

أولاً : أكتب مذكرات مختصرة عن الموضوعات التالية

١- تعريف الإتصال :

يشير " مأكويل " ان عملية الاتصال البشري تعتبر نوع مميز من نقل المعاني ، و الذي يتحدد عن طريق مجموعة العناصر الأساسية وهي : المرسل و الرسالة و اللغة .

٢- خصائص الإتصال :

١. الاتصال الجماهيري يتميز بدرجة كبيرة من الحرية .
٢. تعد عملية الاتصال أساسية وجوهرية في الحياة .
٣. تعد عنصر من عناصر التفاعل الاجتماعي، وكذلك أداة هامة من أدوات التغير والتحديث الاجتماعي .
٤. أنها تساهم في تشكيل الوعي الثقافي و الاجتماعي وتحديثه .

٣- خصائص الإعلام :

- ١- إن الإعلام نشاط اتصالي يشتمل علي مقومات أساسية وهي مصدر المعلومات والرسائل والوسائل الإعلامية وجمهور المستقبلين للمادة الإعلامية والأثر .
- ٢- يتسم الإعلام بالصدق والدقة والصرامة ، باعتبارها البث المسموع أو المرئي أو المكتوب للأحداث الواقعية .
- ٣- يسعى الإعلام إلي محاربة التحيزات والخرافات والعمل علي تنوير الأذهان وتثقيف العقول .
- ٤- يستهدف الإعلام التبسيط والشرح والتوضيح للحقائق والوقائع .
- ٥- إحداث تأثير فعلي في عقلية الجمهور ومستويات تفكيره وإدراكه .
- ٦- يتسم الإعلام بالصدق والدقة والصرامة.
- ٧- إحداث تأثير علي الرأي العام من حيث تنويره وتثقيفه و الارتقاء به .

٤- تعريف الدعاية :

هي الجهود الإتصالية المقصودة و المدبرة التي يقوم بها الداعية مستهدفاً نقل معلومات و نشر أفكار و اتجاهات معينة ، ثم إعدادها و صياغتها من حيث المضمون و الشكل و طريقة العرض بأسلوب يؤدي إلى أحداث تأثير مقصود و محسوب و مستهدف على معلومات و آراء و اتجاهات معتقدات و سلوك فئات معينة من الجمهور .

هو علم له أصوله و قواعده و هو فن يستلزم توافر إستعدادات خاصة في من يعلم في خلقه .. و يقوم الإعلان بتعليم الجمهور أشياء جديدة مما يزيد من معرفتهم عن الحياة العامة من خلال الترويج للمنتجات أو الخدمات بقصد تحقيق الكسب المادي . إن الإعلان مدفوع الأجر عادةً ، فالمعلنون ينفقون إعتمادات مالية في شراء الأوقات و المساحات من وسائل الإعلام المختلفة ، و الإعلان لا يقتصر على كونه مجرد رسالة إعلامية أو إخبارية ، بل هو شيء آخر له جانب تائيبي أو تحريضي على الأقبال على المنتجات أو الخدمات محل الإعلان .

٦. أهداف الإتصال والإعلام :

- ١- توجيه الرسالة إلي العاطفة لإثارة المشاعر وزيادة الشعور بالرضا .
- ٢- الالتزام بالأهداف التنظيمية من خلال التأثير على دافعية الأفراد .
- ٢- توفير البيانات اللازمة لاتخاذ القرارات ومعالجة المعلومات .
- ٤- توضيح الواجبات و السلطة و المسؤولية من خلال الرقابة داخل التصميم التنظيمي .

٧. وظائف الإتصال الجماهيري :

- ١- الوظيفة الإعلامية والإخبارية .
- ٢- وظيفة الدعوة والتبشير .
- ٢- وظيفة خلق الدوافع ودعم الأهداف .
- ٤- وظيفة التنشئة الاجتماعية و نقل التراث من جيل إلي آخر .
- ٥- وظيفة الحوار والنقاش وتبادل الحقائق والمعارف أو ما يعرف بالوظيفة التشاورية .
- ٦- وظيفة التربية في نشر المعرفة وتكوين الشخصية و اكتساب المهارات .
- ٧- الوظيفة الترفيهية للتخفيف من المعاناة والصعوبات التي يعاني منها الأفراد .
- ٨- وظيفة تفسير الظواهر الجديدة ومتابعة كل جديد في كافة المجالات .
- ٩- وظيفة الترويج للسلع والخدمات التجارية بين الأفراد .

٨. الصحافة :

- علي الرغم من التطور السريع لوسائل الإعلام إلا أن الصحافة ظلت محافظة علي وجودها .
- الصحف قوة رئيسية في تكوين الرأي العام في كافة المجتمعات وهي تؤثر في تكوين وتشكيل وتوجيه الرأي العام .
- بلغت الصحافة في أواخر القرن التاسع عشر ذروة ازدهار بحيث لقيت بالسلطة الرابعة في الدولة نظراً للأدوار المتعددة التي لعبتها في الحياة العامة .
- وقد أضيفت إلي الصحافة اليوم إمكانية الانتشار العالمي عبر وسائل الطباعة الإلكترونية وعبر الأقمار الصناعية .
- و بذلك تعتبر الصحافة أداة وسيطرة يسعى لامتلاكها كل من يتطلع إلي عالم السلطة والشهرة والنفوذ .

٩- الإذاعة :

- الراديو يمتاز عن سائر وسائل الإعلام المطبوعة بأنه يستطيع الدخول إلي كل الجماعات البشرية أمية كانت أم متعلمة، و أن يصل إليها في كل مكان
- أن التقدم الصناعي في مجال الإلكترونيات سهل علي جميع أفراد المجتمع اقتناء الراديو .
- من أهم وظائف الراديو الأخبار – الإرشاد – التعليم – التنشئة الاجتماعية – الانتماء القومي .

١٠- التلفزيون :

- لا جدل أن التلفزيون يعد من أبرز اختراعات القرن العشرين، وأكثرها أثراً في حياة أفراد المجتمع حيث يجذب التلفزيون في الغالب معظم أفراد الأسرة صغاراً وكباراً.
- وقد تقدمت مكانة التلفزيون بين وسائل الإعلام بفضل تطور تكنولوجيا الإعلام والاعتماد على الأقمار الصناعية في نقل الحدث من أي مكان في العالم لحظة وقوعه .
- و التلفزيون يشترك مع الإذاعة في أن كافة الناس يمكنهم أن يتابعوه متعلمين وأميين، ويتفوق على الإذاعة في الجانب الترفيهي .
- ومن الممكن أن يتحول التلفزيون إلى وسيلة ذات نتائج خطيرة على الفرد وعلى الجماعة إذا لم تتم عملية ضبط ومراقبة البرامج التي تعرض على الشاشة .

١١- السينما :

- وكان أول إنتاج سينمائي بالمعني المعروف عام ١٩٠٥
- ومع تطور التكنولوجيا الحديثة تطورت صناعة السينما فأصبحت صناعة ضخمة انتشرت في انحاء العالم
- أثبتت وجودها كجهاز ثقافي وإعلامي له تأثير كبير
- ونظراً لأهمية السينما في مجالات الثقافة والإعلام المختلفة عمدت الدول كبيرها وصغيرها الي اعطائها الاهتمام الكافي
- والجدير بالذكر أن السينما أصبحت تستخدم في الدعاية الداخلية والخارجية فتعمل علي تكوين الرأي العام المحلي والعالمي علي السواء تجاه القضايا التي تهم الجماهير وتساهم السينما بدور فعال ورائد في مجال التنشئة الاجتماعية والتوجيه الاجتماعي و القومي .

١٢- تعريف الإعلان :

- تعريف معجم المصطلحات الإعلامية ((أنه النشر بالوسائل المختلفة لتوجيه نظر الجمهور إلى سلعة معينة أو عمل من الأعمال)) .
- تعريف جمعية التسويق الأمريكية AMA الإعلان بأنه : ((الوسيلة الغير شخصية لتقديم الأفكار والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع))
- ((فن إغراء الأفراد على السلوك بطريقة معينة)) .
- ((الإعلان هو الذي يقدم وسائل إعلانية مرئية أو مسموعة إلى الجمهور لإغرائه على شراء سلعة أو خدمة مقابل أجر مدفوع)) .
- خلاصة القول أن كافة التعريفات السابقة تجمع على كون الإعلان هو نشاط فيه فن وعلم لإغراء الأفراد والمستهلكين لشراء السلع أو الخدمات المعلن عنها عبر وسائل اتصال معينة مقابل أجر مادي أو عيني مدفوع .

١٣- خصائص الإعلان :

- ١- انتفاء العنصر الشخصي في الإعلان - بمعنى أنه ليس هناك اتصال مباشر بين المعلن والمعلن إليه ، فالاتصال يتم عن طريق وسيط إعلاني .
- ٢- النشاط الإعلاني يقوم على أساس التخطيط لانجاز أهداف محددة .
- ٣- الإعلان هو نشاط فني وتقني وإبداعي .
- ٤- يستخدم الإعلان كافة الوسائل الاتصالية المتاحة لنقل الرسالة الإعلانية ك الصحف و المجلات و الدوريات و التلفزيون و السينما و الإذاعة و الملصقات ..
- ٥- المادة الإعلانية تكون مدفوعة الأجر غالباً .
- ٦- الإعلان هو إحدى وسائل إن لم يكن الوسيلة الوحيدة للتسويق .
- ٧- شخصية المعلن فيه واضحة الصفة حيث يذكر الإعلان كل المعلومات الصحيحة و الدقيقة عنه .
- ٨- الإعلان يعتبر مزدوج الاتجاه و هذا ما يعرف بالمعلومات المرتدة .
- ٩- إيصال المعلومات إلى الأطراف المختلفة من خلال وسيلة معلومة و متخصصة .
- ١٠- الإعلان غالباً ما يعتمد على إطار عام من القيم المشتركة .
- ١١- فاعلية الإعلان غالباً ما تكون عرضة للتقويم و النقد من حيث المبدأ .

ل حيز الكورسات و الإستفسارات العلمية

أ/ محمد كريم ٠١٢٢٤٣٨٥٠٠٦

١٤- عوامل تطور صناعة الإعلان :

- ١- اتساع مجالات التصنيع و إرتفاع حجم الطاقة الإنتاجية و الإستهلاكية و بروز ظاهرة السوق الكبير الذي يحوي أعداد هائلة الذي يحوي أعدادا هائلة من مختلف البضائع و السلع .
- ٢- التطور الفني والتكنولوجي و الذي ساعد على زيادة إنتاج السلع و المنتجات و الترويج لها .
- ٣- ارتفاع مستوى التعليم والثقافة لدى الأفراد و المجتمعات و اشتداد حدة التنافس الاقتصادي و الحضاري بين الأمم .
- ٤- كثافة وتنوع طبقات جمهور المستهلكين المحليين و العالميين و الزيادة المفرطة في حمى الإستهلاك المذهل بين الأفراد .
- ٥- توسع دائرة الاتصال العالمى وانتشار وسائل الإعلام على مختلف المستويات .
- ٦- النمو المضطرد فى استخدام البحوث و التى تساعد بدورها فى زيادة إنتاجية و فاعية الإعلان .
- ٧- نمو وكالات الإعلان المتخصصة و التى ساهمت فى إضفاء صفة الاحترافية أو المهنية أو المؤسساتية على صناعة الإعلان .

١٥- شروط الإعلان :

- ١- ضرورة استخدام لغة مفهومة وواضحة .
- ٢- اختيار وسيلة الإعلان الأكثر انتشاراً، كالتلفزيون، أو الصحف .. الخ .
- ٢- الاستعانة بالشخصيات الاجتماعية أو السياسية أو الفنية البارزة وذلك تدعياً لنجاح الإعلان .
- ٤- اختيار الوقت المناسب لإذاعة ونشر الإعلان .
- ٥- يجب أن يبرز الإعلان المميزات التي تتميز بها السلع و نوعية السلع الموجودة المنافسة .
- ٦- أن يكون الإعلان صادقاً قائماً على الصراحة التامة وعدم إخفاء بعض الحقائق .
- ٧- ينبغي تكرار الإعلان لتثبيت الرسالة الإعلانية في ذاكرة الجمهور .
- ٨- يجب أن يؤدي إلى إتخاذ قرارات حاسمة لعمليات الشراء .
- ٩- يجب ألا يتجاوز الإعلان الخصوصيات الفردية و الجماعية و الثقافية و الدينية .

١٦- وظائف الإعلان :

- ١- الوظيفة التسويقية : يلعب الإعلان دوراً أساسياً في تسويق المنتجات إلى الجمهور ، و يستخدم الإعلان العديد من الأساليب الإقناعية لحث المستهلك على شراء السلع المعلن عنها .
- ٢- الوظيفة التعليمية : يقدم الإعلان خدمات تعليمية للجمهور وذلك عن طريق تزويده بمعلومات كثيرة حول الشيء المعلن عنه من حيث الخصائص و المكونات و الأسعار ... الخ .
- ٢- الوظيفة الاقتصادية : يساعد الإعلان على تعزيز عمليات البيع .
- ٤- الوظيفة الاجتماعية : يسهم الإعلام في عمليات التعليم و التنقيف، و يهيئ الإعلان أيضاً الفرص للباحثين عن العمل من خلال نشر الوظائف الخالية و شروط كل منها .

٥- **الوظيفة الترفيهية** ، حيث توجد إعلانات متخصصة في المجال الترفيهي مثل الرحلات الترفيهية للمناطق والقرى السياحية والمنتجعات ... أما الإعلانات غير الربحية فتعمل على حماية المستهلك وترشيد المواطنين وتقديم رعاية صحية أو معيشية كالمحافظة على البيئة والصحة العامة والنظافة ... الخ .

ثانياً : أكتب مقالاً علمياً مختصراً عن الموضوعات التالية

١) المرأة في السينما العربية :

- لا تختلف صورة المرأة العربية في الأفلام السينمائية عما سبق عرضه من صورتها فيؤكل من المادة المكتوبة والمذاعة ، حيث صورت السينما المرأة العربية ككائن لإمتاع الرجل فقط ، حيث لا تشغلها القضايا الخاصة بمجتمعها ووطنها و لا تتأثر بها ، ولكن تشغلها أمور الحب و الزواج و الرغبة في الإنجاب .
- وهناك العديد من الدراسات التي قامت بتحليل مضمون صورة المرأة في السينما العربية ، ولقد توصلت غالبية هذه الدراسات إلى ان السينما العربية عبرت عن نظرة مشوهة للمرأة ، حيث قدمتها في صورة سلبية مثيرة للغرائز من حيث التركيز على جسدها دون الاهتمام بعقلها .
- وقدمت السينما أيضا المرأة في صورة أو نموذج المرأة الفاضلة التي لا نرى إلا علامات الأسى على وجهها ، أو هي ام مثالية تنفذ أفكارها دائماً بمنتهى الصرامة ، أو هي دائماً مضحية بتبذل الألم .

٢) الآثار السلبية لـ انحطاط صورة المرأة في الإعلان :

١. حصر المرأة في نماذج مغلفة بالمساحيق و الملامح الصناعية .
٢. إعطاء صورة مخالفة للصورة الواقعية للمرأة في المجتمع العربي .
٢. غياب البديل الأفضل و الذي يقدم صورة ناضجة للمرأة و ذلك كشريك للرجل في عملية التنمية الاجتماعية
٤. زيادة اتجاه النساء نحو عمليات التجميل .
٥. ارتفاع معدلات الإحباط و عدم الرضا عن الذات عند مقارنة المشاهدات بين أجسادهن و أشكالهن و ما يرينه على الشاشة .. و هذا ما يكرس النظرة الدونية للفتاة عن نفسها.
٦. تقليد الأطفال و المراهقين في المراحل العمرية المبكرة لما يرونه من صور سيئة للمرأة .
٧. ارتفاع معدلات الجرائم الجنسية و الأعمال المخلة بالآداب .
٨. اختلال صورة الرجل في المجتمع .
٩. التعود على رؤية المنكرات و عدم إنكارها ، و التعود على عدم غض البصر ... وهذا كله مخالفا للتعاليم الإسلامية من أحاديث نبوية مطهرة و آيات قرآنية كريمة .
١٠. ارتفاع ثمن السلع و المنتجات و الخدمات بسبب الانفاق المالي الضخم على الإعلان .

— يعرف الأدب بأنه ((صياغة فنية لتجربة إنسانية ، يظهر فيها أسلوب الكاتب أو الأديب)) .

— وتلك التجارب تستمد من خلال خبرات ذاتية أو التاريخ أو خيال الكاتب أو الأديب ، أو قد تكون معبرة عن واقع المجتمع الذي يعيش فيه .

— ويتضمن الأدب وفقاً لهذا التعريف أمرين :

الأول : الصور الفنية التي يظهر عليها العمل الأدبي .

الثاني : يتعلق بالمضمون .. ويقصد بها محتوى المادة الأدبية .

- فالأدب عند **الكلاسيكيين** .. قول ينبع من العقل .
- و الأدب عند **الرومانسيين** .. قول ينبع من العاطفة والإيمان بالفرد ومشاعره .
- و الأدب **الواقعي** يقصد به .. ملاحظة الواقع وتسجيله .
- والأدب **الموضوعي** هو الأدب .. الذي يتناول مشاكل المجتمع ومظاهر البؤس ، وذلك لإيقاظ وعي الجماهير ودفعها إلى حل تلك المشاكل بطريقة أو بأخرى .

٤ دور الأديب في الإتصال الإنساني :

١.. أيديولوجية الكاتب وتنمية المجتمع :

- يعد انتماء الأديب إلى طبقة اجتماعية معينة ، من بين الحقائق الواضحة في المجتمع .
- ولكن ينبغي التمييز بين نوعي الانتماء .. فهناك انتماء "**اجتماعي واقتصادي**" من جانب ، وهناك انتماء "**أيديولوجي**" من جانب آخر .
- فيما يتعلق بالانتماء الاقتصادي والاجتماعي ، فهناك علاقة وثيقة بين الوضع الاجتماعي والاقتصادي للأديب وبين أعماله الأدبية .
- وهذا يتضح في أن الطبقة التي ينتمي إليها الأديب تعكس أرائه و تصوراته .
- أما فيما يتعلق بـ " الانتماء الأيديولوجي " ، فالكاتب يعبر عن أيديولوجية معينة من خلال أعماله الأدبية . ، وليس من الضروري أن يعبر عن الطبقة التي ينتمي إليها .
- ويدل على ذلك أنه يوجد بعض الكتاب الذين ينتمون إلى الطبقة البرجوازية بينما هم يدافعون بكتاباتهم وأفكارهم عن الاشتراكية .
- هم بذلك يستخدموا أقلامهم للدفاع عن هذه الطبقة و أيديولوجيتها بغض النظر عن انتماءاتهم الطبقة .

٢.. نظرة الكاتب إلى قضايا المجتمع :

- o يلعب الأدب الواقعي دوراً بارزاً في إنجاز المهام المتجددة والمتغيرة التي تحدث في المجتمع .
- o وذلك لأن الأدباء من أكثر الناس قدرة على إثارة المشاعر والعواطف .
- o فالكاتب الحقيقي هو مرآة حقيقية لواقع مجتمعه .. ولا يعد فقط مرآة عاكسة بل (ناقد) لواقع هذا المجتمع .
- o فالكاتب الواقعي لابد أن يسجل و بامانة كل ما يحدث داخل مجتمعه ، و ذلك لرصد كل ما هو قائم و ما ينبغي أن يكون .