

رئيس المكتب الصحفي في هيئة أو مؤسسة حيث يقوم بالتخطيط والإشراف على أعمال هذا المكتب بهدف مد وسائل الإعلام بالأخبار والمعلومات اللازمة ودراسة اتجاهات وسائل الإعلام ومواقفها من النشاط الذي تعمل الهيئة أو المؤسسة في مجاله. ووضع الخطط والسياسات الإعلامية اللازمة والمطلوبة. ويكون هو المتحدث الصحفي أو الرسمي باسم هذه الجهة .

مستشار العلاقات العامة:

PUBLIC RELATIONS CONSULTANT

تلى ظهور ونمو نشاط العلاقات العامة بروز خبراء ومتخصصين وذوى دراية عالية ومتنوعة يمتنون أنشطة العلاقات العامة كمستشارين يتسمون بالموضوعية والحيوية بالإضافة إلى الخبرة .

تختلف الخدمات التي يقدمها هؤلاء المستشارين من منشأة لأخرى حسب ظروف المنشأة فقد تستخدم منشأة من المنشآت مستشارين العلاقات العامة لتخطيط ورسم البرامج وفي منشأة أخرى نجد أن المستشار يشترك مع مدير العلاقات العامة في تخطيط برامج العلاقات العامة ويتولى مكتب المستشار تنفيذ البرامج في كلتا الحالتين تكون خدمة مكتب المستشارين خدمة مستمرة لأن نشاط العلاقات العامة نشاط مستمر ، وأحياناً يحتاج الأمر الاستعانة بمستشار العلاقات لمواجهة مشكلة معينة طارئة لا تتميز بصفة الاستمرار وتنتهي مهمة المستشار بالانتهاء من حل المشكلة.

LISTENER

المستمع:

هو الطرف الأساسي في عملية الاستماع وهو الذي يستقبل المؤثرات الصوتية ويضفي عليها معنى معيناً بعد تمييزها وإدراكها وبه يتحقق هدف المتحدث من عملية الإرسال .

HTML

مستند:-

كلمة Html هي اختصار لـ "لغة ترميز النصوص المترابطة" Text Markup Language Hyper إن مستند Html ببساطة عبارة عن ملف نصي يحتوي على أحرف وكلمات مقروءة بالإضافة إلى علامات خاصة يطلق عليها علامات الترميز Markuptags ولكي يتم تمييز العلامات الخاصة عما سواها من كلمات وجمل مقروءة ، فإنه يتوجب وضع علامات الترميز بين إشارتي أكبر من < وأصغر من > . ولتحديد النص المراد ترميزه توضع العلامة المطلوبة قبل النص وبعده ، ويجب أن يسبق علامة النهاية الرمز "ر" .

NOMINAL SCALE

المستوى الاسمى:

جميع المقاييس الاسمية نوعية. أى ليست كمية . ونحن نطلق عليها لفظ "الاسمى" حيث أن عملية القياس هنا ليست أكثر من إعطاء اسم من أجل تحديد نوعية المتغير. أى أنها فى الواقع مجرد توصيف أو تصنيف أكثر منها إعطاء قيمة كمية.

ORDINAL SCALE

المستوى الترتيبى:

وهو شائع فى كثير من نواحي الحياة . فمثلاً إذا كنا ندرس اتجاهات طلاب الجامعات نحو نظم الدراسة مثلاً، فإننا يمكننا ترتيب الطلاب من حيث السنة الدراسية إلى أربع فئات على الأقل ، السنة الأولى إلى السنة الرابعة . كما إننا نتابع فى الصحف كل أسبوع ترتيب أندية الدورى العام لكرة القدم . كما أن طلاب المدارس وموظفى الحكومة وأفراد القوات المسلحة لهم ترتيب يحدد المكانة الاجتماعية والوظيفية لكل فرد بالمقارنة لزملائه الآخرين .

LEVEL OF ASPIRATION

مستوى الطموح:

مستوى الإنجاز الذى يحدده شخص معين لنفسه ويتوقع تحقيقه . ويمكن أن يستخدم هذا المصطلح ليشير إلى أى شئ يتوقعه الفرد من حيث أسلوب أدائه.. سواء تعلق ذلك باختيار مستوى الطموح ذاته أو بموقف الفرد فى حياته عموماً. وهو اصطلاح أدخله " ليفين " Levin واعتبر مستوى الطموح فى ضوءه كإطار مرجعى ينطوى على احترام الذات وتقديرها . ويمكن اعتباره بمثابة معيار أو مقياس يتسنى للمرء بالاستناد إليه أن يشعر بنجاحه أو فشله ، أو أن يقدر هذا النجاح أو الفشل .

STANDARD OF LIVING

مستوى المعيشة :-

يقصد باصطلاح مستوى المعيشة :- النوع والمقدار النسبى من السلع الاستهلاكية التى يجرى استعمالها . غير أن البعض يرى فى هذا التعريف قصوراً :-

لأن هذا المستوى على عناصر أخرى خلاف مستوى الاستهلاك منها ظروف العمل ووقت الفراغ المتاح وحرية اختيار السلع والمهن .
ويختلف مستوى المعيشة من بلد إلى آخر بل ومن جزء من البلد الواحد إلى الآخر فهو فى البلاد المتقدمة أعلى منه فى المتخلفة وهو فى المناطق الغنية أعلى منه فى الفقيرة بل ويختلف حسب المستوى الثقافى لأن تحسّن الأخير يؤدى إلى نشوء وإشباع احتياجات ومطالب جديدة .

RATIO SCALE

المستوى النسبى:

وهو أكثر المستويات إمعاناً فى الكمية ويمكن إجراء جميع العمليات الحسابية عليه بما فيها الضرب والقسمة التى لا توجد فى المستوى الفئوى . وعلى ذلك فإن المستوى النسبى به صفر طبيعى لا يوجد فى المستويات السابقة .

SOCIAL SURVEY

المسح الاجتماعى:

يدل اصطلاح المسح الاجتماعى على تقارير إحصائية للبحث الميدانى الوصفى أو التوضيحي الذى يشمل على معلومات مجموعة لأول مرة ، معلومات كمية عن مشكلة اجتماعية معينة .

المسح الأفقى والرأسى:

HORIZONTAL AND VERTICAL SCANNING

هو مسح للصورة التليفزيونية فى شكل خطوط أفقية متتابعة. وطريقة المسح هذه تسمح لإشارة فيديو واحدة أن تتضمن كل التفاصيل التى فى الصورة، ففى اللحظة الواحدة تستطيع إشارة الفيديو أن تبين معلومات صورة نقطة واحدة من نقط الصورة، وحتى نحصل على إشارة فيديو بها معلومات إضاءة جميع نقط الصورة، يجب أن يتم مسح كل نقط الصورة فى تتابع زمنى، وهكذا فإن الصورة التليفزيونية تجمع خط بعد خط وكادر بعد كادر، وليس كما فى الصورة السينمائية التى تصور جميعها فى لحظة واحدة. فالصورة التليفزيونية تسمح بنفس طريقة قراءةك صفحة من كتاب أو مجلة. فأنت تقرأ كل الكلمات فى السطر الواحد وبالتالى كل السطور فى الصفحة، بادناً القراءة فى أعلى على اليسار. تماماً كمسح كل عناصر الصورة بشكل متتابع من اليسار إلى اليمين ومن أعلى إلى أسفل. هذه الطريقة تسمى بالمسح الأفقى والرأسى.

SAMPLE SURVEY

مسح بالعينة:

يعتمد على جمع البيانات عن مجموعة مختارة من مفردات المجتمع بطريقة عمدية أو عشوائية.. ودراسة صفات هذه المجموعة ثم تعميم النتائج التى يحصل عليها الباحث بالنسبة للمجتمع الكلى وذلك فى حالة اختيار العينة بإحدى الطرق العشوائية."انظر العينات".

ANALYTICAL SURVEY

المسح التحليلي:

الذى يحاول أن يشرح ويفسر لماذا تستمر حالة أو ظاهرة ما ، يستخدم عادة لاختيار العلاقة بين متغيرين ، ورسم الاستدلالات التفسيرية .
مثل علاقة السلوك بالتغير في أنماط السلوك الاستهلاكي، أو دراسة أسباب التغير في اتجاه توزيع الصحف، أو دخول قراء جدد أو العلاقة بين دوافع القراء، والميل إلى أنماط معينة من الموضوعات الصحفية.

TOTAL SURVEY

مسح شامل:

وهي التي تدرس منها كل أعضاء مجتمع أو جماعة. أى يخضع كل مفردات المجتمع المدروس للدراسة ويفضل هذا الأسلوب عندما يكون غرض البحث هو جمع بيانات عن مفردات المجتمع بصفة شخصية. وفي حالة عدم توافر إطارات أو كشوف وخرائط تساعد على سحب عينة سليمة. وكذلك عندما يكون مجتمع البحث صغيراً، أو عندما ترغب في الحصول على نتائج دقيقة خالية من الأخطاء العشوائية الناتجة عن استخدام أسلوب العينة

ONE SHOT SURVEY

المسح العارض أو المسح غير المقارن:

الذى يستهدف وصف سمات القراء أو غير القراء وخصائص سلوك القراء، أو العزوف عنها، وذلك لمرة واحدة. وذلك لوصف هذه المتغيرات، أو التعرف على علاقتها ببعضها، مثل علاقة السن، أو التعليم ، أو الوظيفة ، أو الإقامة، بالقراءة ، أو التفضيل والاهتمام بصحف معينة، أو مفردات وموضوعات معينة. فهذه العلاقات يمكن استنتاجها من خلال الوصف المجرد لهذه المتغيرات، والاختيار الإحصائي للعلاقات الإحصائية بينها.

مسح متكرر أو دورى: MULTIPLE-TIME SURVEY

والسعى تستهدف وصف المتغير في السمات أو السلوك أو العلاقات بينها . ويعتبر المسح في كل مرة كما لو كان مسحاً عارضاً أو وحيداً ، ذلك أن المتغير يكون فقط في الفترات الزمنية . وتقارن النتائج مع بعضها ، لمعرفة مدى التغير أو الثبات في بعض المتغيرات .

المسح الوصفي: DESCRIPTIVE SURVEY

يحاول أن يصور أو يوثق الوقائع والحقائق والاتجاهات الجارية . وعلى سبيل المثال تقوم محطات الإذاعة والشبكات بمسوح مستمرة لجمهور المستمعين والمشاهدين لتحديد تذوق البرامج ، والتغير في القيم ، وأنماط الحياة التي تؤثر في عملية تنظيم البرامج .

مسرح الأحداث :- VENUE

مسرح الأحداث هو الحيز أو النطاق الذي يدور بداخله الأحداث والحوارات سواء أكان مسرح جريمة أو مؤتمر، ندوة ، مباريات، حوادث، كرة القدم ، الحرائق ، المعارضة الدولية ، معارض الزهور ، المظاهرات .. وغيرها . وحضور المراسل في مثل هذه الأماكن أمر ضروري . إذ يتيح له الفرصة لمعرفة الأخبار من مواقعها بمشاهدة الحدث وتغطيته وملاحظته بدقة بدلاً من الاستماع إلى ما حدث من مصدر الأخبار .

مسلمة: SUPPOSITION

المسلمة قضية نطلب من الناس التسليم بها جديلاً أو على الأقل بقصد الاستمرار في المناقشة، فالمسلمة تفترض كأساس لمناقشة معقولة ولكنها لا

تحتاج إلى برهان شكلي لأنها محتملة الحدوث ، ذلك لأنها أى توهم فرضى أو فرض بدائى يولد لدى قبوله فروضاً يمكن البرهنة عليها تجريبياً .

مشاركة الجمهور: AUDIENCE PARTICIPATION

الجمهور هو الذى يحدد مدى فاعلية الرسالة الإعلامية . فالجوانب المتعلقة بالجمهور تؤثر على فاعلية المضمون.. من حيث شخصيته وأخلاقياته وتجاريه وعواطفه وتعليمه وثقافته وظروفه النفسية والاجتماعية والحضارية والسياسية .. ففى ضوء كل هذه العوامل قد يفهم عكس ما يريده القائم بالاتصال تماماً . كما أن صورة المرسل لدى الجمهور تحدد مدى فهم الجمهور لرسالته.. هذا فى الوقت الذى لا يختار فيه المرسل جمهوره وإنما يتعامل مع جمهور واقعى وقائم بالفعل.. ولهذا لا بد من التعامل معه باعتباره مشاركاً فى عملية الاتصال لا باعتباره مجرد متلقى.. فهو الذى يحدد مدى نجاح عملية الاتصال . ومن ناحية أخرى لبدون المشاركة فى الخبرات لا يكون هناك اتصالاً أصلاً.. ولا ينجح الاتصال فى تحقيق أهدافه .

مشاركة سياسية: POLITICAL PARTICIPATION

هى العملية التى يؤدى الفرد من خلالها دوراً فى الحياة السياسية داخل المجتمع والتى تتمثل فى قيامه بالأنشطة السياسية ومناقشة القضايا السياسية وإدلائه بصوته فى الانتخابات وقراءاته للصحف السياسية المختلفة وقدرته على تقييم الموقف السياسى .

المشكلات: PROBLEMS

المشكلة هى موقف أو حالة تشكل صعوبة وتتطلب حلاً ، وهى حالة تتعقد فيها عوامل متشابكة تتصف بالغموض والصعوبة ويحتاج حلها إلى معرفة أسبابها

وتحليل عناصرها وظروفها ، وهي تشمل عوائق وصعوبات تحول دون الوصول للحالة المرغوبة .

المشكلات الاجتماعية :- SOCIAL PROBLEMS

على الرغم من اتفاق معظم علماء الاجتماع على أهمية دراسة المشكلات الاجتماعية بل وفي تحديدهم لموضوعات هذه المشكلات إلا أنهم يختلفون حول تحديد مفهوم قاطع وواضح للمشكلة الاجتماعية كمفهوم سوسيولوجي فهناك من يتناول مفهوم المشكلة الاجتماعية من خلال المعيار الذاتي والموضوعي لها وهناك من يحدد المشكلة الاجتماعية من خلال مستوياتها المختلفة وثالث ينظر إلى المشكلة الاجتماعية في ضوء الشروط الواجب توافرها فيما يمكن أن نطلق عليه مشكلة اجتماعية .

مشهد: SCENE

ترتيبات الديكور الكاملة لمشهد ما يوضح مكاناً معيناً . ويمكن بناء أكثر من ديكور لأكثر من مشهد تصور عدة أماكن مختلفة داخل الأستديو . وهناك أيضاً المشهد بمعنى SEQUENCE ويعنى سلسلة من اللقطات تصور تفاصيل حدث ما طبقاً لترتيب وقوعها على التقریب . أما الفوتومونتاج SEQUENCE AND MONTAGE فهو سلسلة من اللقطات ليست بالضرورة متصلة زمنياً أو مكانياً ولكنها في مجموعها تهدف إلى خلق أثر معين .

مصادر الأخبار: NEWS SOURCES

يقصد بمصدر الخبر الإشارة إلى الأداة التي تحصل من خلالها الصحف على الأخبار والمعلومات .

ولكل صحيفة مصدران رئيسيان للأخبار :-

الأول: المصادر الذاتية:-

وهى تلك المصادر التى تتمثل فيها الجريدة على هيئة تحريرها فى الحصول على الأخبار مثل المندوب الصحفى والمراسل الخارجى .

الثانى: المصادر الخارجية :-

ويقصد بها تلك المصادر التى تعتمد عليها الصحيفة من غير هيئة تحريرها مثل وكالات الأنباء والاتفاقيات الخاصة والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية والنشرات والوثائق والإنترنت وغير ذلك من المصادر المماثلة .

مصادر علمية :- WELL INFORMED SOURCES

عند التكلم عن المصدر العلمى أو المادة العلمية فى الأبحاث التأصيلية لا يمكننا إغفال قضيتنا : إحداهما تتصل بمصادر المادة العلمية والعناية بمصادر المعلومات أو المصادر العلمية هى من نطاقين إما عن طريق الرجوع إلى نشرات المراجع كما ذكرنا، أو عن طريق الكمبيوتر والإنترنت وشبكات المعلومات للحصول على المعلومة من مصادر مختلفة وهذه المصادر متعددة ولها دورهم فى الإعلام بوجه عام . بها والأخرى : تتصل بمتطلبات الكتابة المتخصصة

مصادر المعلومات: INFORMATION SOURCES

مصادر المعلومات هى جميع الأوعية أو المواد التى تشتمل على معلومات يمكن الاستفادة منها، ويعتمد حجم وطبيعة ومحتوى مجموعات مصادر معلومات المكتبة أو مركز المعلومات أو التوثيق على الأهداف الخاصة به واحتياجات المستفيدين والرواد، وكذلك طبيعة الجهة أو المؤسسة الأم الملحق بها مرفق المعلومات، أو التى أنشأته، إضافة إلى إمكانات المرفق الاقتصادية.. فمصدر

المعلومات هو المصدر الذى يحصل منه الفرد على معلومات تحقق احتياجاته وترضى اهتماماته .

AUTHORISED SOURCES

مصادر موثوق بها :-

المصادر التى يرجع إليها رجل الإعلام فى الحصول على المعلومات والبيانات التى يقوم بنشرها .

إن حق الجماهير فى المعرفة لا يمكن أن ينحصر دون تعددية مصادر المعلومات وتنوعها فذلك الذى يحقق لكل مواطن الحرية فى اختيار المصادر الذى يثق فيها ثم يتيح أيضاً للمواطنين القدرة على المقارنة بين المعلومات التى تنقلها المصادر المختلفة .

وهناك مقولة شائعة فى الصحافة وهى أن الصحفى تقاس أهمية بعدد مصادره وبعلاقاته مع هذه المصادر ، لذا يحرص الصحفى على أن تكون له شبكة واسعة من المصادر التى يحتفظ معها بعلاقات جيدة بحيث يضمن أن تزوده هذه المصادر بالمعلومات عن الأحداث .

وهناك المصادر الرسمية وأحياناً يكون من المتوقع ألا تكشف هذه المصادر عن كل المعلومات الحقيقية .. ومن هناك لا بد أن يحرص المندوب على أن تكون له علاقات طيبة بالكثير من المصادر الثانوية غير الرسمية .

CREDEBILITY

مصداقية:

رغم اعتراض كثير من اللغويين التقليديين على "تصريف" هذا المصطلح فى العربية.. فإنه استقر كواحد من مصطلحات العلوم الاستراتيجية، والسياسة، والاجتماع، وعلم النفس وعلوم الاتصال . وربما يكون الصحفى الكبير محمد

حسنين هيكل، هو أول من نحت المصطلح في العربية ؛ أثناء تحليلاته السياسية أوائل الستينيات، أو قبل ذلك .

وتشير الدلالة المباشرة للمصطلح إلى أنه يعنى درجة قابلية سلوك طرف معين يصدقه الطرف الآخر .

مصداقية المصدر: SOURCE CREDIBILITY

تؤكد معظم نتائج البحوث التي أجريت في مجال الاتصال على درجة الارتباط الوثيقة بين صدق المصدر والثقة فيه من جانب الجمهور ودرجة الاستقبال والتصديق العالية التي تلقاها الرسالة الاتصالية التي يقدمها هذا المصدر .

وترتبط هذه النتائج بما يسمى "مصداقية المصدر" أو قابلية المصدر للتصديق، أو الثقة في المصدر، والتي تشير في مجملها إلى أن " الرسائل الاتصالية سواء في مجال الإعلان أو غيره من مجالات الاتصال — والتي يتم بثها من مصادر عالية التصديق تزيد من درجة إقناعية الرسالة ذاتها .

مصداقية الوسيلة: MEDIUM CREDIBILITY

ويعنى ميل الجمهور لتصديق وسيلة معينة.. وتعد المصداقية من العناصر المهمة للترقية بين وسيلة اتصالية وأخرى . وبشكل عام تعتبر أشكال الاتصال الشخصي أكثر مصداقية من وسائل الاتصال الجماهيرية . والوسائل المطبوعة أكثر مصداقية عن الإذاعة والتلفزيون والسينما.. ويرى البعض أن معظم الناس يصدقون التلفزيون بشكل أكثر جدية عن الجرائد والمجلات . ومصداقية الوسيلة تجعل الجمهور يفهم بشكل جيد ما تقدمه من تحليلات ، كما تجعل لديه

قدرة أكثر على استرجاعها.. وفي الوقت نفسه تزيد درجة اعتماده على ما تقدمه من أخبار ومعلومات.

المصدر أو المرسل: THE COMMUNICATOR

المرسل هو مصدر الرسالة الاتصالية أو الإعلامية . قد يكون المرسل متحدثاً في الإذاعة المسموعة (الراديو) أو كاتباً في صحيفة معينة كما قد يكون شخصاً يتحدث إليك حديثاً مباشراً أثناء اليوم العادية . والاتصال يحدث نتيجة تفاعل المرسل (المصدر) مع المستقبل حتى أنه عرف الاتصال بأنه "العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقى ومرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة" . والمرسل في الاتصال الجماهيري قد يكون فرداً أو مؤسسة أو غيرها ، ولكنه يستخدم وسائل الاتصال الجماهيرية التي تتميز بقوة الإرسال وتكبير وتضخيم الرسالة وإيصالها إلى أكبر عدد من الجماهير أو المستقبلين .

مصمم الإعلان: ADVERTISEMENT DESIGNER

هو الشخص الذي يعمل بوكالة الإعلان ، ويتولى تصميم الفكرة الأساسية للإعلان، ويقوم بكتابة النص، ويعمل بالتعاون مع الرسام لوضع الشكل النهائي للإعلان. ولبلورة أفكاره وتحديد الشكل الأمثل لتقديم الإعلان عليه أن يدرس قبل كل شئ السلعة والمنشأة والسوق. ولكن من الخطأ أن يعتقد بأن مثل هذه الدراسة، مهما اتسعت وعمقت ، يمكن أن تحل محل الخبرة الشخصية.

مصور صحفي: NEWS PHOTOGRAPHER

المصور الصحفي هو الشخص الذي يقوم بالتقاط صور الأحداث المهمة والشخصيات البارزة لنشرها في الصحف، كما يحتفظ بأرشيف للصور المهمة لاستخدامها عند الحاجة . وهو الأساس لكل صورة صحفية ، وأياً كان المصور،

مصور الجريدة الخاص أو مصور وكالة الأنباء ، أو مصور الصور والرسوم أو المصور الذى يعمل فى إحدى إدارات العلاقات العامة فهو المصور الصحفى أياً كان مكانه وعمله .

PUBLICATION

مطبوع:

كل ما ينشر مطبوعاً ، سواء أكان كتاباً أو صحيفة أو مجلة أو نشرة . وتعد وسائل الاتصال المطبوعة **PRINT MEDIA** أهم وسائل الاتصال فى العلاقات العامة لقدرةً على نقل معلومات كاملة فى الزمان والمكان المناسبين . ولأنها تسمح بالسيطرة على ظروف التعرض للرسالة الإعلامية ويتم قراءتها أكثر من مرة والاحتفاظ بها علاوة على قدرتها على عرض المضمون وتطويره بأشكال فنية مختلفة .

مطبوعات ترويج المنتجات:

SALES PROMOTION LITERATURE

تعتبر مطبوعات ترويج المنتجات من أهم أساليب ترويج الصادرات، وتعتبر المطبوعات المكتوبة بأسلوب مبسط وسيلة مناسبة جداً للشركات التى لا تسمح ميزانيتها بإغداق المال الكافى على ترويج المبيعات بأساليب مكلفة .

OFFICIAL PUBLICATIONS

المطبوعات الرسمية:

وهى المطبوعات أو الوثائق التى تصدر عن هيئة أو مؤسسة حكومية تنفيذية أو تشريعية أو قضائية، وتشتمل على معلومات تتصل بنشاط الهيئة أو المؤسسة المسئولة عن هذه المعلومات . وهناك نوعيات كثيرة من هذه المطبوعات كالتقارير والإحصاءات وتقارير اللجان والبعثات والبحوث والاستقصاءات والقوانين واللوائح ومضابط المجالس النيابية .. الخ ويمكن أن نضيف إلى ذلك

أيضاً المطبوعات أو الوثائق التي تصدر عن المنظمات والمهينات الإقليمية والدولية.

ASPECTS OF PUBLIC OPINION مظاهر الرأى العام

نعنى بمظاهر الرأى العام أنماط السلوك التي يستخدمها جمهور الرأى العام في التعبير عن وجهات نظرهم واتجاهاتهم تجاه القضايا والمشاكل التي تمس مصالحهم وتعلق باهتماماتهم .

وتتمثل في :-

١. الثورات.
٢. المظاهرات العامة.
٣. اختلاق الشائعات.
٤. الندوات والاجتماعات واللقاءات العامة.
٥. استخدام أجهزة الإعلام للتعبير عن الرأى العام.
٦. الانتخابات.
٧. برفقيات ووسائل التأييد والمعارضة.

أما المظاهر السلبية للرأى العام: وتمثل في :-

- المقاطعة .
- السلبية والاستهتار .
- الإضراب عن العمل والاعتصام .

APPEARENCE

المظهر:

يعكس مظهر المتحدث مدى رؤيته لنفسه.. كما يجدد الطريقة التي ينظر بها الآخرون إليه ، ويشكلون بها أحكامهم عنه ، حتى قبل أن يتكلموا.. فمن خلال

الأثر البصرى العام الذى يحدثه المتحدث لدى الجمهور عند رؤيتهم له، تتكون لديهم صورة ذهنية محددة.. فإذا كان مظهرك لائقاً، واستحسن مستمعوك ما يرونه منك ، فإنك تكون قد حققت بداية طيبة.. أما إذا لم يحس الجمهور بذلك، تكون كمتحدث قد وضعت عقبة فى طريقك . ويعنى المظهر العام مجموعة من الجوانب هى:

OPPOSITION

المعارضة:

لفظ (معارضة) من الأصل اللغوى للفعل "عرض" : بمعنى نجد فيها التعريض وهو خلاف التصريح، واستعرضهم بمعنى قتلهم ولم يسأل عن حال أحد، وعوارض بمعنى جبل، وعروض وهو ميزان الشعر لأنه به يظهر المتزن من المنكسر فى القصيدة وعروض وهى الناقاة التى لم ترض.
وهكذا فإن الدلالة الأصلية لمعنى (معارضة) هى (المقابلة) وفيها كذلك (المباراة) كما أنهما (مدارسة ومتابعة) وفيها يظهر أيضاً روح (المغالبة أو التحدى).

إلا أن المعنى الذى ارتبط بالمعارضة هو ذلك الشكل من أشكال النظم السياسية حيث تنقسم مظاهر الحكم بين طرفين أحدهما يكون فى السلطة ويطلق عليه الحكومة. والثانى يكون خارج السلطة ويطلق عليه المعارضة ، أى أن المعارضة تعبر عن القوى غير المساندة للحكومة التى تقف منها موقف الضد أو الرفض.

معالجة البيانات والمعلومات:

DATA AND INFORMATION PROCESSING

هى عملية التفكير الخاصة بالتعامل مع البيانات تحليلاً أو تركيباً لاستصلاح ما تتضمنه هذه البيانات أو تشير إليه من مؤشرات وعلاقات ومقارنات وكليات وموازنات ومعدلات وغيرها ، وذلك من خلال تطبيق العمليات الحسابية والطرق الإحصائية والرياضية والمنطقية ، أو من خلال إقامة النماذج وما شابه ذلك .

وهى أيضاً مجموع النظريات والوسائل الفنية التى تستخدم فى المعالجة الآلية المتعلقة بمشكلة ما، كذلك الخاصة بتحليل الأداء الاقتصادى والتى رأى فيها البعض العلاج الناجع لمشاكل الإدارة والوسيلة المثلى لحل المشاكل.

CINEMA TREATMENT

المعالجة السينمائية:

إنها عملية الإعداد الفنى الأولى للفكرة أو القصة أو المسرحية المطلوب إنتاجها. وهى الصياغة الأولى التى يتم فيها معالجة القصة ووضعها فى قالب سينمائى لتجرى عليها بعد ذلك عملية إعداد النص الفنى النهائى " السيناريو " .

NORMS

المعايير:

إذا كانت الأفكار تعنى طرق التفكير فإن المعايير تعنى طرق الفعل . لذلك فإن الأشياء التى ننفر منها ونتحاشاها تعد من العناصر المكونة للثقافة وكذلك الأشياء التى نتقبلها ونرتضيها بصفتنا أعضاء فى مجتمع .

فالمعايير بذلك هى طرق مقننة من الأنظمة . هى طرق فعل الأشياء التى يمكن أن يتقبلها ويقرها المجتمع وتتضمن الطرق الشعبية والأعراف والقوانين .

CULTURAL NORMS

المعايير الثقافية:

وهذه المعايير هي التي تتخذ أساساً في تعريف الثقافة الخاصة بالمجتمعات، وتشمل المعاني والقيم التي تميز الجماعات والمجتمعات خلال مراحلها التاريخية. كما تعتبر الإطار العام لنماذج السلوك المكتسبة أو المتوارثة، والخلفية التي تفسر اتجاه الأفراد في الجماعات والمجتمعات إلى الاستجابة الموحدة لنفس المثيرات، أو المثيرات المتشابهة التي تشمل العالم الدينية، والأخلاقية، والتقاليد والعادات، والأعراف، وطرق التفكير التي تميز الجماعات والمجتمعات.

ISO 9000

معايير الجودة العالمية:

في عام ١٩٨٧ وضعت المنظمة الدولية للمواصفات القياسية ISO ومقرها "جنيف" بسويسرا - مواصفات قياسية عالمية اتفقت دول المجموعة الأوروبية بشكل خاص والدول الصناعية الكبرى بشكل عام على توحيدها لكافة المنتجات فيما عدا المنتجات الكهربائية والغذائية. ووضعت المنظمة الدولية الكهربائية الفنية (IEC) مواصفات فنية للسلع والمنتجات الكهربائية، والغذائية، ووضعت المنظمة الدولية لـ دستور الأغذية مواصفات فنية للسلع والمنتجات الغذائية والحبوب والمضافات والملونات الغذائية وحدود المواد الضارة بالصحة العامة، وكذلك حدود بقايا المبيدات الحشرية والآفات في المحاصيل الزراعية والمنتجات الغذائية.

ERROR RATE

معدل الخطأ:

نسبة الاستجابات غير الصحيحة في نقطة ما أو مجموعة نقاط أو برنامج معين، وكلما ازداد معدل الخطأ كان دليلاً على الحاجة إلى علاج وتعديل المسار في الاتجاه المحدد وهو ما يشار إليه عادة في الأهداف.

EXHIBITION

معرض:

المعرض طريقة أو وسيلة لعرض فكرة ما أو التعبير عنها بترتيب الأجسام وخاصة غير الحى منها ترتيباً مقصوداً وفق خطة موضوعية .
والمعارض كوسيلة للاتصال لا يقتصر استخدامها على مجال واحد بل كثيراً ما تستخدم في المجالات المتعددة حيث تستخدم المعارض في المجال الصناعى لإبراز إنتاج مصنع . كما تستخدم في المجال الدولى حيث تستخدمها الدول لإبراز مدى تقدمها التكنولوجى أو لإبراز حضارتها مثل المعارض التى تقيمها مصر فى الدول الأجنبية لبعض الآثار الفرعونية التى تعبر عن الحضارة المصرية القديمة.

FAIR

معرض تجارى، سوق موسمية:

أحد أنواع المعارض ويخصص للأغراض التجارية ويقام فى تواريخ محددة وبصورة دورية. ويعرض فيه المنتجون عينات من منتجاتهم بغرض إتمام عمليات تجارية. ويعد من أقدم أساليب الترويج للمبيعات .

KNEWLEDGE

المعرفة:

هى أساساً مجموعة المعانى والمعتقدات والأحكام والمفاهيم والتصورات الفكرية التى تتكون لدى الإنسان نتيجة لمحاولات متكررة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة به . فهى تمثل حصيلة أو رصيد خيرة ومعلومات ودراسة طويلة يملكها شخص ما فى وقت معين ، ويختلف بذلك رصيد المعرفة لدى الشخص الواحد من وقت لآخر بمصوله على تقارير جديدة من المعرفة والخبرة . ومن خلال عملية التفكير يستطيع الشخص التعرف على الأحداث المحيطة به ويحتفظ بها فى عقله، ويزيد الإنسان فى العادة من معرفته بصفة مستمرة عن طريق الثقافة

والتعليم لذلك يختلف رصيد المعرفة من شخص لآخر نظراً لاختلاف البيئة التي يعيش فيها كليهما واختلاف التجارب والدراسة والخبرة التي يحصل عليها كليهما.

المعرفة العلمية: SCIENTIFIC KNOWLEDE

تسم المعرفة العلمية بالدقة ، وتتكامل مع أنواع المعرفة السابقة ، وإن كانت لا تخضع للإدراكات الحسية والتأمل والقياس الذي يعتمد على المقدمات التي ربما كانت في أصلها آراء شخصية غير محققة من الناحية العملية .
وتعتمد المعرفة العلمية أساساً على الاستقراء INDUCTION الذي يعتمد على أسلوب الملاحظة المنظمة للظواهر ووضع الفروض ، وإجراء التجارب، وجمع البيانات وتحليلها للتثبت من صحة الفروض أو عدم صحتها .

معسكر: CAMP

وفي مجال العلاقات العامة يعد المعسكر وسيلة من وسائل الاتصال الجمعي تستخدمها بعض إدارات العلاقات العامة لتدعيم الصلات والروابط الطيبة بين المشتركين فيه وبينهم وبين المؤسسة التي تقيم المعسكر . وهي فرصة للترويج عن العاملين والابتعاد عن جو العمل لفترة من الزمن، الأمر الذي ينعكس أثره على نفسية العامل وراحته ويؤدي إلى زيادة إنتاجيته.

المعلق: COMMENTATOR

هو الشخص الذي يعد التعليق وقد يقوم بإلقائه في بعض الأحيان . يقول علماء النفس "أن الحكم على الأشياء جزء من تصورها ، فلا تستطيع أن تحكم على شئ ما بأنه نافع أو ضار إلا إذا تم تصورك له وإدراكك لمعناه" .

إن القراء ليس لديهم الوقت الكافي دائماً لإدراك الأخبار وبعضهم عاجز تماماً عن مثل هذا الإدراك ، ومن ثم كان على الكاتب الصحفي أن يقوم لقراءه بهذه المهمة العقلية والنفسية ، والتي بها يستطيع القراء أن يضموا إلى معرفتهم "الخبر" معرفتهم كذلك بـ "ما وراء الخبر".

DATA

معطيات:

كل ما يمثل مباشرة للذهن ، أو كل المتاح مما يمكن أن نعيه بشكل مباشر وتلقائي من عناصر الخبرة أو مبادئ العلم المسلمة . والمعطيات الحسية هي ما نصلح على تسميته المكونات الموضوعية للموقف . والمعطى الحسى اصطلاح فلسفى يؤثر عليه العلماء في مجال العلوم وعلم النفس استخدام مصطلح الأحاسيس **SENSATIONS** أو الانطباعات الحسية **SENES** **IMPRESSIONS** ، وعموماً فإن كل هذه المصطلحات تندرج تحت مصطلح واحد هو الأفكار الحسية **SENSA** " انظر معلومات".

ADVERTISER

المعلن:

قد يكون المعلن فرداً أو شركة أو مؤسسة أو هيئة حكومية أو شبه حكومية، فإن كان فرداً فإن مشكلته الإعلانية في الغالب بسيطة لا تحتاج إلى بذل كثير من الجهد والعناء، وغالباً يقوم هو بنفسه بعملية الإعلان . هذا إذا كان يعلن عن سلعته أو قد يساعده شخص آخر .

INFORMATION

المعلومات:

والمعلومات هي أساساً عبارة عن مجموعات من البيانات **Data** مقومة ومفسرة محللة ومرتبة ومنظمة ، أى هي ناتج عملية معالجة البيانات لاستخلاص ما تتضمنه البيانات من مؤثرات وعلاقات ومقارنات وكليات وموازنات

ومعادلات وغيرها.. فالبيانات هي ركيزة المعلومات . هي المتغير المستقل الذى لا يستحدث والمعلومات هي المتغير التابع.. كما تعرف المعلومات أيضاً بأنها تلك التى تؤدى إلى تغيير سلوك وفكر الأفراد واتخاذ القرارات ، والمعلومات وسيط لاكتساب المعرفة ضمن عدة وسائل أخرى كالحس والتخمين والممارسة الفعلية والحكم بالسليقة .

وتختلف المعرفة عن المعلومات فى أنها حصيلة الامتزاج الحفى بين المعلومات والخبرة والمدركات الحسية.. فنحن نتلقى المعلومات ونمذجها بما تدركه حواسنا ونقارنها بما تحتزنه عقولنا.. لنصل إلى أحكام ونتائج وقرارات .

المعلومات الإدارية: MANAGEMENT INFORMATION

تعتبر المعلومات العنصر الأساسى فى تحديد كفاءة الإدارة وفعاليتها . وتدخل المعلومات كقاسم مشترك فى أداء المهام والوظائف الأساسية للإدارة . وفى جميع الأحوال تظهر أهمية وضرورة توفير المعلومات التى تنفق مع احتياجات ومتطلبات المديرين من حيث الكمية المناسبة والجودة العالية والتوقيت المناسب مما يؤدى إلى دفع كفاءة أداء العملية الإدارية .

المعلومات الصحفية: JOURNALISM INFORMATION

يمكن تعريفها بأنها البيانات والمعاني والمفاهيم التى تحصل عليها الصحيفة من مجموعة المواد الثقافية والإعلامية المختارة والمجمعة والمنظمة، التى تتضمن هذه البيانات والمعاني والمفاهيم ، التى تفيد فى مجال العمل الصحفى والإعلامى، سواء كان ذلك لجريدة أو مجلة أو لمؤسسة صحفية وإعلامية . والمعلومات والموضوعات تتجمع عادة بمرور الوقت ، نتيجة لعمليات الاختيار والاقتناء، وكذلك القصص من مجموعة الجرائد والمجلات والنشرات والمواد المشاهدة التى ترد

إلى هذا القسم بصورة مستمرة ومنظمة ، ويتم تنظيم وتصنيف تلك المواد وفق خطة أو نظام بحيث يسهل الرجوع إليها . ويجب أن تكون جاهزة للتقديم والمراجعة والاستعانة بها بمجرد طلبها كما يجب أن تكون مفيدة ونافعة في مجال عمل الجريدة أو المجلة أو المؤسسة الإعلامية ضمن مجالات عملها وموضوعات تخصصها .

المعلومات المنتقاة :- ELECTIVE INFORMATION

المعلومات التي تهدف إلى الإقلال من الشك بشأن الحوادث المقبلة ، ومن ثم يجب انتقاؤها لتحقيق هذا الهدف .

قد فرض تزاخم العلم والمعرفة وتزايد مادتها وتعدد مراجعة العمل على تنظيم المادة العلمية والإعلام عنها والبحث عن وسائل لتوصيل أكبر قدر من المعلومات الوفيرة التي تتضمنها الآلاف من الوثائق في شتى أنواعها لتساعدهم في تطوير عملهم ورسم مخططاتهم وإعداد بحوثهم لمضاعفة الإنتاج الفكري ولمعرفة خبايا الحوادث المستقبلية .

ومن ثم :- المعلومات المنتقاة هي المعلومات التي تخلو من أى تشويب والتي تمتاز بالدقة والموضوعية وأنها تلمس حوادث مستقبلية فلهذا أن المعلومات لا بد أن تجمع من مصادر موثوق بها كالمكاتب والقواميس والأدلة الموسوعات والتراجم والسير وفهارس المكتبات والدوريات وأدلة الرسائل الجامعية ومن الأحداث السابقة في نفس المجال وأيضاً من وقائع المؤتمرات وخدمات التكشيف والاستخلاص ومصادر الاتصال الجماهيري ووسائل التقنية بوجه عام .

ومن الأفضل أن يلجئ إلى المصادر الرسمية واللجوء إلى بنوك المعلومات سواء كانت بنوك معلومات عامة أو متخصصة واللجوء إلى المؤسسات الإعلامية للتأكد من نقاء المعلومات الناتجة الحصول عليها .
وكل ذلك لأجل تقديم خدمات المعلومات للمستخدمين من هذه الخدمات ومنها إلى أن تكون ضمن الخدمات المرجعية في مراكز المعلومات مقدماً .

MEANING

معنى:

إنه المحصلة الذهنية والقصد والمضمون المستهدف من أى تعبير لغوى "لفظى" ، سواء كان التعبير اللفظى جملة مفيدة — كما قالت العرب — أو أكثر، أو كان جزءاً من جملة يمكن عزله منطقياً عنها. والمعنى مرتبط بالتعبير اللفظى، ولكنه شئ آخر غيره ، رغم أن أحدهما يشير إلى الآخر ؛ كما أن المعنى امتداد للتعبير رغم أن الجاحظ قال — فى الرسائل : "إن المعنى قد يكون ، دون أن يكون له لفظ" ولكنه قال أيضاً — فى الرسائل "إن اللفظ للمعنى بدن ، للفظ روح".

OBSTACLES

المعوقات:

إن الاستخدام الراهن لمفهوم "معوق" أصبح يتضمن ما هو أكثر من التشييط حيث شمل أيضاً الحيلولة دون تحقيق الهدف ، والمنع عن ذلك . وعرقلة كل ما من شأنه أن يقف فى وجه إنجاز الأمر أو إحراز النجاح .
إن المعوقات والمشكلات والصعوبات والتحديات باعتبارها جميعاً ، ومع اختلافها البين فيما تعبر عنه من معان خاصة ، تشترك فى الإشارة إلى مضمون واحد مؤداه التأثير السلبي على الظاهرة المدروسة . أى الإعاقة عن القيام بعمل.

VISUAL AIDS

المعينات البصرية :-

هى الوسائل التى تعتمد فى الإعلام على حاسة البصر دون الاعتماد على الألفاظ والرموز .

سميت هذه الوسائل بهذه التسمية لاعتمادها على حاسة البصر كمصدر رئيسى فى الإعلام فهى وسيط إعلامى يرتبط بهذه الحاسة الهامة فى حياة الإنسان حيث أن المشاهد العينية للشئ تضيف قوة فى الإثبات والمعرفة لهذا الشئ المشاهدة لذلك فالوسيلة الإعلامية البصرية تلاقى قبولاً لدى المشاهدين أكثر من سواها والإنسان كما هو معلوم يشاهد ما يقع عليه بصره فيتعرف إليه ويستطيع أن يدركه ويفهمه ويعلمه أى يعرف ما يرى إن التفاصيل المشاهدة أحياناً للشئ تعين على معرفته أكثر من سماع وصف أو تسمية مجردة ولا يكون الوصف فى الأصل إلا عند غياب المشاهدة ، وتدخّل القراءة والمشاهدة فى باب الوسائل البصرية كالصحيفة والمجلة والكتاب والمطبوعات الأخرى كذلك النشرات والخرائط والصور .

السرعة = التردد × طول الموجة .

CONCEPTION

مفهوم:

عبارة عن تجريد يعبر عنه بكلمة أو رمز يشير إلى مجموعة من الأشياء أو الأنواع التى تتميز بسمات وخصائص مشتركة . أو هو مجموعة من الأشياء أو الأنواع التى تجمعهم فئات معينة .

ويعنى هذا الاصطلاح رأياً أو مجموعة معتقدات حول شئ معين . ويمكن تعريفه بالاسم الذى يطلق على الأشياء التى هى من صنف واحد . أو الذى

يطلق على الصنف نفسه. واصطلاح المفهوم في علم الاجتماع هو اصطلاح تجريدي لا يمكن اعتباره النظرية الاجتماعية ذاتها بل هو جزء مهم منها ، طالما أنها تتكون من مجموعة أفكار مترابطة ترابطاً منطقياً وجدلياً . إن الأفكار ليست أشياء ثابتة غير قابلة للتغير وإنما هي أشياء ديناميكية تتغير تبعاً لتغير العصر وتقدم المفاهيم .

INTERVIEW

المقابلة:

- المقابلة مرادفة للحديث وفي القواميس والمعاجم وكتب الحديث :-
- الحديث هو "ما يتحدث به وينقل ، ومنه حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم.
 - الحديث "كل ما يتحدث به من كلام وخبر".
- وهي وسيلة من وسائل جمع البيانات.. تعتمد على التفاعل اللفظي بين فردين في موقف مواجهه .
- والمقابلة **INTERVIEW** في الإذاعة والتلفزيون : عبارة عن تبادل للرأى والفكر وتحتاج إلى مقدم برامج ثقافته عالية وإلى ضيف حيث يتبادلان الرأى والفكر في موضوع يهم الناس.. طرفان طرف يملك المعلومة ، وطرف يسأل لكي يخرج هذه المعلومة للمشاهد .
- وفي الصحافة فإن المقابلة الصحفية (الحديث الصحفي) لتعني التأثير بالتداخل وعن طريق رؤية الشخص للآخر وحدث اجتماع تتم فيه المقابلة وجهاً لوجه ، كما أنها تعني كذلك وقوع مقابلة رسمية لتبادل وجهات النظر.
- فالمقابلة الصحفية محادثة هادفة.

FOCUSED INTERVIEWS

المقابلات البؤرية:

وهي التي يقوم فيها الباحث بدراسة خبرة معينة مر بها مجموعة من المبحوثين في موقف معين، ويقوم الباحث في هذه الحالة بتحليل الموقف ودراسة جوانبه المختلفة وإعداد دليل للمقابلة يتضمن أهم الجوانب والفروض الرئيسية التي ستخضع للدراسة.

TELEPHONE INTERVIEWS

المقابلات التليفونية:

تختلف الأحاديث التليفزيونية عن كل من الأحاديث الحوارية والأحاديث المباشرة التي لا تعتمد على الحوار.. فهي أحاديث غير مباشرة وتلقائية وسريعة.. وذات طبيعة خاصة . وتعتبر الآن أحد أنماط الاتصال الرئيسية في كافة قطاعات الأعمال وعندما تكون موظفاً أو عاملاً بمؤسسة ما فإن عملية الرد على التليفون تعد واجباً هاماً لأنك تمثل مؤسستك أو المكتب الذي تعمل فيه.. ومن خلال نعمة صوتك في عملية التحية وطريقة ردك على المكالمة يمكنك أن تخلق انطباع الود أو عدم الود تجاه محادثك .

DEPTH INTERVIEWS

المقابلات المتعمقة:

وتقوم هذه الطريقة باستخدام أسلوب المحادثات غير المخططة . أي المحادثات التي لا تحكمها أسئلة محددة ومعدة سلفاً . ووفقاً لهذه الطريقة يقوم الفرد الذي يقوم بالمقابلة بعدة مقابلات مع الأفراد موضع البحث على أساس فردي وذلك لمدة ساعة أو أكثر. ويكون هدف الفرد الذي يتولى القيام بالمقابلات أن يترك المستهلك يتكلم بحرية تامة عن اتجاهاته نحو الموقف التسويقي

(كالإعلان مثلاً) موضع الدراسة . ومن خلال هذه المعلومات يحاول الفرد القائم بالمقابلة أن يكشف الدوافع الحقيقية وراء السلوك أو الاتجاه.

المقابلات مع جماعات التركيز:

FOCUS GROUP INTERVIEWS

ويعد هذا الأسلوب من الأساليب الحديثة في جمع البيانات المتعمقة عن المستهلكين ولذا فقد يطلق عليه أحياناً اسم المقابلات المتعمقة الجماعية **DEPTH GROUP INTERVIEWS**. ويقوم هذا الأسلوب على فرض أساسى مؤداه أن الأفراد الذين يشتركون في مواجهة مشكلة واحدة سوف يتحدثون عنها دون مداراه أو إخفاء للمعلومات. حيث أن الاشتراك في المشكلة يشجع كل فرد منهم على الحديث عن المشكلة بصراحة تامة . ووفقاً لهذه الطريقة فإنها تهدف إلى تشجيع الأفراد على الحديث عن شعورهم ، واتجاهاتهم ، وإدراكهم للموضوع محل المناقشة.

STRUCTURED INTERVIEW

المقابلة المقتنة:

والسقى يتم تحديد إجراءاتها وخطواتها والأسئلة الخاصة بها مسبقاً، وبشكل منظم، ولا يسمح فيها للقائم بالمقابلة بالخروج عن الحدود المرسومة. وعادة ما تستخدم في استمارات المقابلة المقتنة الأسئلة المغلقة، وتستخدم المفتوحة لأغراض كشف الغموض أو معرفة الأسباب والدوافع.

ESSAY,ARTICLE

مقال:

حديث أو قول مكتوب يتناول موضوعاً ما أو مشكلة ما، يهدف الكاتب إلى إبراز آراءه وأفكاره حول الموضوع أو المشكلة بطريقة منظمة ومنطقية

ويعتمد على عرض الأدلة والبراهين التي تؤيد رأيه، وأنواع المقال متعددة: منها المقال الديني، المقال الأدبي، المقال العلمي، المقال السياسي، المقال الاجتماعي. والمقال مأخوذ من (القول)، والقول في القاموس المحيط: هو الكلام، والجمع أقوال .

وفي لسان العرب : قال يقول قولاً وقيلاً وقولة ومقالاً ومقالة . ويعرفه قاموس "اكسفورد" بأنه: "إنشاء كتابي معتدل الطول في موضوع ما، وهو دائماً يعوزه الصقل، ومن هنا يبدو أحياناً أنه غير مفهوم ولا منظم. وعلى هذا فالمقال هو : بحث قصير في العلم أو الأدب أو السياسة أو الاجتماع ينشر في صحيفة أو مجلة.

LEADING ARTICLE

مقال افتتاحي:

"المقال الافتتاحي هو: تعبير موضوعي عن رأى الصحيفة تدعمه الحقائق والأدلة والإحصائيات في أهم أحداث اليوم التي تمس مصالح أكبر عدد من القراء وتثير اهتمامهم وتدفعهم إلى العمل على تنمية المجتمع وترقيته".

ANALYTICAL ARTICLE

المقال التحليلي:

من أبرز فنون المقال الصحفي وأكثرها تأثيراً ، ويقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام ، ويتناول الوقائع بالتفصيل ويربط بينها وبين غيرها من الوقائع التي تمسه من قريب أو بعيد ، ثم يستنبط منها ما يراه من آراء واتجاهات ، ويربط بين أحداث الماضي والحاضر ليستنتج أحداث المستقبل ، وغالباً ما يكون أسبوعياً . وليس هناك حجم معين له ولكنه قد يحتل صفحة كاملة، وليس شرطاً أن يعبر عن سياسة الصحيفة . وإن كان يجب ألا يختلف معها، ويتسع المجال أمام كتاب المقال التحليلي

للخوض في مختلف مجالات النشاط الإنساني من سياسة واقتصاد واجتماع وفكر وثقافة. وإن كان النشاط السياسي يستحوذ على غالبية ما يكتب من مقالات تحليلية.

SCIENTIFIC ARTICLE

مقال علمي :

المقال العلمي نوعان، نوع يكتب للمتخصصين ونوع يكتب لغيرهم من القراء. والأول مكانه الكتاب العلمي أو المجلة العلمية . والثاني مكانه الصحيفة اليومية .

والمقال العلمي الذي تنشره الصحف والمجلات يحقق غرضان من أغراض الصحافة وهما :-

١- التوجيه والإرشاد.

٢- التسلية والإمتاع.

وليس شك في أن الناس جميعاً في احتياج إلى من يرشدهم على الدوام فيما يتصل بحياتهم العقلية وحياتهم الفنية أو بعبارة أخرى إلى الغذاء العقلي والفني، ويتم ذلك عن طريق المقال العلمي في الصحيفة أو الإذاعة.

وإلى جانب التخصص العلمي لا غنى للمثقفين في الأمة عن الأخذ من كل العلوم الإنسانية بطرف وبهذه الطريقة ستروح الروح البشرية من جهة ويحدث التوازن العقلي والروحي للمواطن المثقف من جهة أخرى .

CRITICAL ARTICLE

المقال النقدي:

يقوم على عرض وتفسير وتحليل وتقييم الإنتاج الأدبي والفني والعلمي، من أجل توعية القارئ بأهمية هذا الإنتاج ومساعدته في اختيار ما يقرأه أو يشاهده

أو يسمعه من هذا الكم الهائل من الإنتاج الأدبي والفني والعلمي الذي يتدفق كل يوم، سواء على المستوى المحلى أو الدولى .

LEAD

مقدمة:

مجموعة الجمل الأول من النشرة الإخبارية أو الموضوع الصحفى . ويتوقف عليها إمكانية استمرار المستمع أو المشاهد أو القارئ فى متابعة المادة التحريرية... وتحدد قدرة المحرر على الكتابة ، كما تفيد فى تحديد السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية .

LITARARY LEAD

المقدمة الأدبية:

هذا النوع من المقدمات ينتمى إلى المقدمات التى تهدف إلى جانب الانتباه. ويمكن استخدامه فى أحداث كل يوم أو الأحداث الخاصة أيضاً، كما أن هذا النوع له أهمية خاصة بالنسبة لكتاب القصة والأعمال الوصفية المقالية ، ويمكن استخدامه لبعث الحياة فى قصة إخبارية روتينية ، وأيضاً فى القصص الإخبارية الشاذة.

WHERE LEAD

مقدمة أين:

نستخدم هذا النوع من المقدمات إذا كان الحدث له معنى خاص وإن كنا فى الغالب لا نبدأ به فى مقدمة الخبر.

BACKUP LEAD

مقدمة البداية المتروعة الصوت:

مقدمة صامتة لفيلم أو تسجيل بالفيديو لم يولف فيه التسجيل الأصيل السابق على الصوت. ويرجع سبب صمت المقدمة إلى نزع صوتها ، أو إخفائه تدريجياً.

HISTORY LEAD

المقدمة التاريخية:

وهي تلك المقدمة التي تتعرض بالكتابة لقصة الحدث أو المكان أو الشخصية — بمراعاة اختلاف نوع الموضوع — حيث تشير في جمل قليلة إلى تاريخ الحدث — مثلاً — ولذلك فهي من نوع المقدمات التفسيرية أو التوضيحية التي تقدم للقارئ فكرة عن موضوع التحقيق حتى يكون على بينة منه ويمكنه القيام بمتابعة المعلومات أو الآراء أو الأفكار التي سيتحدث عنها المحرر خلال صلب الموضوع نفسه — كما يمكن أن تفيد هذه المقدمة أيضاً في حالة الموضوعات التاريخية على وجه الخصوص أو في حالة رغبة المحرر في أن يذكر قراءه بواقعة معينة حدثت في الزمن القريب أو البعيد مما يصلح لإعطاء "المثل" الحى الواضح ، أو يصلح لأن يوضح ما يقال بشأنه .

DIRECT ADRESS LEAD

المقدمة التوجيهية المباشرة:

يفضل بعض المحررين استهلال الموضوع الصحفى بهذه المقدمة ، وجعلها مدخلاً إلى الموضوع. وخاصة في حالة هذا النوع من التحقيقات الذي يقدم إلى القراء خدمة معينة أو يوجههم إلى هدف ما يظن المحرر أن آلاف القراء يسعون إلى تحقيقه.. ففي حالة التحقيقات ذات رد الفعل الجماهيري العريض من مثل تلك التي تتناول فرص دخول الجامعات أو السفر إلى الخارج أو فرص العمل الجديدة تكون هذه المقدمة مما يتوجه به المحرر إلى القارئ مباشرة . فيشعر القارئ بأن صحيفته تقدره وتفكر في نفس ما يفكر فيه.. وأكثر من ذلك يشعر كل قارئ أن هذا التحقيق قد كتب من أجله هو فقط قبل أن يكتب من أجل غيره وأن صحيفته المفضلة لا تحجب طنه وإنما تقدم له ما تستطيع من خدمات.

DIALOGUE LEAD

مقدمة الحوار:

نوع من أنواع مقدمات الأخبار الطويلة أو الموضوعات الصحفية . وتقوم على محاولة خلق نوع من الصراع الدرامي بين أطراف الحوار . ويجب أن تكون لهجة الحوار في المقدمة قوية ومعبرة ومؤثرة في ألفاظها التي تترك في القارئ أثراً يفتح شهيته لقراءة الموضوع أو أن يكون الحوار غريباً في حد ذاته .

NEWS LEAD

المقدمة الإخبارية:

نوع من أنواع مقدمات الموضوعات الصحفية . وهي أقرب أنواع المقدمات التي ترد على ذهن المحرر المتعجل وأوسعها انتشاراً، وعلى قدر كبير من الفائدة. وهي تقوم على أساس تصيد المخبر الصحفي لخبر من الأخبار يرى بفكره الثاقب أنه يصلح لأن يعالج في موضوع صحفي ناجح . وفي هذه الحالة يورد المحرر هذا الخبر في مقدمة الموضوع وهو في الأعم الأغلب يكون تصريحاً لأحد المسؤولين. كما تفيد هذه الطريقة في حالة عدم معرفة القراء بهذا الخبر من قبل.

QUESTION LEAD

مقدمة السؤال:

ينتمي هذا النوع من المقدمات إلى مجموعة المقدمات الوصفية المقالية... وهي تناسب القصص الإخبارية الروتينية أو العادية التي تحتاج إلى طريقة غير رسمية لتقديمها، وهذا النوع من المقدمات يجعل القصة الإخبارية أكثر إثارة للفضول.

ACADEMY LEADER

مقدمة الشريط التنبؤية:

نوع من مقدمة الشريط الفيلمي بعلامة زمنية على كل إطار تستخدم للإشارة إلى بداية الفيلم.

HOW LEAD

مقدمة كيف:

نستخدمها عندما تكون الظروف أكثر تشويقاً عن القصة الإخبارية نفسها. وعادة ما نتجاهل " كيف ولماذا " في مقدمة الخبر وخاصة في الإذاعة وغالباً ما نقدم الإجابة عليها في سياق الخبر وليس في مقدمته .

WHY LEAD

مقدمة لماذا:

نستخدم هذا النوع من المقدمات عندما نعرف سبب حدث معين غالباً ما نكون قد ذكرناه من قبل.

WHAT LEAD

مقدمة ماذا:

إن المقدمة لا يمكن أن تشمل كل الحقائق المتضمنة في الخبر ، ولكنها يجب أن تقدم ما تدور حوله القصة الإخبارية " ماذا " حتى يستطيع المستمع أن يقرر ما إذا كان يريد أن يقضى وقته في سماع الخبر أو لا.. والمقدمات التي تحذف الحقائق الأساسية قد يسمح بها إذا كانت ظروف الخبر معروفة على نطاق واسع بحيث لا يترك الخبر أية حيرة لدى المستقبل . ومقدمة "ماذا" تجيب على سؤال عما حدث ، وإذا أمكن تشمل المقدمة بعض الظروف الأخرى .

STRIKING LEAD

المقدمة المبرزة لفكرة أو زاوية:

وذلك عن طريق كتابة فكرة غير عادية مما يتصل بالموضوع الصحفى ولكن هذه الفكرة تدفع إلى العديد من التوقعات التي تجعل القارئ في حالة ذهنية

مستعدة تماماً لتقبل قراءة الموضوع كله فينتقل من فقرة إلى فقرة.. وهذه المقدمة تقترّب كثيراً من مقدمة "العبارة القوية المتفجرة". وقد أطلق عليها تعبيرات مشابهة — فاسماها "ستيجلمان STEIGLEMAN" بالمقدمة المتفجرة أما "برنك وكلارك BRENNECK & CLARK" فقد أسماها "بالافتتاحية الحية أو الافتتاحية المثيرة".

WHEN LEAD

مقدمة متى:

إن عنصر الوقت هو عنصر هام في المقدمات الإخبارية ، ولكن نادراً ما يبدأ به الخبر كمقدمة وإن كان ذكر الوقت يعد هاماً بالنسبة للراديو بسبب التأكيد على الحادثة والسرعة وأحياناً في مناسبات معينة تصبح "متى" بؤرة القصة الإخبارية وتستحق أن نبرزها.

TABULATED LEAD

المقدمة المجدولة:

هذا النوع من المقدمات أكثر شيوعاً من مقدمة ١-٢-٣ وهو يشبهها إلى حد كبير، والفرق بينهما هو أن المقدمة المجدولة لا تؤكد التفاصيل المختلفة وإنما تتناول أحداثاً مختلفة متعددة... ويكون هذا النوع مفيداً عندما يكون للخبر زوايا متعددة ويستخدمها الراديو كما تستخدمها الصحف لتلخيص القصص الإخبارية التي تتبع من مصادر مختلفة ، ولكنها جميعها متعلقة بنفس الموقف .

SUMMARY LEAD

مقدمة المختصر:

تلك المقدمة التي تقدم اختصاراً للموضوع الصحفى كله — والتي تفيد القارئ المتعجل على وجه الخصوص ، بحيث تمكنه من إلقاء نظرة عجلية على محتوى الموضوع كله.. كما تفيد أيضاً مثل هذه المقدمة في حالة وقوع المحرر في الحيرة من جراء عدم استقراره على تحديد نوع بعينه من أنواع المقدمات.

EFFECTIVE LEAD

المقدمة المؤثرة أو المؤثرة:

نوع من أنواع مقدمات الأخبار الطويلة أو الموضوعات الصحفية . وهي تعتمد اعتماداً كلياً على قوة المعاني الإنسانية المستخلصة من الموضوع ، وعلى الأسلوب البسيط المؤثر والألفاظ التي تحرك الأوتار الحساسة في القارئ. وتقوم المقدمة المؤثرة على أساس من حشد جميع عناصر الإثارة في الجملة الأولى من الجمل التي يشتمل عليها الصدر وهي الجملة التي تقوم مقام العنوان في معظم الأحيان.

COMPARATIVE LEAD

المقدمة المقارنة:

وتسمى أحياناً "باستهلال المفارقة" وهي تلك التي يحاول فيها المحرر أن يجذب الأنظار والأفهام إلى مقدمته عن طريق عقد مقارنة سريعة خلال هذه المقدمة بين الشيء وضده أو بين النقيض ونقيضه . أو بين فكرة وفكرة أو رأى ورأى أو حالة وحالة.. والمحرر هنا وبهذه الطريقة من طرق تحرير المقدمة يحاول أن يشعر القارئ بمدى اهتمامه به بوضعه في موضوع من يقدم له النقيضين ويترك له فرصة الاختيار بينهما أو فرصة تحديد رأيه أو موقفه من فكرة معينة.. ولكن ليس من الضروري أن يكون ذلك على أساس وضع القارئ في محل الاختيار بين النقيضين — وإنما على أساس إبلاغه بالحالين . أو إطلاعه عليهما ليعرف الشيء وضده ، أو النقيض ونقيضه ، دون أن يتخذ من هذه أو ذاك موقفاً معيناً .

WHO LEAD

مقدمة من ؟

"من" هي العنصر الافتتاحي في القصة الإخبارية ذات العنصر الإنساني وفي الأخبار التي تدور حول الشخصيات . فالاسم له جاذبية لدى المستقبل ، فهو لا

يجذب فقط الانتباه ، وإنما يكشف عن طبيعة القصة الإخبارية وعندما لا تكون "من" تحوى أية جاذبية فإنه من النادر أن نستخدمها في المقدمة، وعلى أى حال فإن التأكيد على "من" ؟ ووضعها في المقدمة يرجع للتذوق وحكم المحرر .

DESCRIPTIVE LEAD

المقدمة الوصفية:

وهذا النوع من المقدمات يفيد كثيراً في حالة الموضوعات الإنسانية تلك التي تثير المشاعر والعواطف، حيث تستخدم فيها اللغة ذات الألفاظ الموحية التي تخاطب وجدان القراء، ولذلك فإنه يقال إن هذا النوع من المقدمات يؤدي إلى صور وليس إلى أفكار. من هذه الصور التي تبقى في مخيلة القراء طويلاً .

READABILITY

المقروئية:

مصطلح يشير إلى مدى استيعاب المستقبل للرسالة.. ويقاس عادةً بواسطة حساب متوسط عدد الكلمات في الجملة ومتوسط عدد الجمل البسيطة وعدد المقاطع في الكلمات والرسالة ذات المقروئية جملها في العادة قصيرة.. وبسيطة وكلماتها قصيرة.

RATING SCALE

مقياس التقدير:

سلسلة فئات متدرجة، ومنظمة على نحو متسلسل (من الأعلى إلى الأدنى، أو من الأكثر ملاءمة إلى الأقل ملاءمة، أو من الدرجات الأكبر إلى الدرجات الأصغر) تستخدم في تقدير خصائص الآخرين أو الذات . ويمكن أن تشمل مقياس التقدير على سمات الشخصية، أو على الخصائص الاجتماعية (كالمكانة الاقتصادية والاجتماعية) أو أنماط العلاقات الشخصية المتبادلة (كالصداقة، والتأييد ..).

SUMMATED SCALE

المقياس التجميعي:

ارتبط هذا المقياس باسم "رينسيس ليكرت LIKERT . وهو مجموعة من الفقرات أو العبارات ، يتساوى فيها عدد الفقرات المحايية مع عدد الفقرات المعادية (الإيجابية أو السلبية) التي تدور حول موضوع واحد يخضع للقياس . وتقدم هذه الفقرات (الاستمارة) إلى المبحوثين ، ويطلب منهم تحديد ما إذا كان كل منهم :

- موافق بشدة.

- موافق.

- محايد أو لا رأى له.

- معارض.

- أو معارض بشدة.

ولا بد لكل مبحوث من أن يختار استجابة واحدة، فقط من بين هذه الاستجابات الخمس المحتملة.

CUMULATIVE SCALE

المقياس التراكمي:

هذا المقياس يطلق عليه المقياس التراكمي، ومعنى كلمة "التراكمي" أو "المتراكم" من الناحية العلمية أن الفقرات الداخلة في تكوينه يمكن تنسيقها وترتيبها من حيث درجة الصعوبة أو السهولة . بحيث أنه إذا استجاب مبحوث للفقرة الأولى بالإيجاب فإنه سوف يجيب بالإيجاب أيضاً على الفقرة التي تكون أقل منها صعوبة. ويعرف أيضاً باسم "جتمان GUTTMAN .

مقياس التمييز الدلالي:

SEMANTIC DIFFERENTIAL SCALE

لم يكن الهدف من تطوير هذا التكنيك قياس الاتجاهات بل قياس معاني الأشياء. فقد افترض مبتكره عام ١٩٥٧ OSGOOD, SUCI AND TANNEN-BAUM أن كل شئ لدى الفرد له معنى . أو دلالة . وهذا المعنى أو الدلالة إما إيجابي أو سلبى أو ما بينهما . ولذلك فإذا قدم باحث شيئاً أو موضوعاً (شخص - منظمة - قضية - صراع - سلعة - صحيفة - مؤسسة .. الخ) مألوفاً للمبحوث . فإن هذا المبحوث يتولد لديه معنى يسترجعه من ذاكرته التى يكون قد اختزن فيها هذا المعنى . فإذا قدم الباحث هذا الموضوع أو الشئ للمبحوث فإنه يكون مثيراً لاستجابة . والاستجابة إما سلبية أو إيجابية أو محايدة. فإذا كرر الباحث استثارة الاستجابة عدة مرات لنفس الشئ فإنه يستطيع بذلك أن يعكس شعور (أى اتجاه) المبحوث نحو هذا الشئ.

SENSITIVITY GUIDE

مقياس الحساسية:

مقياس دليلى استرشادى للمقارنة بين نتائج الطبع من السطح الطباعى على فترات للكشف عن مدى إفهاك أو تآكل معالم الصورة الطباعية . ويطبّع هذا الدليل على جانب الصور لأغراض الاسترشاد .

GLOSSIMETER

مقياس اللماعية:

وهو عبارة عن ضوء قوى مسلط على طبقة سوداء شديدة اللمعان، ويسلط الضوء بزواوية ميل قدرها ٤٥ ، ومن خلال عدسة محدبة ، وفي الجانب

الآخر خلية كهروضوئية ، تتلقى الضوء المنعكس من خلال عدسة مقعرة .
وملحق بالجهاز جلفانوميتر ، وتضبط قراءته للأشعة المنعكسة من على الطبقة
السوداء بـ (١٠٠) ثم يحل فرخ الورق المختبر محل هذه الطبقة . فيسجل
الجلفانوميتر ٨٣ مثلاً، وهذا يعنى أن سطح الورق قد عكس ٨٣% من كمية
الضوء التى عكستها الطبقة السوداء، والتى تعمل هنا كمعيار لمدى لمعان سطح
الورق ، وتسجل أكثر من قراءة لنوع الورق نفسه، وتستخرج من هذه
القراءات متوسطاً حسابياً لدرجة لمعان كل نوع من أنواع الورق، ويبلغ معامل
لمعان ورق الصحف ٧٠%.

RATIOSCALE

مقياس النسبة:

مقياس يشتمل على وحدات متساوية يبدأ بنقطة الصفر وتتزايد وحداته
بمقادير متساوية بين كل وحدة وأخرى. هذا، وتعتبر مقياس الوزن والطول
أمثلة على مقياس النسب.

STATUS PRESTIGE

مكانة:

المكانة هى الميزة -حسية كانت أم معنوية- التى يصل إليها شخص، وتبين
عن مدى تأثير الشخص بقوله أو فعله فى نفوس المحيطين به.
كما تعبر عن الوضع الذى يشغله الشخص أو الأسرة أو الجماعة القرابية
أو النسق الاجتماعى بالنسبة للآخرين . ويحدد هذا الوضع : الحقوق
والواجبات وأنواع السلوك الأخرى بما فى ذلك طبيعة ومدى العلاقة بأشخاص
آخريين لهم مكانات مختلفة.

ENLARGER

المكبر:

المكبر أو جهاز التكبير ما هو إلا كاميرا معكوسة. فله عدسة يجب ضبط بعدها البؤرى لتعطي صورة حادة على قاعدة المكبر، وللعنسة فتحات يضبط عليها للتحكم في كمية الضوء التي تسقط على الورق الحساس.

LIBRARY

مكتبة عامة :-

المكتبة العامة : هي مؤسسة تقدم خدماتها لجميع أفراد المجتمع في منطقة معينة، وتساندها مخصصات مالية عامة أو خاصة. وتقوم المكتبة العامة بتمكين المواطنين من القراءة بتزويدهم بالمعلومات للاستزادة من المعرفة، أو تفيدهم في دراستهم أو في تطوير مهنتهم ، وتقديم وسائل البحث في مختلف حقول المعرفة . ويرجع إنشاء المكتبات العامة في مصر الحديثة إلى أواخر القرن التاسع عشر حين تأسست الكتبخانه الخديوية (دار الكتب المصرية) في مارس عام ١٩٧٠ ومكتبة بلدية الإسكندرية (محافظة الإسكندرية حالياً) .

MIXAGE

مكساج الأفلام:

وتعنى إضافة المؤثرات الصوتية والموسيقية والتي لا يمكن تسجيلها أثناء التصوير للمشاهد الصامتة لتعطي مزيداً من الواقعية للمادة المصورة، وتنوع المؤثرات الصوتية التي تستعمل لأداء كثير من الأغراض التي توسع إطار الصورة، كما يحدث في اللقطات التي توضح المكان ، أو تحدد الوقت ، أو توجه اهتمام المشاهد وعاطفته، أو تساعد في توفير الجو النفسي المطلوب.. الخ .، وتتم هذه العملية بعد الانتهاء من عملية المونتاج الفيلمي ، وتعتبر من أدق العمليات الفنية في الأفلام.

SAURUS

المكنز:

المكز عبارة عن قائمة رؤوس الموضوعات التي يمكن بواسطتها تخزين واسترجاع المعلومات إلكترونياً في مجال معين . حيث إن استخدام الحاسب الإلكتروني في تخزين المعلومات واسترجاعها تتطلب اعتماد وسائل ونظم جديدة تأتي في مقدمتها المكنز. وإن إعداد أى برنامج لأى قطاع من المعلومات يراد تخزينها إلكترونياً يستلزم استخدام المكز الخاص بذلك القطاع الموضوعى لكي يتم تخزين المعلومات في الحاسب .

OBSERVATION

الملاحظة:

فالملاحظة وسيلة من وسائل الإنسان لجمع بيانات عن بيئته أو جماعته بقصد وصفها وتوضيح مظاهر الحياة فيها. وتمتاز الملاحظة العلمية بأنها تسعى إلى تحقيق هدف علمى واضح المعالم، كما أنها تحدث عن قصد وبصورة منظمة، وبأن البيانات التي تجمع عن طريقها تسجل بانتظام وفي تناسق هادف ييسره تصنيف ما يلاحظ من ظواهر وما يجمع من بيانات . وتخصص الملاحظة العلمية كأداة أخرى من أدوات البحث العلمى للضوابط العلمية من حيث الثبات والصدق والدقة . ومن أهم أنواع الملاحظة تلك التي يشارك فيها الباحث الأفراد الذين يلاحظهم في نشاطهم وبذلك يتمكن من النظر إلى الظواهر الاجتماعية من الداخل ومن الخارج أيضاً ووصفها بدقة.

SECTION

الملمزمة:

والملازم " SECTIONS " كما نسميها غالباً هي أفرخ الطبع ، تطبع ثم تطوى، حيث تمسك مع الأفرخ الأخرى ، ثم تطوى جميعاً لجعلها كتاباً . وفتياً

نقول، إن أفرخ الطباعة لا تكون ملازم إلا إذا طويت ، وجهت وتماسكت معاً ثم طويت كملازم.

FILE

الملف:

أساساً هو مجموعة من المواد المكتوبة بخط اليد أو على الآلة الكاتبة ، أو المطبوعة، أو أى معلومات مرتبة في ترتيب منهجى، كما يعنى خزانة أيضاً أو ملف، أو صندوق أو حافظة أو أى وسيلة مخصصة لحفظ المواد المذكورة فيما سبق، ويستخدم مصطلح الملف في الأرشيف بمعنى مجموعة متجانسة من التسجيلات أو أى وثائق أخرى محفوظة معاً في ترتيب معين ، تستخدم أساساً لوصف الوثائق الجارية.

أما ملف البيانات المقروءة آلياً **MACHINE READABLE**

FILE فهو ملف غير تقليدى بمعنى أنه غير مطبوع ، ولا يمكن قراءته بالعين المجردة بل بواسطة الحاسب الإليكترونى، إنه ملف إلكترونى . وهو المكون الأساسى لبثوك ومراصد المعلومات، وباقى المؤسسات الاختزانية الإليكترونية الجديدة .

POSTERS

الملصقات:

والمصق لفظ يقابله في اللغة الإنجليزية كلمة Poster ، وفي اللغة الفرنسية Affiche ، وهو يطلق على الإعلان الكبير الذى - يوضع أو يلصق أو يعلق - على الحوائط في الطرقات العامة والميادين وفي الأماكن المختلفة ، والملصقات بمفهومها الحالى تعد "صورة توضيحية كبيرة تعرض فكرة أو رسالة إعلانية موضحة بالكتابة عليها" .

والواقع أن هناك عدة تعريفات للملصق تختلف في ألفاظها وكلماتها، إلا أنها في الحقيقة لا تختلف فيما بينها من حيث المضمون . ومن هذه التعريفات، ذلك التعريف الذي يعرف الملصق بأنه "تعبير عن فكرة ما بواسطة الرسم والكتابة معاً بقصد إثارة أفعال" ويعرفه الدكتور محمد أبو فرحة بأنه "فكرة معبر عنها بالرسم والكتابة بطريقة بسيطة وفعالة ومركزة تجذب الانتباه وتفهم في لمح البصر.

وهناك تعريف آخر الملصق بأنه عبارة عن "لوحة من الورق مصورة وملونة وعادة ما يكتب عليها عبارة أو جملة قصيرة يراعى فيها البساطة والوضوح والجدابية، ويعلق الملصق في الأماكن العامة التي يتردد عليها الناس كثيراً ، أو على جوانب الطرق الرئيسية .

INDIVIDUAL OWNERSHIP

الملكية الفردية:

وهو نمط أكثر شيوعاً في المجلات والجرائد الأسبوعية ، وعادة ما يكون المالك للصحيفة هو رئيس التحرير والمدير، بل ويمكن أن يخدم في أى موقع في منشأته.

JOINT OWNERSHIP

الملكية التعاونية:

وهي نظام للعمل التعاوني بين صحيفتين مختلفتين في نمط الملكية خلال نفس المجتمع، ويتجه إليها الآن بعض الناشرين لتقليل نفقات الصيانة والإدارة والتشغيل، فالصحيفتان - مثلاً - يمكن أن يطبعاً معاً في مطبعة واحدة ، مع احتفاظ كل صحيفة بمكاتبها الإخبارية والإدارية وهيئة تحريرها وإدارة الإعلان والتوزيع بها، وكذا الاحتفاظ بسياسة تحرير خاصة بكل منهما على حدة، ويتم

توقيع اتفاق في هذا النوع من الملكية ، يضع الأساس للارتباطات والالتزامات التمويلية لكل صحيفة أو شركة لتكون ممثلة رأس المال لكلاً المالكين.

الملكية الرأسية: VERTICAL OWNERSHIP

وتعني أن تكون الصحيفة - جريدة أو مجلة - ملكية عامة . فشركة ما - على سبيل المثال - تمتلك وتدير جريدة كبيرة في مدينة ، وقد تمتلك وتدير مجلتين أخريين ، وكذا محطة للإذاعة ، ومصنعاً للورق ، وشبكة للنقل والتوزيع ، ووكالات للأبناء وللإعلان ، وهذه المؤسسات المختلفة تشارك أو تساهم في نجاح الصحيفة .

وقد يطلق على هذا النوع من الملكية : ملكية وسائل الإعلام المشتركة : CROSS MEDI OWNER ، أى عندما يمتلك الناشر جرائد ومجلات ومحطات للإذاعة ، واستوديوهات للسينما ، ومصانع ورق في آن واحد .

ملكية السلاسل أو الملكية الجماعية: CHAIN OR GROUP OWNERSHIP

وهي تشبه بعض الفروع الصناعية والتجارية ، حيث نجد سلاسل من الجرائد أو المجلات أو كليهما، وتقوم بتدعيم استثمارات اقتصادية، أو اتجاهات تحريرية ، وتوجيه إداري .

وهناك شكل آخر لملكية العاملين في المؤسسة الصحفية ، يقوم هذا النوع من الملكية على إسهام العاملين في المؤسسة الصحفية بجزء من رأسمالها تختلف كميته تبعاً للقانون الذي يحدد هذا الجزء، وقد يكون رأس المال قد قسم إلى أسهم تطرح كلها لعامة الناس أو يطرح نصفها ، ويخصص النصف الباقي للعاملين بالمؤسسة يدفع على أقساط وقد يخصص ٢٥% من الأسهم ورأسمال

المؤسسة للعاملين دون أن يدفعوا شيئاً ويحصلون على ٢٥% من صافي أرباح المؤسسة كل عام وهذا ما حدث للعاملين في المؤسسات الصحفية القومية القائمة في مصر عند صدور قانون تأميمها في مايو سنة ١٩٦٠م.

وفي إطار القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦م ، تنحصر ملكية الصحف في مصر في الصحف القومية ، الصحف الحزبية ، صحف الأشخاص الاعتبارية العامة ، (صحف تصدر عن أجهزة حكومية ، صحف علمية تصدر عن الجامعات ، صحف الأشخاص الاعتبارية الخاصة ، وتشمل الصحف : الصحف الحزبية ، صحف التعاونيات، صحف الاتحادات ، صحف الجمعيات المشهورة بالشئون الاجتماعية ، صحف الأندية المشهورة بالمجلس الأعلى للشباب والرياضة، صحف الهيئات الدولية، صحف الطرف الصوفية، صحف الكنائس المسيحية، ثم صحف الشركات المساهمة، وهي الصحف التي سميت بالصحف المستقلة) .

صحف الأفراد: وهي الصحف الصادرة قبل العمل بالقانون رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠م ، ومملوكة للأفراد .

ملكية العاملين: EMPLOYEMENT OWNERSHIP

تسمح خطة ملكية المشاركة المحددة بواسطة بعض الناشرين في صحف حديثة ، للعاملين بشراء أسهم في الشركة التي تدير الصحيفة ، وفي بعض الأحيان يمتلك العاملون غالبية الأسهم ويتحكمون في سياسات الصحيفة .

ملكية المشاركة: PARTNERSHIP OWNERSHIP

وتحدث عندما يعقد شخصان أو أكثر اتفاقاً ملكية شفوياً أو كتابياً ، بغرض تأسيس صحيفة أو شرائها أو إدارتها .

المناخ التنظيمي: ORGANIZATIONAL CLIMATE

اصطلاح ينصرف إلى البناء الوظيفي للمؤسسة كعنصر من العناصر الرئيسية المشكلة لكيانها المادي والاجتماعي من خلال حركته وديناميكيته .
ولذلك ، فهو بوتقة تتفاعل داخلها مواقف الفرد واتجاهاته وحاجاته وتوقعاته مع مواقف المؤسسة واتجاهاتها وحاجاتها وتوقعاتها. وهو نتاج معقد لعناصر فرعية متنوعة ومتداخلة ومتشابكة معاً، لتشكل نظاماً سلوكياً يجمع بين الفرد والمؤسسة في علاقة تبادلية تأثيرية مشتركة.

منادى البلدة :- TOWN CRIER

منادى البلدة هو شخص من أهالي البلدة يخرج لإذاعة خبر أو الإعلان عن شئ محدد يأذن به الأمير أو الحاكم . والنداء وسيلة لنشر الأخبار في العصور القديمة ومازال إلى اليوم في بعض البلاد العربية وغيرها . والمنادى يتجول في المدينة عرضاً وطولاً لإذاعة الأوامر الحكومية وبعض قوانين الدولة وبعض الأخبار العسكرية وكان ينبى عن وصول الحاكم الجديد للإقليم أو الولاية ، كما كان يعهد للمنادى كذلك إذاعة المواعيد التي حددها الحكومة للأعياد الدينية وتحوها ، كما كان على المنادى كذلك أن يذيع نبأ وفاة عظيم من عظماء الدولة وكان عليه أن يجبر بوصول السفن الحربية ورحيلها عن الموانئ العربية ولعل أخطر ما كان يقوم به المنادون في العصور القديمة أنهم كانوا ينادون بالنفير العام والتعبئة العامة أو الدعوة للقتال إذا لزم الأمر ذلك وفي هذه الحالة يذيع المنادون بعض الأحاديث النبوية الشريفة في موضوع الجهاد في سبيل الله .

والإغريق أول من عرف كلمة "منادٍ" وكانت تطلق على البائع الصغير الذى ينادى فى السوق على بضاعته كما كانت تطلق على النادى الرسمى الذى يذيع الأوامر والنواهى فى البلد .

SPECIAL OCCASION

المناسبات الخاصة:

من ضمن السياسات المتبعة فى مجال الدعاية للشركة ومنتجاتها رعاية الشركة لمشروعات خدمية عامة أو مناسبات هامة دون مقابل . من أمثلة المجالات الاجتماعية إبراز الشركة لاهتمامها بالمحافظة على البيئة . ومنها المناسبات الرياضية كسباقات الجرى أو سباقات السيارات والموتوسيكلات ، بما يحقق تحسين الصورة الذهنية للمنشأة لدى أفراد المجتمع عن الشركة .

DEBATE

مناظرة:

ويقصد بها التبارى بين نظراء فى علم ما أو موضوع من الموضوعات أو مشكلة من المشكلات يتجادلون فى بعض مسائله . وتعد أسلوباً للتثقيف ووسيلة من وسائل التعلم تعتمد على الحوار بين المفكرين ، وتكون على ملام من الناس يشهدون الحوار ويتابعونه ولا تأخذ وقتاً طويلاً . الحوار فيها لا حشو فيه ولا تكرار . وتعتمد على الحجاج المنطقى ، وتعد أحد الأنشطة الهامة فى العملية التعليمية حيث تخصص لها جماعة تسمى جماعة المناظرة تهدف إلى تنمية المهارات المختلفة لدى التلاميذ كالحوار والمناقشة والقدرة على الدفاع عن الرأى بالحجج والبراهين المنطقية .

DISCUSSION

مناقشة:

فى مجال التعليم هى موقف مخطط ومقصود يشترك فيه مجموعة من الأفراد تحت إشراف وتوجيه المدرس لمناقشة مشكلة من المشكلات أو قضية من القضايا

بهدف الوصول إلى حل لها. وتعتمد على المعلمين وخبراتهم السابقة وتتم داخل الفصل بين المعلم والمتعلمين أو بين المعلمين فيما بينهم أو خارج الفصل ، ويستخدم فيها أسئلة متنوعة تهدف إلى إثارة المعارف السابقة ، لهم وتثبيت المعارف الجديدة. وتعمل على استثارة النشاط العقلي الفعال للتلاميذ وتتمى التعاون والديمقراطية والعمل الجماعي . وأنواعها متعددة منها المناقشة التلقينية والمناقشة الاكتشافية الجدلية ومنها المناقشة الجماعية ومنها المناقشة الثنائية .

TRIBUNE

منبر :-

جاء في مقاييس اللغة لابن فارس أن منبر جاء من مادة نبر حيث أن النون والباء والراء تدل على رفع وعلو .. ونبر الغلام صاح أول ما يزعزع ورجل بنار جهير وسمى المنبر لأنه مرتفع ويرفع الصوت عليه .

والنبر ارتفاع الشيء عن الأرض 'يقال نبرته انبره نبراً أى رلعته ومنه اشتقاق المنبر وسمى الهمز في الكلام نبراً لعلوه على سائر الكلام . وكل شئ رفع شيئاً فقد نبره والنبر الأمير فوق المنبر، وسمى المنبر منبراً لارتفاعه وعلوه والنبر الجرح إذا ورم .

وقد يطلق عليه في المصطلح الإعلامي بالمنبر الحر Tribune Free حيث يخصص في الجريدة لمقال معين ينشر تحت مسؤولية صاحب دون مسؤولية الجريدة .

والمنبر هو عمارة إسلامية استخدمها النبي صلى الله عليه وسلم في مسجده بالمدينة المنورة لكي يقوم عليه ويخطب في الناس وكان يتكون من ثلاث درجات.

PRODUCER

المنتج:

ويستخدم هذا اللفظ في بعض الأحيان بمعنى مخرج.. وعاده ما يكون المنتج مسئولاً عن التخطيط العام للبرنامج بشكل شامل ويكون مسئولاً عن مجموعات من البرامج أو سلسلة من الحلقات وربما يكون مسئولاً عن إخراج محدد بكل تفاصيله. " انظر إنتاج"

RADIO FORUMS

منتديات الإذاعة:

بدأت فكرة " تعليم الكبار Adult Education " من خلال الاستماع الجماعي إلى "وسيلة" جمعية، في بريطانيا عام ١٩٢٨. وخلال فترة تبلغ حوالي عشرين عاماً، قامت حوالي ٤٠٠ جماعة من جماعات الاستماع إلى الإذاعة بتنظيم ذاتها من أجل مناقشة بعض الشؤون العامة. وتعتبر منتديات الإذاعة التي تظهر في الأرياف ، أفضل نموذج معروف لجماعات مناقشة وسائل الاتصال. ومثال ذلك ما حدث في كندا ابتداءً من عام ١٩٢٩، وفي اليابان عام ١٩٥٢، وفي الهند منذ عام ١٩٥٧، وفي باكستان ومالي عام ١٩٦١، وفي نيجيريا عام ١٩٦٢، وفي غانا ومدغشقر عام ١٩٦٦، وقد جرت منتديات الإذاعة في بلاد أخرى كثيرة مثل : كوستاريكا، والبرازيل، وتوجو ، والنيجر.

TELEVISION FORUMS

منتديات التلفزيون:

هناك منظمات عديدة حاولت تطبيق أسلوب يشبه الأسلوب المطبق في المنتديات الإذاعية، فاستخدمت التلفزيون كقناة جماهيرية لمنتدياتها . وقد قامت منظمة "اليونسكو" عام ١٩٥٤ برعاية برنامجاً تجريبياً هو برنامج النادي التلفزيوني الموجه إلى الريفيين الفرنسيين .

REPORTERS

المنـدوبون:

يعتبر عمل مندوب الإذاعي أو الصحفي هو أساس الخدمة الإخبارية، والمندوب الجيد هو الذى تكون لديه القدرة على تجميع الأخبار وتقديمها إلى المستمع أو المشاهد أو القارئ بطريقة ميسرة.

أما مندوب الإعلانات فهو مادة وروح تحركه حوافز مادية ومعنوية فى آن واحد. ومندوب الإعلان الناجح يعيش قصة حب حقيقية مع وظيفته وهو أمر يجب ألا نغفله، ولكن يجب أن ننظر بعين الاعتبار إلى المندوب ونرفع من مستوى قدراته ونهتم بمهاراته المتنوعة التى من الواجب أن يتحلى بها .

ROSTRA

المنصات:

وتبنى داخل الأستديو أو فى الأماكن الخارجية لوضع الكاميرات فوقها أو ليقف عليها الأشخاص معاً.. ويلاحظ أن بناءها يستغرق وقتاً ويحتاج إلى تقدير دقيق لمدى ارتفاع أجزاء الديكور التى سيجرى تصويرها . فإذا كان المخرج يستخدم كاميرا على رافعة ثلاثية الأرجل Pedestal فإنه سيضطر إلى توجيه الكاميرا إلى أعلى لتصوير الأشخاص الذين يقفون على منصات عالية .

LISTENING AREA

منطقة الاستماع :-

المساحة الجغرافية التى تغطيها إذاعة المحطة وتقسّم عادة إلى مناطق أولية وثانوية .

يتم التسجيل فى الإذاعة بسرعة بالنسبة لجميع المواد التى تذاق ويتم التسجيل غالباً للمواد مثل استخدامها للإذاعة بسرعة ٧,٥ الموجات الكهرومغناطيسية (موجات الراديو) لها خصائص كهربائية وأخرى مغناطيسية لذلك يطلق عليها الموجات الكهرومغناطيسية وهى تنقل فى الفضاء بسرعة

ثلاثمائة مليون متر في الثانية وهذه هي نفس السرعة التي تنقل بها الضوء وفي الحقيقة فهي تنشر موجات الضوء في كل شئ إلا أن تردد الموجات الضوئية أعلى بكثير وتوجد علاقة بين طول الموجة والتردد وهي :-

منطقة الإنتاج: THE PRODUCTION AREA

وهي المنطقة التي يتم فيها تنفيذ النشرات الإخبارية بعد اختيار وصياغة وتحرير الأخبار التي تقدم في النشرات ، ويسمى المسئولون عن تنفيذ النشرة بالمنتجين، ولا بد أن يعمل المنتجون مع بعضهم من أجل تجنب أى أخطاء قد تحدث عند تنفيذ النشرات، فالإذاعات التي تقدم أخباراً مختلفة أو اتجاهات مختلفة للأخبار لا بد أن تضمن التنسيق بين القائمين على تنفيذ هذه النوعيات من الأخبار، وينطبق نفس الشئ بالنسبة لعمل الكتاب والمخرجين وأطقم البرامج الرياضية والطقس .

منطقة الرسوم: THE GRAPHIC AREA

وهذه المنطقة خاصة بغرف الأخبار التليفزيونية حيث يتم إعداد بعض الرسومات التوضيحية أو الخرائط والبيانات الإحصائية التي تساعد في توضيح الأخبار لجمهور المشاهدين ، ولا بد أن تكون منطقة تنفيذ الرسوم جزء مكمل لغرفة الأخبار أو قريبة منها .

المنطقة الطباعية: PRINTING AREA

هي عبارة عن نسبة من مساحة الصفحة ، التي ستكون مشغولة بالكتابة والصور. يستخدم أيضاً لوصف هذه المنطقة مصطلحي: صفحة الكتابة "TYPE PAGE" وأشكال الكتابة "TYPE FORMS" . وتستخدم هذه المصطلحات أصلاً لوصف أشكال حروف الطباعة . بعد بناء مقاس

لصفحة، تكون المشكلة هي كم منطقة يجب أن تشغلها الصور والكلمات لكي تبرز؟. يجب أن يكون مقياس المنطقة الطباعية مقنعاً وفي موضع يحقق التوازن .

المنظمة العالمية للملكية الفكرية (ويبو):

WORLD INTELLECTIVE PROPERTY ORGANIZATION (WIPO)

- هي منظمة دولية حكومية يقع مقرها الرئيس في جنيف بسويسرا . أسست بموجب اتفاقية دولية تم توقيعها في استوكهولم عام ١٩٦٧ تحت عنوان إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية . دخلت حيز التنفيذ عام ١٩٧٠ م .
أهدافها :

- ١- دعم الحماية الملكية الفكرية في كل العالم .
- ٢- ضمان التعاون الإدارى بين اتحادات الملكية الفكرية يسبقها حق المؤلف ، الملكية الصناعية .
- ٣- مساعدة الدول النامية خاصة في المجال الصناعى وتنمية أنشطة الملكية الصناعية لديها .

PERSPECTIVE

منظور:

القيم والمعتقدات، والاتجاهات، والمعاني التي تتوفر في الإطار الفكرى ، أو في وجهة نظر الفرد لموقف معين. ويتكون المنظور من مجموعة دعاوى ، ليست محددة بالضرورة تحديداً شعورياً واضحاً ، ولكنها تؤثر فيما يدركه الشخص وفي تفسيره لمذكراته .

SOUND PERSPECTIVE

المنظور الصوتي:

يعتبر المنظور الصوتي واحداً من أهم الاعتبارات الجمالية الصوتية ، وهو يشير إلى العلاقة بين الصوت والصورة . فمعاً الوجود الصوتي SOUND PRESENCE والصورة في الحيز المرئي VIDEO SPACE يحددان المنظور الصوتي SOUND PERSPECTIVE . عندما نشاهد لقطة قريبة CLOSE-UP للمثل ستوقع أن يكون الوجود الصوتي أقرب وأكثر حميمية أكثر من الوجود الصوتي الذي سيصاحب لقطة عامة LONG SHOT . وهكذا يمكن القول أن الوجود الصوتي يجب أن يماثل تماماً الوجود المرئي في أي حجم من الأحجام ، بل إن هذه العلاقة يجب أن تناظر بصريات البرنامج وتزيده قيمة وجمالاً .

METHOD

منهج:

الطريق المؤدى إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من قواعد عامة قيمين على سير العقل وتحدد عملياته حتى تصل إلى نتيجة معلومة" ، أو بأنه "البرنامج الذى يحدد لنا السبيل للوصول إلى الحقيقة". أو أنه: "الطريق المؤدى إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم .

ويقوم المنهج العلمى على الملاحظة وتعريف المقولات الكلية التى تصف السمات المطردة للشئ الملاحظ ، ثم تعميم القوانين الكلية البسيطة المعبرة عن هذه السمات المطردة تعميماً استقرائياً ، والتصدى لتفسيرها بالفروض ، ومقارنة نتائج الفروض إذا تعارضت مع التعميمات ، ثم تنظيم الفروض التى تعتمد للاختبار فى بدئيات، والتدليل على بقية النظرية كنتيجة لما سبق .

THE HISTORICAL METHOD

المنهج التاريخي:

المنهج الذي يستخدم في الحصول على أنواع المعرفة عن طريق الماضي بقصد دراسة وتحليل بعض المشكلات الإنسانية والعمليات الاجتماعية الحاضرة ، فالماضي لاشك يحوى بذور الحاضر.

THE EXPERIMENTAL METHOD

المنهج التجريبي:

يطلق على المنهج التجريبي عدة تسميات أخرى غير هذا الاسم، فيطلق عليه منهج العلاقات السببية، كما يطلق عليه أيضا منهج القياس القبلي والبعدي للمجموعات الضابطة ، كما يطلق عليه المنهج المعملى ، ويعتبر المنهج التجريبي أكثر المناهج ملائمة لبحث العلاقات السببية بين المتغيرات أو اختبارها، حيث يمكن من خلاله ملاحظة تأثير أحد المتغيرات في الآخر تحت ظروف الضبط المحكم، وبذلك فهو يعتمد أساسا على التحكم الدقيق في المتغيرات وتحقيق أعلى مستويات الضبط حتى يمكن رصد العلاقة بين متغيرين أو أكثر يفترض الباحث أن بينهما علاقة ارتباط سببي، ويعتبر المنهج التجريبي من المناهج البحثية الهامة للكشف عن الحقائق بما يجعلنا نحصل على نتائج نطمئن إليها إذا ما أجريت التجارب بطريقة سليمة.

CASE-STUDY METHOD

منهج دراسة الحالة:

المقصود بدراسة الحالة هو اختيار عدد محدود من الحالات أو المفردات المثلة ودراستها دراسة شاملة متعمقة في محاولة لوصف وفهم كل حالة على حدة، وتحليل العوامل والقوى الداخلة في كل منها، والعلاقات بينها، ومدى الترابط بين هذه العوامل ، وذلك بهدف التعرف على كل الخصائص العامة لجميع الحالات أو المفردات تحت البحث، واكتشاف نوع الخصائص المشتركة

بين هذه الحالات، والخصائص التي تنفرد بها أو تميز مفردة أو حالة واحدة بين عدد محدود من الحالات، كما أن دراسة الحالة تسمح بالتركيز على موقف أو حالة واحدة أو اثنتين أو ثلاثة. ويتم فحص واختبار الموقف أو مجموعة العوامل التي تتصل بسلوك معين في هذه الوحدة، وذلك بغرض الكشف عن العوامل التي تؤثر في الوحدة المدروسة أو الكشف عن العلاقات السببية بين أجزاء هذه الوحدة، ثم الوصول إلى تعميمات علمية متعلقة بها وبغيرها من الوحدات المشابهة.

SURVEY METHOD

منهج المسح:

يعتبر من أنسب المناهج العلمية لملاءمة للدراسات الوصفية بصفة عامة ، ذلك أن هذا المنهج يستهدف تسجيل، وتحليل، وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ، ومصدرها ، وطرق الحصول عليها.

وهو على نوعين :

- المسح الوصفي Discriptive Survey ، الذي يحاول أن يصور أو يوثق الوقائع والحقائق والاتجاهات الجارية . مثل الدراسات الوصفية للتعرف على خصائص القراء أو غير القراء ودوافع القراءة ، وأسباب العزوف عن القراءة.

- المسح التحليلي Analytical Survey ، الذي يحاول أن يشرح ويفسر لماذا تستمر حالة أو ظاهرة ما ، ويستخدم عادة لاختبار العلاقة بين متغيرين، ورسم الاستدلالات التفسيرية .

COMPARATIVE METHOD

المنهج المقارن:

يشير المصطلح إلى الإجراءات التي يستعين بها الباحث للكشف عن أوجه الشبه والاختلاف بين الظواهر، وفقاً لبعض المحكات التي تجعل هذه الظواهر قابلة للمقارنة بهدف اكتشاف العوامل السببية الخاصة بظهورها وتطورها، وصور الارتباط والتداخل بين كل منها.

وهو طريقة للمقارنة بين مجتمعات مختلفة، أو جماعات داخل مجتمع واحد، للكشف عن أوجه الشبه والاختلاف بينها وإبراز أسبابها. وكان "أرسطو" أول من استخدم هذه الطريقة استخداماً منظماً في دراسته للأنظمة السياسية.. كما استخدمت في القرن الثامن عشر من قبل علماء اللغة لمقارنة لغات مختلفة للكشف عن خصائصها العامة حتى يمكن تصنيفها إلى مجموعات لغوية.. وفي القرن التاسع عشر استخدمت لتحديد أوجه الشبه بين النظم الاجتماعية حتى يمكن تتبع أصولها العامة.

ويستخدم المنهج المقارن أيضاً ليشير إلى الإجراءات التي يستخدمها الباحث للكشف عن أوجه الشبه والاختلاف بين الظواهر وفقاً لبعض الصفات التي تجعل هذه الظواهر قابلة للمقارنة بهدف اكتشاف العوامل السببية الخاصة بظهورها وتطورها وصور الارتباط والتداخل بينها.

BALANCE OF POWER

مميزات القوة:

يستخدم هذا المصطلح غالباً في الأغراض الإعلامية لتبرير بعض السياسات، إلا أنه قد يصف مبدأ استراتيجياً في السياسة الدولية، حين تعمل دولة على مواجهة التهديدات الخارجية لها، وذلك بزيادة قوتها التسببية من أجل استعادة

مميزات القوة الذى يمكن أن يكون قد اختل نتيجة دخول عناصر مادية أو معنوية أدت إلى اختلال هذا الميزان .

CONFERENCES

المؤتمرات:

شكل من أشكال الاجتماع يدار طبقاً لخطة منظمة ، ويسعى إلى تبادل المعلومات بين الأعضاء وتحقيق التفاهم بينهم عن طريق المشاركة الشفهية الفعالة، وذلك حول قضية أو موضوع أو مشكلة أو ظاهرة يهتمون بها أو مرتبطة بظروفهم بقصد التواصل إلى آراء أو توصيات أو قرارات مناسبة والعمل على الالتزام بها.

PRESS CONFERENCE

مؤتمر صحفى:

هو مصدر للأخبار التى تدلى بها إحدى الشخصيات الهامة فى حضور أكثر من صحفى لشرح سياسة جديدة أو قوانين محل الدراسة أو مناقشة قضية تمم الرأى العام . وغالباً ما يأخذ المؤتمر الصحفى شكل حوار بين الصحفيين والشخصية المسئولة التى تدعو للمؤتمر حيث يرد على الأسئلة التى يوجهونها إليه، ومن حق الصحفى أن ينشر تفاصيل كل ما دار فى المؤتمر الصحفى حتى ولو لم يكن هو نفسه قد سأل أى سؤال .

TELECONFERENCING

المؤتمرات عن بعد:

يمكن تحديد المؤتمرات عن بعد باعتبارها وسيلة حديثة تستخدم الاتصال الإلكتروني بين ثلاثة أشخاص أو أكثر، فى مكانين مختلفين أو أكثر. وتمتد المعلومات التى يقدمها المشاركين فى المؤتمر عبر المسافات البعيدة، بحيث لا يحتاجون إلى الاجتماع وجهاً لوجه لتحقيق أهداف الاجتماع . وتختلف المؤتمرات عن بعد من حيث أهدافها ، وأشكالها ، بداية من شكل المقابلات

الصغيرة الحميمة التي لا تحتاج إلى تبادل أوراق أو رسوم ، إلى شكل الندوات الضخمة التي تتضمن تبادل الأوراق والرسوم والبيانات بين المجتمعين .

SOUND EFFECTS

المؤثرات الصوتية:

ويمكن أن نطلق عليها أيضاً المؤثرات الخاصة S pecial Effects . وهي الأصوات التي يمكن توليدها باستخدام إمكانيات استديو الإذاعة ومعداته التي يمكن بواسطتها تغير ذبذبات الصوت البشرى وتغيير خصائصه ، ومعالجة كافة الأصوات، إذ يمكننا تحويل صوت المرأة إلى صوت طفل.. وكذلك توليد الصدى Echo، أو الصوت الميت Dead بدون أى ذبذبة صوتية أو الحى Live أو الصوت المصنوع Artificial باستخدام ما يسمى بمرشح الموجات الصوتية Filter الذى يغير من خواص الأصوات ، أو باستخدام الميكروفون المرشح Filter Mic ويستخدم فى خلق المؤثرات الخاصة .

LIGHTING EFFECTS

المؤثرات الضوئية:

المؤثرات الضوئية هي المؤثرات الخاصة التي تصاحب أحداثاً أو تعبر عن موقف خاص، ومن أمثلة ذلك ضوء النار وسقوطه على الوجوه (عندما يكون الشخص أو الأشخاص قرب مدفأة أو فرن أو أى مصدر من مصادر النيران) . ويمكن إحداث هذا المؤثر بواسطة قطعة من القماش المشتعل وتحريكها بطريقة مهزوزة (مرتعشة) أمام الوجوه أو على الحوائط .. الخ .

DIGITAL VIDEO EFFECTS

مؤثرات الفيديو الرقمية:

من أكثر التطبيقات المبدعة للتكنيك الرقمية DIGITAL TECHNOLOGY ويستخدم لها جهاز مؤثرات الفيديو الرقمية DVE فهو جهاز معقد جداً من الناحية التكنيكية إلا أنه يعتمد على مبدأ بسيط نسبياً،

فهو يقوم في أى وقت بانتزاع GRAB أى كادر فيديو ، من أى مصدر فيديو (كاميرا LIVE CAMERA ، جهاز فيديو VTR ، فيلم FILM شريحة فيلمية SLIDE) ويقوم بتغييرها إلى معلومات رقمية DIGITAL INFORMATION . ويقوم بالتلاعب بها بطرق مختلفة كثيرة ، فهو يحدف منها، ويضيف إليها، ويزحزحها رقمياً وفي سرعة مذهلة، وكل هذا التلاعب يتم في لحظتها، وفي زمن حقيقى وهكذا يتمكن المونتير من رؤية جميع التعديلات والتغييرات على الشاشة VIDEO SPACE حتى يصل بها إلى الكمال . ثم وأثناء تخزينها في الذاكرة (RAM) يطلق على الخطوات التى قام على أساسها توليد هذا المؤثر رقماً معيناً ADDRESS NUMBER ، وعندها يستطيع أن يسترجع هذا المؤثر عند طلبه في سرعة مذهلة . وأخيراً يقوم بإعادة تحويلها مرة أخرى إلى معلومات فيديو نظيرة ANALOG INFORMATION ليقوم بإرسال الإشارة الجديدة إلى جهاز المازج الإليكترونى . فعند دمج جهاز المؤثرات الرقمية DIGITAL VIDEO EFFECTS ، بمولد المؤثرات النظرية الخاصة ANALOG SEG " في جهاز المازج الإليكترونى VISION MIXER " . فإن احتمالات المؤثرات المرئية لا نهاية لها .

PRESS INSTITUTION

مؤسسة صحفية:

إذا كانت عبارة المؤسسة الصحفية تعنى المنشأة أو الهيئة التى تتولى إصدار الصحف أو الصحيفة، وتتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانونى وتختار الكيان الإدارى الذى يتلاءم مع اعتبارات كثيرة ، فإن مصر لم تعرف هذه العبارة إلا مع صدور القانون رقم (١٥٦) لسنة ١٩٦٠ الخاص بتنظيم الصحافة، والصادر فى ٢٤ مايو ١٩٦٠ ، والذى انتقلت بمقتضاه ملكية

الصحف الفردية إلى الاتحاد القومي (ثم الاتحاد الاشتراكي العربي من بعده) حيث نصت المادة السادسة من القانون المذكور على أن يشكل الاتحاد القومي مؤسسات خاصة لإدارة الصحف التي يملكها ، ويعين لكل مؤسسة مجلس إدارة يتولى مسئولية إدارة صحف المؤسسة ، كما نصت المادة السابعة - من القانون نفسه - أن يعين لكل مجلس إدارة رئيس وعضو منتدب أو أكثر ويتولى المجلس نيابة عن الاتحاد القومي مباشرة جميع التصرفات القانونية .

AUTHOR

مؤلف :-

الفرد أو الهيئة المسئولة عن المضمون الفكري للكتاب وما في حكمة، والمؤلف هو الذي يحقق ذاتية الكتاب ، ويختلف عن المحرر والجامع والمترجم على الرغم من أن أي من هؤلاء قد يحمل محل المؤلف في حالة عدم وجوده هو خالق أو صانع الأفكار التي ستنتشر على الملأ عن طريق الكتاب . وهو منظم الكلمات والصور والخرائط والجداول ، الخ .. التي تعرض فيها الأفكار وتقدم للقارئ .

كلمة المؤلف بالمعنى القانوني في علاقات التعاقد مع ناشر قد تكون جماعة أو مؤسسة بل وربما تكون حكومة من الحكومات أو هيئة دولية مثل اليونسكو .

المؤلف هو المالك الأول لحق النشر للعمل الذي خلقه وهو عادة يسعى إلى بيع هذا الحق لناشر يتولى إعادة إنتاج المخطوط .

أن المؤلف مختلف جداً في الواقع من الأمر . فالمؤلف لا تقع على عاتقه مسئوليات ثقيلة فقط يشترك فيها مع الناشر وهي إعداد المخطوط إعداداً كافياً وإلياً للناشر الذي يقدمه بدوره للطابع .

CONFRONTATION

مواجهة:

ورغم أن الكلمة على المستوى الدلالي أو المعجمي أو المعنى المباشر تعنى تقابل شيئين وجهاً لوجه — مقابلة تنافسية أو صراعية أو مباشرة ، فإن علماء الإستراتيجية السياسية منحوها أبعاداً أبعثت من تحليل المواقف السياسية المركبة في حالة تصادم مصالح ورغبات وإرادات دولتين أو مجموعتين من الدول . والحقيقة فإن أول من استخدم هذه الكلمة بدلالاتها السياسية كان الرئيس الأندونيسي السابق "سوكارنو" أوائل الستينيات أثناء الصراع مع ماليزيا . وقد أطلقت هذه الكلمة على الصراع الدولي الذي يمكن فيه تجنب الالتحام العسكري أو الصراع المسلح المباشر حيث تستخدم وسائل الدعاية لإثارة المخاوف من تأثير الصراعات الدولية .

RADIO-WAVES

موجات الراديو :-

هى موجات كهرومغناطيسية تنتشر في الفراغ ، وهى إحدى وسائل نقل الأصوات عن طريق الإذاعة ، والطول الموجى هو المسافة بين نقطتين متاليتين يكون الاهتزاز فيها متطابقاً كيفاً ومقادير واتجهاً في أية لحظة والتردد هو عدد الموجات التى تمر عبر أية نقطة معينة في الثانية ، والسرعة تساوى حاصل ضرب طول الموجة في التردد .

يؤثر تردد موجات الراديو على انتشارها ومداهها بل ويحدد أيضاً كمية المعلومات التى يمكن أن تحملها الموجة مما يكون له أثره في تحديد المجالات التى يمكن استخدام موجات فيها دون موجات أخرى . وتنتشر موجات الراديو في الأثير حيث تشغل كل منها حيزاً ثم تعين حد أدنى وحد أعلى له .

ENCYCLOPEDIAS

الموسوعات:

الموسوعات (دوائر المعارف) عبارة عن كتب تعالج الفكرة بدلاً من الكلمة. وهى تحوى غالباً أفكاراً عديدة جداً وفى شتى الموضوعات . ومن هنا جاءت تسميتها بدوائر المعارف حيث إنها تضم بين دفتيها مختلف الموضوعات . أى تدور فى دائرتها مختلف المعارف. وترتب عادة هجائياً لسهولة الاهتداء إلى الموضوع المطلوب وتزود بكشاف هجائى للاستدلال عن جزئيات الموضوع .

OBJECTIVITY

موضوعية:

الموضوعية تعنى فصل الرأى عن الحقيقة، وتحقيق الزاوية والتوازن، بإعطاء الأطراف المختلفة فرصاً متكافئة لإبداء وجهات نظرها، حتى يتسنى للقراء الحصول على كل المعلومات اللازمة حول قضية ، أو حدث من الأحداث، أو مشكلة . وهى تعنى الحياد ، بمعنى عدم التحيز ، والتحيز يعنى أن يتحور الكاتب بشكل مطلق من التأثيرات والأولويات، بمعنى أن يبذل قصارى جهده لتلاقي أثر كل من العوامل الذاتية الشخصية ، والعوامل الخارجية التى تدفعه إلى تحريف الواقع . وعلى هذا ، فالموضوعية تعنى البعد عن كل التحريفات المتعمدة ، أما التحريفات التى تحدث لأسباب خارجة عن الإرادة فهذه لا حيلة لنا فيها .

SITUATION

موقف:

الموقف هو ما يؤثر فى الفرد فى لحظة ما من منبهات اجتماعية ومن علاقات تنظم هذه المنبهات. ويقترح انجلش H.B. ENGLISH وانجلش A.C. ENGLISH فى قاموسهما اعتبار الموقف نقطة على تدريج متصل يشير إلى درجات متفاوتة من تعقد العوامل المؤثرة فى السلوك ، والتدريج يبدأ " بالمنبه " ،

وهو أبسط المؤثرات الخارجية في السلوك ثم ينتقل إلى " الشئ " ثم إلى " المحيط " ،
ثم إلى " الموقف " ثم إلى " البيئة " ثم إلى " المجال " .

وفي الفلسفة المعاصرة الموقف: علاقة الموجود مع الموجودات الأخرى .
والموقف لدى علماء الاجتماع، هو ميل أو نزعة يتعلمها الفرد من بيئته
الاجتماعية ويستعملها في تقييم الأشياء بطريقة متميزة ومتماسكة .

MONTAGE

المونتاج:

هسى عملية تشذيب وتهذيب الفيلم أو شريط الفيديو باستبعاد لقطات غير
صالحة من حيث المضمون أو النوعية ، أو إضافة لقطات ما ، أو تبديل ترتيب
اللقطات بطريقة مخالفة لطريقة تصويرها معاً.. ومعنى هذه الكلمة مخالف لمعناها
الدارج في الولايات المتحدة إذ تعنى تتابع مجموعة من اللقطات لخلق فكرة
معينة. وغالباً ما يكون موضوعها انتقالياً كمرور الزمن أو مرور الحوادث . وقد
ترتبط الصورة فيها بالمزج أو الازدواج أو أى مؤثرات أو حيل أخرى . أما في
الاتحاد السوفيتي فطلق كلمة مونتاج على عملية خلق فكرة معينة نتيجة ربط
صورتين بعضهما ببعض بحيث لا يمكن أن تتضمن كل صورة منها هذه الفكرة
منفردة.

MONTAGE COLLECTIF

المونتاج التركيبي:

أسلوب خاص للمونتاج يرتبط بالفنان المنتج ، أى بكيفية تشكيله للواقع
أى يرتبط بأسلوبه وفلسفته الشخصية.

ولقد وضع أسس هذا المنهج الفني دذيجا فيرتوف DZIGA VERTOV
ولقد توصل هذا الفنان إلى نمط خاص يوضح مفهوم العمل السينمائي وارتباطه
الكلّي بالمونتاج. فالفيلم يخلق على منضدة المونتاج أو على طاولة المونتاج .

ووفقاً لهذا المنظور، تخلق وتبتكر الوحدة الفنية الكاملة من خلال عملية الإنتاج، أى أن الفيلم يصبح ناتجاً فنياً لهذه التوليفة الفنية المنسجمة التي تعتمد على عنصر التجميع اعتماداً كلياً ووفقاً لفلسفة شخصية في توظيف إمكانيات عملية الإنتاج.

MONOTYPE

المونوتايب "آلة الجمع الحرفية":

من أهم آلات الجمع التي اخترعت سنة ١٨٧٠م وكان لها أعظم الفضل في التمهيد للاختراعات التالية وقد أشرفت على صنعها شركة "وود ناثن الأمريكية" وتسمى بالحرفية لأنها تجمع الحروف حرفاً حرفاً بدلاً من جمعها في سطور متماسكة .

PRESS CODE OF ETHICS

ميثاق الشرف الصحفي:

ويقضى المبدأ الثاني بضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الصحافة بمجموعة من المبادئ الأخلاقية التي تستهدف إقامة توازن بين حرية الفرد وبين مصالح المجتمع ، ويتحقق ذلك بخضوع الصحافة لرقابة الرأي العام في المجتمع عن طريق مبادئ الشرف الصحفية .

ولمبادئ الأخلاقيات أشكال متعددة منها : مبادئ خاصة بوسائل الاتصال جميعها . ومبادئ تهتم بجوانب المضمون الاتصالي (التعليمي - الإعلامي - التسلية - الإعلان - المحمول)، ومبادئ تتناول وسيلة واحدة كالصحافة أو السراudio أو التلفزيون أو الفيلم أو المسرح أو نظم الاتصال الإلكتروني . ومبادئ تتناول جانباً معيناً أو أكثر من جوانب صناعة الاتصال كان تغطي التحرير في الصحافة مثلاً أو الإعلان أو التوزيع أو طرق الترويج.. إلخ .

MECHANISM

ميكانيزم:

يستخدم هذا المصطلح للإشارة إلى أى ترتيبات أو أى بناء أو تعاقب وتسلسل الأفعال والاستجابات والاتجاهات والأنماط الثقافية أو الأوضاع الاجتماعية أو أى وحدات أخرى . ويكون من شأنها تسهيل إنجاز أهداف بعينها أو وظائف أو حاجات أو عمليات بعض النظر عما إذا كانت قائمة في طبيعة الأشياء أو مختارة عن طريق من يقومون بالفعل ، أو أبرزت وشخصت نظرياً عن طريق الملاحظة .

وقد استخدم المصطلح في علم النفس كما استخدم في علم الاجتماع وفي الأنثروبولوجيا ليشير إلى ثمة ترتيبات لأجزاء تعمل (وظيفية) لمقابلة أو تحقيق أهداف محددة نظرياً، بالإضافة إلى حاجات أخرى أو متطلبات، وقد يكون لهذه الترتيبات نتائج يمكن التنبؤ بها. ومع ذلك يرى بعض الدارسين أن الميكانيزم هو أى بناء أو أى ترتيبات يمكن أن تتيح الوصول إلى هذه النتائج.

MICRO-OPAQUE

الميكروأوبيك:

وهو عبارة عن صورة فوتوغرافية على ورق حساس مأخوذة عن فيلم سالب ، أى أن الكتابة ستكون بيضاء وخلفية الصورة معتمة أو مظلمة (بعكس الميكروكارد تكون الكتابة سوداء وخلفية الصورة بيضاء).

MICRO-ELECTRONE

الميكرو- إلكترون:

نظام أحدث ثورة داخل الثورة الإلكترونية نفسها ، استطاع أن يحول اللغة البشرية إلى لغة آلية وهذه إلى تلك، واستطاع أن يحل محل العديد من

الأخصائيين في مجال العقل الآلى، واكتفى فقط بترجمين ينقلون منه وإليه المعلومات باللغة الرقمية التى يتغذى بها.

MICROPHONE

الميكروفون:

ويطلق الميكروفون أيضاً على مكبر الصوت . وهو عبارة عن جهاز إلكترونى بسيط وظيفته تضخيم الصوت البشرى لكى يسمع على مسافة أوسع نسبياً، وقد زاد فى السنوات الأخيرة عدد هذه المكبرات لدى الأفراد. كما تعددت مجالات استخدامها فى الاحتفالات والموالد وأماكن التجمعات والمساجد ولدى الباعة المتجولين..... الخ .

MICROFICHE

الميكروفيش:

والميكروفيش عبارة عن بطاقة فيلمية مسطحة شفافة تتاح بأحجام مختلفة ٣ × ٥ بوصة ، ٦ × ٨ بوصة . ولكن الحجم المعيارى والأكثر انتشاراً هو ٤ × ٦ بوصة حوالى ١٠٥ مم × ١٤٨ مم . وتصور اللقطات على الفيلم فى ٧ صفوف على ١٤ عمود لتعطى إمكانية تصوير ٩٨ لقطة على البطاقة الواحدة . وقد اتفقت معظم هيئات القياس القومية والعالمية على هذا الحجم وأبلغت بذلك ناشرى المصغرات .

MICROFILM

الميكروفيلم:

عبارة عن فيلم تصوير. مثل ذلك النوع المتداول فى الأسواق، كان قديماً يصنع من مادة البلاستيك. ويصنع حديثاً من مادة "الاسيتان"، هذه الأفلام يصنع منها أولاً نسخة سالبة بطريقة التصوير العادية، ثم يستخرج منها أى عدد من النسخ الموجبة للقراءة، يتاح الميكروفيلم بعروض مختلفة وهى ٨ سم (١٦/٥ بوصة)، ١٦ مم (٥/٨ بوصة)، ٣٥ مم (١٣/٨ بوصة)، ٧٠ مم (٢٣/٤ بوصة)

بوصة)، ١٠٥ مم (٤١/٨ بوصة). وقد يطول الميكروفيلم الواحد ليصل إلى ٣٠ متر أو ١٠٠ قدم تقريباً، هذا الميكروفيلم يمكن أن يحمل عليه عدد من الكتب يتراوح ما بين ١٠ و ٢٠ كتاباً في المتوسط.

الميكروويف متعدد القنوات:

MULTICHANNEL MICROWAVE

على الرغم من أن استخدام موجات الميكروويف في بث الإرسال التلفزيوني قد بدأ منذ عدة سنوات، إلا أن هذا النظام الجديد يسمح لمخطات التلفزيون باستخدام أربع قنوات في آن واحد بدلاً من قناة واحدة كما كان من قبل، وقد سمحت لجنة الاتصالات الفيدرالية بهذه الخدمة التلفزيونية الجديدة عام ١٩٨٣، وهكذا أصبح بمقدور المحطة التلفزيونية الواحدة تخصيص قناة للرياضة وأخرى للأخبار وثالثة للأفلام بالإضافة إلى قناتها الأصلية.

MICROCARD

الميكروكارد:

وهو عبارة عن بطاقة بيضاء مصقولة تصنع من الورق الحساس المستخدم في طبع الصور الفوتوغرافية ويستوعب الميكروكارد عدداً من الصفحات قد يصل إلى ٤٠٠ صفحة تبعاً لحجم الصفحات ودرجة التصغير. ويتاح الميكروكارد بأحجام قياسية ٣ × ٥ بوصة أو ٤ × ٦ بوصة. ويعتبر الميكروكارد هو الوسيط الذي بنى فريمونت رايدر عليه حلمه عندما اقترح أن تحمل مقننات مكتبة جامعة ييل عليه. وهو يعتبر امتداداً للميكروفيلم مع بعض الاختلافات البسيطة. ويتميز الميكروكارد عن غيره من المصغرات الفيلمية بأن عمره أطول قد يصل إلى عدة قرون كما يتميز بتنوع عدد أجهزة القراءة المتاحة في الأسواق.

MICROCOMPUTER

ميكروكمبيوتر:

كمبيوتر صغير ومنخفض الثمن يحتوي على معالج ميكروى: لهذا الكمبيوتر ذاكرة قراءة فقط تخزن بشكل دائم البرامج المطلوبة مثل معالجات اللغة، وللميكروكمبيوترات أطوال كلمات ذات 4 أو 8 أو 16 خوية، والميكروكمبيوترات الأكثر انتشاراً منها هي التي لها 8 أو 16 خوية، كما أن هذه الأجهزة ذاكرة تتراوح عادة بين 4 كيلو بايت و 64 كيلوبايت، وهي تستخدم في الأعمال الصغيرة وفي البيت الخ.

INTEREST

ميل:

يعرف الميل من الناحية الوظيفية، بأنه نوع من الخبرة الوجدانية تستحق اهتمام صاحبها وغالباً ما ترتبط بانتباهه إلى موضوع معين، أو يصاحبها عمل ما. أما من الناحية البنائية: فإن الميل عبارة عن عنصر أو وحدة في تكوين الفرد، إما فطري أو مكتسب يجعل صاحبه ينتبه لأشياء معينة أو لأشياء تتعلق بموضوعات معينة.

MELODRAMA

الميلودراما:

كلمة الميلودراما تعني الدراما الموسيقية، أي الدراما التي تصحبها دائماً موسيقى كتبت خصيصاً لها. والميلودراما هي الأحداث غير المبررة التي ليس بها رابط بين الشخصية وما تقوم به من أفعال. فيمكن أن نرى فاجعة دون أن نعرف مبرراً لهذه الفاجعة. أي أن الميلودراما لا توضح مبرراً للحدث، بمعنى أن جانب الحكمة في الميلودراما يتغلب على جانب رسم الشخصية.

MINICOMPUTER

مينيكومبيوتر :

كمبيوتر متوسط الحجم يكون طول كلمته 8 أو 12 أو 16 أو 18 أو 24 خوية أو 32 خوية في الغالب، وتتراوح سعة ذاكرته بين 4 كيلو بايت و 256 كيلو بايت تقريباً: يعمل المينيكومبيوتر بسرعة تفوق مرتين تقريباً سرعة الميكروكمبيوتر ويستعمل عدة لغات برمجة عالية المستوى مثل الكوبول والفورتران. تستخدم هذه الأجهزة غالباً في أنظمة التحكم بالعمليات وأنظمة الكمبيوتر الخاصة بالأعمال الصغيرة .