المسؤولية الاجتماعية للصحافة العراقية
دراسة في التوازن الوظيفي لجريدتي الزمان، المدى

د. حمدان خضر سالم- د. رواء هادي صالح
كلية الاعلام قسم الصحافة

المستخلص

تعد نظرية المسؤولية الاجتماعية تهذيباً لنظرية الحرية التي وجد المهتمون انها ذهبت في ممارساتها الى الحد الذي صار يهدد مصالح المجتمع. حتى ان البعض رأى ضرورة ان يضاف الى مبادىء النظام الليبرالي المعاصر مبدأين جديدين ممثلا في وجود التزام ذاتي من جانب الصحافة بمجموعة من المواثيق الاخلاقية التي تستهدف اقامة توازن بين حرية الفرد من ناحية ومصالح المجتمع من ناحية اخرى، اي لابد من وجود «حرية مسؤولة». والمبدأ الآخر ان يكون للصحافة وظيفة اجتماعية متمثلة بتقديم المعلومات والبيانات عن الاحداث بغض النظر عن التاثير الذي تحدثه على القراء.

ويأتي هذا البحث بتناول الجانب المتمثل بمسؤولية الصحافة الاجتماعية لاسيما ما يتعلق بالوظائف التي تؤديها في المجتمع. وانطلاقاً من هذه المسؤولية والدور الذي تلعبه، تم تحديد اثنين من ابرز الصحف العراقية اليومية والتي تجد لها حضوراً واضحاً لدى القراء. فكانت موضعاً للدراسة من خلال متابعة ما ينشر من مواد مختلفة عبر فترة زمنية مثلت المجال الزماني للبحث.

ولقد حاول البحث الوقوف على الوظائف التي اسهمت هاتين الجريدتين في توفيرهما للقراء، كجزء من مسؤوليتها الاجتماعية. ومن خلال الجداول المرفقة مع البحث يمكن التعرف على ماقدمته صحف الدراسة وفق التسلسل الرتبي للنتائج والتي توضحت مع عرضها وتفسيرها.

كما وقفت الدراسة على التباين والتفاوت في كل من هذه الوظائف حيث اشرت عملية التحليل تفاوتاً واضحاً وصل في بعضها الى حد اهمال بعض الوظائف. وهو ما مثل اخلالاً في التوازن الوظيفي. سيما وان اولى واجبات الصحافة هو تقديم المعلومات المتنوعة وتلبية رغبات القراء واشباع حاجاتهم المختلفة. لقد مثل البحث على الرغم من محدوديته محاولة للوقوف على ابرز الوظائف التي اسهمت في توفيرها صحافتنا. وعدت ذلك بمثابة مقياس او مؤشر لمدى التزام الصحافة بمسؤوليتها الاجتماعية ازاء القراء ومدى قدرتها على خلق نوع من التوازن والتنوع الوظيفي بالشكل الي لايظهر تفاوتاً بين الوظائف او تفضيلاً لوظيفة دون اخرى.

ويمكن القول ان البحث اعتمد في تحديد الوظائف على ماوفرته المصادر الاعلامية وعلى مااتفقت عليه مصادر عدة، على الرغم من ان البعض راح يعدد وينوع ويفرع الوظائف الى الحد الذي جعلها تتجاوز العشرات ربما، ولكن بعد الاطلاع والتمحيص اتضح ان كل تلك الانواع يمكن اختزالها في الوظائف الرئيسة المذكورة والتي تم التقصي عنها.

ختاماً يمكن القول ان البحث مثل محاولة لدراسة موضوعة اعلامية محلية ميدانية استعانت بلغة الارقام والجداول ولم تكتف بالتناول النظري للمعلومات ويمكن الركون الى نتائجه والبناء عليها في بحوث قادمة.

مقدمة

منذ منتصف القرن الماضي وحتى يومنا هذا ما زال موضوع المسؤولية الاجتماعية يثير الجدل بين الباحثين والإعلاميين مؤسسات وأفراد. وذلك لارتباط المسؤولية بسلوك الإفراد داخل المجتمع ومدى التزامهم بما ينسجم مع قيمه وعاداته وأعرافه. ولم يقف الاهتمام بهذا الأمر عند حدود المجتمعات المتقدمة، بل هي صيحة انطلقت من تلك المجتمعات ليرددها العالم بعدها.

وفي مجال الإعلام كانت المسؤولية الاجتماعية رديفا لإخلاقيات المهنة، حتى أن البعض حدد المسؤولية الصحفية عن طريق ربطها بوظائف الصحافة في المجتمع والتي من بينها تزويد المجتمع بتقرير عن الإحداث والوقائع اليومية، والعمل كمنبر لتبادل التعليق والنقد وتقديم المعلومات الكاملة عما يجري وتوضيح أهداف المجتمع وقيمه، كذلك توفير التنوع الكمي والنوعي لاشباع حاجات الجمهور.

ولعل هذا البحث يضع مهمة توفير التنوع من خلال وظائف الصحافة لتلبية احتياجات الجمهور مرتكزا أساسيا ينطلق منه لدراسة التوازن الوظيفي، وكيفية ممارسة الصحافة في العراق مسؤوليتها الاجتماعية عن طريق ما تؤديه من وظائف للمتلقي كونها واحدة من أهم الوسائل التي تمثل رافدا للمعلومات والإحداث والآراء والإفكار، ولإهمية دورها في تشكيل الرأي العام.

مشكلة البحث

يمكن تحديد مشكلة البحث عن طريق التساؤل الرئيس الذي يمكن صوغه بالشكل الآتي: كيف مارست الصحافة العراقية مسؤوليتها الاجتماعية إزاء الجمهور من خلال التنوع الوظيفي؟ وما مدى التوازن الوظيفي الذي وفرته الصحافة للقارئ.

هدف البحث

تمثل هدف البحث في التعرف على الوظائف الصحفية الرئيسة التي قامت بها الصحف (موضوع الدراسة) كجزء من مسؤوليتها الاجتماعية إزاء القراء، وتسليط الضوء على التوازن بين الوظائف ومدى مقدرة الصحافة على التحكم بالتنوع الوظيفي من خلال المادة المنشورة.

منهج البحث

تم استعمال المنهج الوصفي الذي يتماشى مع طبيعة البحث إذ يستهدف وصف موضوع معين كما هو في الواقع من حيث الخصائص العامة والتفصيلية بما تشتمل عليه من متغيرات وعناصر وعلاقات.

مجالات البحث

تمثل المجال الزماني بالمدة من ١ــ٣١ كانون الثاني لعام ٢٠١٢. فيما كان المجال المكاني الصحافة العراقية متمثلة بصحف بغداد. أما المجال الموضوعي فقد تمثل في جريدتي الزمان والمدى.

ويأتي الاختيار لهاتين الجريدتين بسبب من كونهما تصدران عن مؤسسات خاصة، ولها حضورها لدى القارئ، وتوجهاتها العامة مستقلة بمعنى أنها بعيدة عن الولاء الحكومي أو الحزبي. وتصدر هاتان الجريدتان صدورا يوميا منتظما، بـ ٢٠ صفحة.

مجتمع البحث وعينته

تم اعتماد أسلوب الحصر الشامل لجريدتي الزمان والمدى لشهر كانون الثاني من عام ٢٠١٢

فاتضح أن مجموع أعداد جريدة الزمان الصادرة خلال هذا الشهر (٢٣) عددا، ومجموع أعداد جريدة المدى (٢٣) عددا.

ومرد النقص الحاصل في الأعداد يعود إلى احتجاب الجريدتين عن الصدور أيام العطل الأسبوعية (الجُمع)، وكذلك عطل المناسبات الدينية التي صدفت في هذا الشهر.

وقد تم تقسيم البحث إلى إطار نظري تناول تعريف المسؤولية الاجتماعية للصحافة، وعرج على الوظائف الصحفية، ثم اجراءات البحث العملية وانتهى بخاتمة بينت أبرز النتائج التي توصل إليها البحث.

المسؤولية الاجتماعية المفهوم والتعريف

مثل كثير من المفاهيم الاجتماعية خضع مفهوم المسؤولية الاجتماعية للعديد من التفسيرات التي مثلت مراحل تطور هذا المفهوم. إذ تبدأ من إدراك الفرد لمتطلبات المجتمع الذي يعيش فيه وتنتهي بممارسة المسؤولية الاجتماعية كل من موقعه وعلى وفق أنماط سلوكية مختلفة تجسد التزامات الفرد إزاء الجماعة[١].

وتمثل المسؤولية الاجتماعية امتداداً يبدأ بالمسؤولية عن النفس فالأسرة فالمجتمع المحلي فالوطن حتى تنتهي بالعالم كله. فهي تمثل ممارسة سلوكية دالة على المسؤولية نحو المجتمع الانساني من دون أن تقف عند حدود معينة[٢].

وعلى الرغم من أن المسؤولية هي تكوين ذاتي يقوم على الضمير الاجتماعي ويمثل رقيبا داخليا، إلا أنها في الوقت ذاته تمثل نتاجا اجتماعيا، لأن المجتمع هو صاحب الفضل في تعليمها واكسابها، كما وأنها تتشكل من خلال نمو تدريجي عن طريق التربية والتنشئة الاجتماعية(٣). وبذلك تترتب على الفرد مسؤولية داخل المجتمع تتمثل بالالتزام بالواجبات التي يتطلبها المجتمع مثلما تترتب على المجتمع مسؤولية إعداد أفراده إعداد صحيحا ليمارسوا دورهم الفاعل في البناء والتطور[٤].

ومن هذا المعنى يمكن النظر الى المسؤولية الاجتماعية على أنها تعبير عن التزام الفرد إزاء الآخرين بكل ما يترتب على ذلك الالتزام من اهتمام بهم والعمل على حل مشكلاتهم، فضلا عن الاحساس بحاجاتهم النفسية والاجتماعية.

ولقد أورد الباحثون العديد من التعريفات للمسؤولية الاجتماعية كل وفق رؤيته في تحديد هذا المصطلح. فقد عرفها (جيرة) بأنها «مدى انتماء الفرد للمجتمع الذي يعيش فيه واحساسه بمشكلاته ومدى مشاركته انفعاليا للأحداث التي تدور حوله محليا وعالميا»[٥].

في حين عبر عنها (الشافعي) بأنها «جميع النظم والتقاليد الاجتماعية التي يلتزم بها الانسان تجاه المجتمع الذي يعيش فيه وتقبله لما ينتج عنها من محمدة على سلوك محمود أم مذمة على سلوك مذموم»[٦].

بينما يراها البعض، بأنها «مسؤولية الفرد الذاتية عن الجماعة والالتزام الفعلي بقيمها ومعاييرها والاهتمام بها والعمل على فهم مشكلاتها والاحساس بحاجتها ومشاركتها في انجاز مهامها»[٧].

ومن هنا يتضح أن المسؤولية الاجتماعية هي شعور الفرد بالإنتماء إلى الجماعة والالتزام بنظامها القيمي التزاما فعليا والعمل على الحفاظ على هذا النظام والوقوف بالضد إزاء كل ما يؤدي إلى خرقه أو تحريفه أو الإضرار به.

المسؤولية الاجتماعية.. المنطلقات الفكرية

تشير العديد من الدراسات إلى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية كانت ولادة طبيعية لنظرية الحرية مثلما كانت النظرية الشمولية ولادة طبيعية لنظرية السلطة[٨].

ففي ظل نظرية الحرية صار هم الصحافة تعظيم الأرباح وزيادة التوزيع، وذلك عن طريق تسلية القارئ وترفيهه وإثارة غرائزه وبما يتماشى مع مفهوم الفلسفة الليبرالية التي كانت سائدة في أوروبا وأمريكا، الأمر الذي ساعد على ارتفاع الأصوات المنددة بإسراف الصحافة في بحثها عن الاثارة وتجاوزها على حياة الناس الخاصة والتلصص عليهم بغية الحصول على قصص مثيرة تشد من خلالها انتباه القراء باتباع أساليب رخيصة تتنافى مع أخلاقيات المجتمع والمهنة[٩].

ولعل من بين الأصوات المرتفعة بالنقد لوسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية ما وجهه (تيودور بترسون) والذي استنكر استغلال وسائل الإعلام لقوتها المؤثرة لخدمة أهدافها الخاصة والترويج لآراء وأفكار أصحابها على حساب الآراء المعارضة. كذلك فأنها وضعت نفسها في خدمة الأهداف الرأسمالية الكبيرة، فهيمن المعلنون على سياستها التحريرية. كما أنها وقفت بالضد من أية محاولة لتغيير نمط المجتمع، فضلا عن اهتمامها بالأمور التافهة والسطحية والترفيهية. وقد وصفها بأنها تقتحم حياة الأفراد الخاصة دون مبرر وتُعرّض الأخلاق العامة للخطر[١٠].

ولعل تلك الانتقادات وغيرها فتحت الباب واسعا أمام موجة الأصوات المطالبة بوضع القيود على الصحافة وإيجاد مجموعة مواثيق أخلاقية توازن بين حرية الصحافة ومصلحة المجتمع. وبدأ الحديث عن (الحرية المسؤولة) والمطالبة بإخضاع الصحافة لرقابة الرأي العام والقانون[١١].

لقد ولّدت هذه الدعوات الناقدة لحرية الصحافة المطلقة مناخا مطالبا بتحديد حرية الصحافة بالشكل الذي يحدد هدف الصحافة بخدمة الصالح العام وأن يتم النظر إلى الصحافة بأنها تؤدي خدمة عامة ذات طبيعة مهنية تخدم المجتمع[١٢].

كما أن مفهوم حرية الصحافة وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية، هو أن الحرية تعد حقا من حقوق الأفراد في المجتمع الديمقراطي، ولكن هذا لا يعني غياب الرقابة عن مواد يعد نشرها جريمة، وإنما يعني فقط عدم تطبيق القيود القديمة على المطبوعات. فكل فرد له الحق بالتعبير عن آرائه وأفكاره وعرضها على الجمهور، وان حرمان الفرد من حقه هذا نسف لحرية الصحافة من أساسها. ولكن إذا أستخدم هذا الحق في نشر مواد غير لائقة وضارة بالمجتمع أو خارجة عن القانون فعليه أن يتحمل نتيجة جرأته وتجاوزه، ومع أن إرادة الأفراد يجب أن تحترم دائما، غير أن سوء استعمال هذه الإرادة هو الذي يقع تحت طائلة القانون[١٣].

ويمكن القول أن نظرية المسؤولية الاجتماعية مركبة من أفكار عدة جاءت من رحم نظرية الحرية، فهي تعترف بالوظائف الليبرالية في تنوير الجماهير، وخدمة النظام السياسي، وصيانة الحقوق المدنية، ولكنها ترى أن وسائل الإعلام لم تقم بأداء واجباتها بالشكل المطلوب.

وتقر هذه النظرية مهمة خدمة النظام الاقتصادي وتقديم الترفيه وتحقيق الربح ولكنها تضع هذه المهام في مرتبة ثانية تلي الوظائف المهمة المتمثلة بالنهوض بالعمليات الديمقراطية وتنوير الرأي العام. وهي هنا تقر بالمهمات الموكلة لوسائل الإعلام ولكنها لا تقر بالسبل التي تتبعها هذه الوسائل عموما في أداء هذه الوظائف[١٤].

فالصحافة على وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية لا تثير الغرائز بقدر ما تثير عقول القراء. ففي الوقت الذي تقوم به الصحافة بتلبية احتياجات القراء، فهي لا تهمل البحث عن الحقيقة ومحاولة توصيلها إلى القراء(١٥). وهنا يمكن القول أن فكرة نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تقوم على التوازن بين الحرية والمسؤولية، لا سيما بعد أن أضافت هذه النظرية إلى مبادئ النظام الإعلامي مبدأين جديدين يتمثلان في الالتزام الذاتي من جانب الصحفي بالمواثيق الأخلاقية التي تحقق التوازن بين حرية الإعلام ومصلحة المجتمع، والالتزام الاجتماعي في تقديم الأحداث الجارية وتفسيرها في إطار له معنى[١٦].

لقد حدد البعض مجموعة مهام عدّها ركائز لنظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة والتي من بينها، الاهتمام بالمصلحة العامة والاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته، وأن تتصف الصحافة بالدقة والعدل وسداد الرأي، وأن تراعي الجوانب الأخلاقية وتقدم ما هو مفيد ونافع مع التشويق، ومع مراعاة الآنية والفورية في النشر[١٧].

وقد تختلف أولويات هذه المهام للصحافة تبعا لظروف المجتمع وأحواله ولكن في كل الأحوال تجتمع هذه الأولويات تحت عبارة (مسؤولية الصحافة). وتتمثل وظيفة وسائل الإعلام الجماهيرية في ضوء هذه النظرية في مناقشة القضايا التي تمس المصلحة العامة والمصالح الخاصة للأفراد، وكذلك خدمة النظام الاقتصادي للبلاد وتوعية الجماهير بهدف تحقيق تنمية المجتمع ومناقشتها وانتقاد أي مظاهر للإساءة في إستخدام الموارد، ونقد أوجه القصور في أداء أي نشاط في المجتمع، وحماية الحرية الفردية وتثقيف الجماهير[١٨].

وظائف الصحافة.. التنوع والتداخل

يقترب مفهوم الوظيفة من معنى العمل، إذ ترد كلمة «وَظَّفَ» بمعنى «عين له عملا»[١٩]. ومن هنا تلتقي الوظيفة مع العمل أو المنصب.

ويتفق المعنى الاصطلاحي مع المعنى اللغوي، إذ يشير معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، الى أن الوظيفة «نوع من العمل الذي يمكن للنظام أداءه، ويتضمن الواجبات والمسؤوليات والسلطات.. الخ»(٢٠).

والوظيفة كمفهوم اجتماعي هي نوع العمل الذي يؤديه النظام أو البناء بوضوح لتحقيق أهداف معينة. ويتضمن المفهوم الإداري للكلمة «الواجبات والمسؤوليات والسلطات» وهي مكونات الوظيفة(٢١).

وبما أن المفهوم العام للوظيفة هو أداء عمل أو دور معين. فإن الوظيفة الصحفية تمثل «مجموعة الفعاليات والنشاطات التي تؤديها الصحف بهدف صياغة رسالة إعلامية ذات مضامين واضحة وبثها إلى الجمهور المتلقي عن طريق تخطيط مسبق وفي ضوء رؤية تتفق مع منهج

الصحيفة وتوجهاتها العامة، وتهدف إلى التأثير في الجمهور(٢٢).

وتبرز وظيفة الصحافة عن طريق العديد من الفنون الصحفية التي تعرض الآراء بشأن مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية لجعل الجمهور يتبنى وجهة نظر معينة تخدم النظم السياسية والاجتماعية كما تتصل هذه الفنون بالتواريخ والأحداث والمناسبات التي تترك أثرها لدى الجمهور(٢٣).

ويجد البعض أن وسائل الإعلام بشكل عام ومن خلال أدائها لوظائفها فانها تلبي الاحتياجات والمتطلبات الفردية والجماعية بما يؤدي إلى تحقيق الاستقرار(٢٤).

وقد يختلف مع هذا الرأي من يرى بأن عمل وسائل الإعلام قد يؤدي احيانا إلى خلق اختلال وظيفي في المجتمع ويساهم في اضطرابه بدلا من استقراره. إلا أن أصحاب هذا الرأي لا يصمدون أمام اجماع الآراء التي تؤكد أهمية وسائل الإعلام ودورها في البناء والتنمية بالشكل الذي يمنحها دورا ايجابيا بناء يلبي حاجات الجمهور المتلقي ويحقق له اشباعات متنوعة عن طريق التعرض لهذه الوسائل وبما يتفق مع وجود مجموعة من الحاجات لها جذور في الخصائص السيكولوجية للأفراد ضمن السياق الاجتماعي الذي يعيشون فيه. وهذه الحاجات تمثل دافعا للأفراد لانتهاج سلوكيات اتصالية في التفاعل مع وسائل الإعلام من أجل اشباعها(٢٥).

وهنا لا بد من الاشارة إلى أن هناك من يرى، أن المدخل الوظيفي في دراسة وسائل الإعلام يواجه العديد من الصعوبات أولها ذلك التداخل في معنى كلمة (الوظيفة) فكما يقول دينيس ماكويل «أن هذا المصطلح يمكن أن يستخدم بمعنى هدف أو بمعنى نتيجة أو بمعنى مطلب أساس أو التوقع ـ وإذا طبق هذا المصطلح على الاتصال الجماهيري مثلا، فإن الوظيفة الاخبارية يمكن أن تشير إلى ثلاثة أمور منفصلة، فإذا قلنا أن وسائل الإعلام تحاول إحاطة الناس علما بأحداث الحياة من حولهم، فالوظيفة هنا بمعنى (الهدف) أو الغرض. وإذا قلنا أن الناس يتعلمون من وسائل الإعلام، فالوظيفة هنا بمعنى (النتيجة).. وهكذا فأن مصطلح الوظيفة يمكن أن يأخذ معاني عدة، والأمر يتوقف على الزاوية التي تنظر منها إلى هذا المصطلح(٢٦).

وعلى الرغم من الانتقادات التي وجهت إلى المدخل الوظيفي لوسائل الإعلام بوجه عام، «فأن صلاح هذا المدخل في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري ما تزال قائمة إذ أنه يقدم مجالا لدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع، ويقدم العديد من المفاهيم التي يصعب التخلي عنها، حيث أنه يساعدنا على وصف الانشطة الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام من حيث علاقتها بالعمليات الاجتماعية والبناء الاجتماعي»(٢٧).

التنوع والتداخل

في الوقت الذي يحدد فيه الباحثون مجموعة من الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام، غير أن هناك من يرى أن هذه الوظائف لا يمكن تحديدها أو حصرها بسبب نموها وتزايدها وفقا لتعدد المراحل التاريخية التي يمر بها المجتمع. إذ تضيف كل مرحلة تاريخية جديدة وظائف جديدة للصحافة لتلبي حاجات التطور. ويشير إلى اختلاف الوظائف وتنوعها من مجتمع إلى آخر باختلاف النظام السياسي أو باختلاف درجة التقدم الحضاري للمجتمعات(٢٨).

ويدعم ذلك الرأي القول بأن ممارسة وظائف الإعلام في المجتمعات النامية تختلف عنها في المجتمعات المتقدمة. فوسائل الإعلام في المجتمع النامي لا تستطيع أن تُعلِّم أو تُوجه أو تُسلي فقط. فقد ينطوي الإعلام على التوجيه ويحتوي التعليم على التسلية، وكذلك التسلية قد تُخبر وتُعلِّم. ولذلك فالتفرقة غير واقعية عند الممارسة الفعلية لهذه الوظائف(٢٩).

فهناك تداخل بين الترفيه والتعليم والتثقيف، فأصبح التعليم والتثقيف يقدمان عبر شاشات التلفزيون في قالب ترفيهي يشجع المشاهد على اللحاق بالبرامج من خلال هاتفه أو التصفح عبر شبكة الانترنت(٣٠).

وأصبح من الصعب الفصل بين الترفيه والثقافة، إذ يقدمان عبر وسائل الاتصال في قالب ترفيهي ومسلٍ. وهذا أدى إلى دمج الوظيفتين الترفيهية والثقافية(٣١).

أماعلاقة الترفيه والتعليم تتضح في أن ما يتعلمه الفرد من التلفزيون يكون بمثابة كسب يأتي عن طريق البرامج المعدة للترفيه(٣٢). وتتداخل الوظيفة الترفيهية والإعلان، إذ تتحقق الوظيفة الترفيهية في الإعلان بشكل عرضي وهو ما أثبتته العديد من الدراسات والبحوث الإعلامية. فالإعلان يقدم نوعا من التسلية للمشاهدين لا تخلو من الفائدة(٣٣).

وقد تشارك الوظيفة الترفيهية الوظائف الأخرى في غاياتها. فهي وظيفة اخبارية وتثقيفية وتعليمية وتنموية، ولكن في قالب طريف ومستتر وغير مباشر تستغل فيها ساعات الفراغ(٣٤). ويندرج تحت هذه الوظيفة، التنفيس عن الجمهور وإلهائه وابعاده عن الهموم والمشكلات فضلا عن توفير المتعة والتسلية حينما تحقق له فرصة الهروب من ضغوط الحياة اليومية(٣٥).

وتوصف الوظيفة الترفيهية بأنها نشاط يسلي ويضحك ويلهي ويلفت انتباه الآخرين ، كما يحقق نوعا من الاسترخاء والرضا والتوازن النفسي(٣٦).

وقد يجد المتلقي اليوم هذا التداخل بين الوظائف جليا وقد يغلب التداخل بين الوظائف الأخرى والوظيفة الترفيهية إلى الحد الذي أثار بعض الباحثين فراحوا يتهمون وسائل الإعلام بـ»تكريس التفاهة والسطحية والضحالة عبر تركيزها على الترفيه مقابل التثقيف وبناء الوعي»(٣٧).

وربط بعضهم بين النموذج التجاري الذي تسوق له الصحف وبين المصير الذي ينتظر مستقبل الصحافة، لا سيما في سياق الاشارات التي تناولها الباحث الفرنسي (فيليب ميرا) وهو أحد الباحثين الذي درسوا مستقبل المقروئية في الصحافة المطبوعة في الولايات المتحدة الأمريكية وقد تنبأ بسقوط الجريدة ونهايتها مستندا إلى انخفاض أرقام التوزيع للصحف، وتوقع أن تسقط الجريدة في العام ٢٠٤٣ م، لكنه رغم هذا التوقع رأى أن هناك فرصة مؤاتية أمام الصحف لإنقاذ ذاتها إذا اعتمدت النموذج الاقتصادي الذي يركز على وظيفة المسؤولية الاجتماعية للصحافة والتي يجب أن تكون المنتج الأساس للصحافة، أي أن نموذج التأثير أو النفوذ هو الذي يجب أن تسوق له الصحافة وليس النموذج التجاري(٣٨).

وهو هنا يحاول أن يربط بين النموذج التجاري المتعلق بالإعلان ممتزجا بالتسلية والترفيه. ويعزز ذلك الرأي، الدعوات التي راحت تطالب وسائل الإعلام بضرورة إحداث نوع من التوازن بين وظائف الإعلام بالشكل الذي لا يغلب وظيفة على أخرى، لا سيما الوظيفة الترفيهية(٣٩).

إن هذه الوظائف بكل تعددها وتنوعها إنما تحقق إشباعا لحاجات الجمهور، ومن ثم من غير السليم أن تغرق وسائل الإعلام جمهورها بالبرامج الترفيهية بالشكل الذي يخلق ثقافة سطحية مبتعدة عن تلبية الحاجات الأخرى التي توفرها الوظائف الإعلامية والتي تعد من صلب مهامها الأساسية والمعبر الحقيقي عن عن مسؤوليتها الاجتماعية تجاه جمهورها، خاصة وأن المسؤولية الاجتماعية تلزم وسائل الإعلام بإمداد الجمهور بالمعلومات وبذل الجهد لعدم الإساءة للأفراد، وإعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى بحيث تغدو جزءً متكاملا من العملية السياسية وهو ما يعرف بالوظيفة الرقابية، وكذلك إتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء ومناقشتها لتكون منتدى للأفكار، فضلا عن خدمة ضخ المعلومات المتوازنة والدقيقة وتقديم خدمة التعريف بالسلع والخدمات(٤٠).

وعلى الرغم من أن معظم الكتاب والباحثين أجمعوا على وظائف معينة عدّوها الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام، لكن ذلك لم يمنع البعض من الإشارة إلى أن هذه الوظائف الأساسية تتضمن وظائف فرعية متعددة. فوظيفة الإعلام تتضمن كما ذهب إليه (شرام) وظائف فرعية مثل توسيع الآفاق ورفع مستوى التطلعات. وممارسة هذه الوظائف الفرعية لا تكون بدرجة واحدة، وإنما تختلف وفقا لمستوى التحضر أو اختلاف فئات الجمهور(٤١).

وقد اجتهد الباحثون في تحديد وظائف الإعلام رئيسة وفرعية الأمر الذي وضعنا أمام عشرات الوظائف التي تعبر عن فهم كل منهم ووجهة نظره. وفضلا عن الاتفاق على الوظائف الرئيسة أو الأساسية التي ما زالت حتى اليوم تعتمد كأساس وظيفي لوسائل الإعلام، فإن وظائف وجدت طريقها إلى كتب الباحثين اتفقوا على بعضها واختلفوا على بعضها الآخر، وهو ما حتم التعدد والتنوع والتداخل احيانا.

ولا بد من القول أن بعض هذه الوظائف المذكورة كانت نتائج وليست وظائف «فالاقناع وتوسيع الآفاق ورفع مستوى التطلعات واتخاذ القرارات وفهم ما يحيط بالفرد من ظواهر وأحداث وتعلم المهارات الجديدة»(٤٢) كلها نتائج لوظيفة الإخبار أو توفير المعلومات.

ويمكن تحديد وظائف الإعلام على وفق رؤية (شرام) في «الاقناع وتوسيع الآفاق ورفع مستوى التطلعات واتخاذ القرارات وفهم ما يحيط بالمجتمع من ظواهر وأحداث والحصول على معلومات جديدة وتعلم مهارات جديدة وتركيز الاهتمام»(٤٣).

في حين حددها (بيير ألبير) بوظيفتين هما «العلاج النفسي والاندماج الاجتماعي للفرد داخل الهيكل الاجتماع»(٤٤).

أما (حجاب) فيرى أنها «التفسير والتوضيح وتهيئة المناخ الملائم للتنمية ونشر الأفكار المستحدثة وتوفير منتدى للمناقشة ووضع القرار والرقابة على المجتمع وخلق المثل الاجتماعي والتنشئة الاجتماعية وقيادة التغيير الاجتماعي وغرس الرغبة في التغيير وغرس الشعور بالانتماء للوطن»(٤٥).

بينما تحددها (سعاد جبر) بـ»الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية والرقابة والوظيفة التنموية والتنشئة الاجتماعية والاستثمار التقني للتكنولوجيا الحديثة»(٤٦).

وهناك من يراها بأنها «الاستطلاع ورقابة البيئة والخدمات العامة والشرح والتفسير والتحليل وتوثيق الأحداث وتكوين الرأي العام والرقابة على المؤسسات الاجتماعية وتحقيق التماسك الوطني...»(٤٧).

ويشير إليها (عبد القادر) بأنها تتمثل في «خدمة النظام السياسي وخدمة النظام الاقتصادي وخدمة النظام الاجتماعي وخدمة النظام الدولي»(٤٨).

ويضيف عليها (النكلاوي)، «الدعوة والتبشير ومقاومة الشائعات والقضاء عليها وابراز الشخصية القومية وإنمائها وضبط اتجاه الرأي العام»(٤٩).

ويتفق لازويل ورايت ودي فلير على أنها «مراقبة البيئة والترابط ونقل التراث الاجتماعي»(٥٠).

ويضيف ميرتون ولازرسفيلد، «التشاور وفرض المعايير الاجتماعية وتخفيف الاحساس بالاختلال الوظيفي»(٥١).

ويشير (الموسى) إلى أنها تتمثل في «التنشئة الاجتماعية والحفز والمناقشة والحوار والتقارب الاجتماعي»(٥٢).

ويرى (بيرلسون) أنها «تفسير الشؤون العامة واعطاء المكانة الاجتماعية وتحقيق التواصل الاجتماعي»(٥٣).

ولا يبتعد (الحكيم) عن من سبقوه إذ يحددها بـ»تنمية العلاقات الانسانية وزيادة التماسك الاجتماعي»(٥٤).

ويتفق (الساري) مع من قالوا أنها «وظيفة الاستطلاع ومراقبة البيئة والخدمات العامة وتوثيق الأحداث وتكوين الرأي العام»(٥٥).

ويعبِّر عنها (خوري) بـ»التنشئة الاجتماعية وخلق الدوافع والحوار والنقاش والتربية والتكامل»(٥٦).

أما (الشهاب) فيضيف إليها «الوظيفة السيكولوجية وبث قيم التوحد والانسجام الاجتماعي»(٥٧).

ويضيف (الضبع)، «الرصد والتقييم والمتابعة والتفسير والتوضيح وتنمية الوعي واكتشاف المهارات فضلا عن الوظائف الأخرى»(٥٨).

ويحددها (السيد) بـ»الوظائف الاجتماعية والتنموية والتربوية والديمقراطية والخدمات العامة»(٥٩).

ولو تفحصنا هذا التعدد والتنوع والتفرع لوظائف الصحافة لوجدنا أنها لم تبتعد كثيرا عن الوظائف الأساسية التي أشار إليها الباحثون والتي ما زالت تمثل الأساس الوظيفي لوسائل الإعلام والمتمثلة في:

أولا: الوظيفة الإخبارية

ثانيا: وظيفة الإرشاد والتوجيه

ثالثا: وظيفة التعليم

رابعا: وظيفة التثقيف وتكوين الرأي العام

خامسا: وظيفة التسلية والإمتاع والترفيه

سادسا: وظيفة التسويق والإعلان

وهذه الوظائف سيتم التطرق إليها بإيجاز لتوضيح الصورة واكمال المشهد مع الإشارة إلى أهم المصادر التي حددتها.

الوظائف الأساسية للصحافة(*):

أولا: الوظيفة الإخبارية/ الإعلام:

وتتمثل هذه الوظيفة في نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه، وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها، وتسهيل عملية التحديق والتقويم عن طريق التعرف على المستحدثات في التجارب الأخرى(٦٠).

ويعود ذلك إلى أن الصحافة أول ما نشأت كانت تؤدي وظيفة أساسية واحدة هي نشر الأخبار، ثم تعددت وتنوعت وظائفها بعد ذلك نتيجة تطور المجتمعات وبروز الحاجة إلى وظائف جديدة سعت وسائل الإعلام إلى تأديتها(٦١).

ثانيا: وظيفة التوجيه والإرشاد والتوعية:

وتتركز هذه الوظيفة في التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات عن طريق اهتمامها بتشجيع الحوار والنقد ونشر الرأي والرأي الآخر والاستعانة بأصحاب الفكر والرأي لإثراء الحياة الفكرية بالنقاش الواسع المثمر، وبخاصة إذا كانت القضايا موضع البحث ذات صلة وثيقة بالمسائل المحورية في حياة المجتمع(٦٢).

ولا تنحصر هذه الوظيفة في اكساب الجمهور اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة، بل تعمل أيضا على تثبيت الاتجاهات التقليدية المرغوبة عن طريق تكرار هذه الاتجاهات مضمرة أو صريحة(٦٣).

ثالثا: وظيفة التعليم:

تؤدي وسائل الإعلام وظيفة التعليم للمجتمع والأفراد بما يغذي البعد الفكري والوجداني والقيمي والاجتماعي ويثري شخصيته في الحياة، إما في إطار المؤسسات التعليمية الرسمية وعبر نشاطات تعليمية معينة أو تقدم له ذلك في إطار حقائب تعليمية أو المادة التعليمية الألكترونية في إطار التعليم غير الرسمي. ويتضح ذلك مؤخرا في مجال الإعلام التربوي ودور الإعلام وأدواته الحديثة في العملية التربوية بالشكل الذي جعله شريكا في العملية التعليمية عن طريق توظيف تكنولوجيا المعلومات لصالح التربية والتعليم(٦٤).

رابعا: وظيفة التثقيف:

تمارس وسائل الإعلام دورا واضحا في التثقيف عن طريق زيادة ثقافة الفرد ويحدث ذلك في الاطار الاجتماعي للفرد سواء كان ذلك بشكل عفوي وعارض أم بشكل مخطط ومقصود. ويتم التثقيف عن طريق تقديم معلومات وأفكار وصور وآراء. والتثقيف العفوي يحدث عند مصادفة الفرد لصحيفة ما تحمل معلومات أو أفكار يتعرض لها فتعلق في ذاكرته. أما التثقيف المقصود فيتمثل في البرامج والخطط والحملات التي يتعرض لها الفرد عن طريق الدورات أو حلقات الارشاد أو البرامج المتخصصة(٦٥).

خامسا: وظيفة الترفيه والتسلية:

لا تقل وظيفة الترفيه أهمية عن بقية الوظائف، بل هي من أقدم الوظائف التي عرفها الانسان. لعدم قدرة المرء على العيش في حياة كلها عمل جاد، دون أن يجد ما يخفف عنه متاعبه. ولقد أدركت وسائل الإعلام أهمية هذه الوظيفة، فتركت مساحات واسعة للترفيه والتسلية لتحقيق الاشباعات السايكولوجية والاجتماعية ولإزالة التوتر وضغوطات الحياة عن الفرد. وتقوم وسائل الإعلام بمهمة ملء الفراغ لدى الجمهور بما هو مُسلٍّ ومُرفِّه مثل أبواب التسلية في الصحافة والبرامج الكوميدية في التلفزيون. وقد تحمل برامج الترفيه مضامين هادفة تدعو عن طريقها إلى مواقف وأفكار وآراء داعمة لاتجاهات جادة ومهمة لكنها تقدم بقالب مسلي وكوميدي(٦٦).

سادسا: وظيفة الإعلان والتسويق:

لم يتحول الإعلان إلى وظيفة من وظائف الصحافة إلا بعد مدة طويلة على نشأة الصحافة. إذ لم تستعمل كلمة (إعلان) إلا في منتصف القرن السابع عشر الميلادي. وكان فرض الضرائب سببا في تأخر نشر الإعلانات في الصحف. واليوم أصبح لا غنى لأية وسيلة إعلامية عن نشر الإعلان لأنه يمثل المورد الرئيس لها، وانعكس ذلك على ديمومتها وتطورها.

ولقد أدت الثورة الصناعية دورا في اتساع مساحة الإعلان في الصحافة بسبب زيادة الانتاج وهو ما استدعى زيادة الإعلانات للمساعدة في تصريف البضائع أو الانتاج الفائض. وساعدت إيرادات الإعلان الصحف في تخفيض سعرها الذي أدى بدوره إلى زيادة مبيعاتها وأصبحت في متناول يد الجميع. ويعد الإعلان اليوم الوظيفة الأبرز في وسائل الإعلام حتى بات ينافس الوظائف الأخرى ويتدافع معها على صفحات الصحف أو شاشات التلفزيون(٦٧).

وعن طريق ما تقدم من تحديد لأهم الوظائف الإعلامية يمكن القول أن هذه الوظائف الرئيسة تمثل مجمل ما اتفق عليه الباحثون الإعلاميون فضلا عن ما تم ذكره في مدخل البحث من وظائف فرعية مثلت إما امتدادات لهذه الوظائف ـو تفرعات أحدثتها الحاجة المستمرة للمجتمع لغرض اشباعها لاسيما في ظل التنوع والتعدد والتطور الذي وسم العصر الحديث.

لذلك كان لا بد من اتخاذ هذه الوظائف الرئيسة مرتكزاً لبحثنا لغرض مسح الصحف موضوع الدراسة ومتابعتها لمعرفة مدى التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية إزاء القراء عن طريق تأدية هذه الوظائف، وكيف تعاملت هذه الصحف مع موضوعة التوازن في أداء وظائفها وهو محور تساؤلات البحث.

عرض نتائج التحليل وتفسيرها

التحليل في جريدة الزمان

لدى تحليل الموضوعات المنشورة في جريدة الزمان لغرض الوقوف على الوظائف التي تؤديها، تبين أن الجريدة وضعت جلَّ اهتمامها بالجانب الاخباري، فقد احتلت الوظيفة الاخبارية المرتبة الأولى محققة عدد تكرارات بلغ (١٤٧١) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٥٣,٥٥ ٪) من مجموع تكرارات ونسب الموضوعات المنشورة.

في حين جاءت الوظيفة التثقيفية بالمرتبة الثانية، فقد بلغ عدد تكراراتها (٦٦٩) وكانت نسبتها

المئوية (٢٤,٣٥ ٪).

بينما ظهرت وظيفة التوعية بالمرتبة الثالثة محققة عدد تكرارات بلغ (٣٥٦) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٢,٩٦ ٪).

وجاءت وظيفة الإعلان في المرتبة الرابعة وبلغ مجموع تكراراتها (٢٢٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٨,٠١ ٪).

أما وظيفة الترفيه فقد حازت على (٢٨) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١,٠٢ ٪) وكانت في المرتبة الخامسة.

ولم تحصل الوظيفة التعليمية الا على المرتبة السادسة والاخيرة , إذ لم تتعد نسبتها (٠,١١ ٪) وبواقع ثلاثة تكرارات طوال مدة البحث.

جدول رقم (١) يبين مجموع تكرارات ونسب الوظائف في جريدة الزمان

ت	العدد	ك الإخبار	ن ٪	ك التثقيف	ن ٪	ك التوعية	ن ٪	ك الترفيه	ن ٪	ك التعليم	ن ٪	ك الإعلان	ن ٪	المجموع
١	٤٠٨٥ـ ٤٠٨٦	٧٢	٤,٨٩	٢٦	٣,٨٩	١٠	٢,٨١	٢	٧,١٤	—	—	٩	٤,٠٩	
٢	٤٠٨٧	٧٠	٤,٧٦	٢٧	٤,٠٤	٢٧	٧,٥٨	١	٣,٥٧	—	—	٥	٢,٢٧	
٣	٤٠٨٨	٦١	٤,١٥	٢٩	٤,٣٣	١٥	٤,٢١	—	—	—	—	١٥	٦,٨٢	
٤	٤٠٨٩	٧٤	٥,٠٣	٣٩	٥,٨٣	١٢	٣,٣٧	—	—	—	—	١٣	٥,٩١	
٥	٤٠٩٠	٧٠	٤,٧٦	٣٥	٥,٢٣	٥	١,٤٠	٢	٧,١٤	٢	٦٦,٦٧	٩	٤,٠٩	
٦	٤٠٩١	٧٠	٤,٧٦	٢٥	٣,٧٤	٢٥	٧,٠٢	١	٣,٥٧	—	—	١٠	٤,٥٥	
٧	٤٠٩٢	٦٢	٤,٢١	٣١	٤,٦٣	١٤	٣,٩٣	١	٣,٥٧	—	—	١٦	٧,٢٧	
٨	٤٠٩٣	٦٥	٤,٤٢	٣١	٤,٦٣	١٩	٥,٣٤	٢	٧,١٤	١	٣٣,٣٣	١٤	٦,٣٦	
٩	٤٠٩٤ـ ٤٠٩٧	٥٣	٣,٦٠	٣٨	٥,٦٨	٨	٢,٢٥	١	٣,٥٧	—	—	١٨	٨,١٨	
١٠	٤٠٩٨	٦٩	٤,٦٩	٣٣	٤,٩٣	١١	٣,٠٩	١	٣,٥٧	—	—	١٠	٤,٥٥	
١١	٤٠٩٩	٦٦	٤,٤٩	٤٠	٥,٩٨	٧	١,٩٧	٢	٧,١٤	—	—	١٥	٦,٨٢	
١٢	٤١٠٠	٥٤	٣,٦٧	٣٣	٤,٩٣	٢٥	٧,٠٢	١	٣,٥٧	—	—	٥	٢,٢٧	
١٣	٤١٠١	٧١	٤,٨٣	٣٦	٥,٣٨	١٠	٢,٨١	١	٣,٥٧	—	—	٣	١,٣٦	
١٤	٤١٠٢	٧١	٤,٨٣	٣٤	٥,٠٨	١٥	٤,٢١	١	٣,٥٧	—	—	٧	٣,١٨	
١٥	٤١٠٣	٥٩	٤,٠١	٣١	٤,٦٣	١٠	٢,٨١	٤	١٤,٢٩	—	—	١٨	٨,١٨	
١٦	٤١٠٤	٨١	٥,٥١	١٩	٢,٨٤	٢٦	٧,٣٠	١	٣,٥٧	—	—	٣	١,٣٦	
١٧	٤١٠٥	٧٠	٤,٧٦	٢٧	٤,٠٤	١٢	٣,٣٧	١	٣,٥٧	—	—	٨	٣,٦٤	
١٨	٤١٠٦	٧٠	٤,٧٦	٢٥	٣,٧٤	٢٦	٧,٣٠	١	٣,٥٧	—	—	٩	٤,٠٩	
١٩	٤١٠٧	٧٠	٤,٧٦	٣٠	٤,٤٨	١٤	٣,٩٣	٢	٧,١٤	—	—	١٢	٥,٤٥	
٢٠	٤١٠٨	٦٦	٤,٤٩	٢٧	٤,٠٤	٢١	٥,٩٠	١	٣,٥٧	—	—	٥	٢,٢٧	
٢١	٤١٠٩	٦٢	٤,٢١	٢٨	٤,١٩	١٣	٣,٦٥	١	٣,٥٧	—	—	١٠	٤,٥٥	
٢٢	٤١١٠	٦٥	٤,٤٢	٢٥	٣,٧٤	٣١	٨,٧١	١	٣,٥٧	—	—	٦	٢,٧٣	
	مج التكرارات	١٤٧١	٪١٠٠,٠١	٦٦٩	٪١٠٠	٣٥٦	٪٩٩,٩٨	٢٨	٪٩٩,٩٧	٣	٪١٠٠	٢٢٠	٪٩٩,٩٩	٢,٧٤٧
	مج ن ٪	٪٥٣,٥٥		٪٢٤,٣٥		٪١٢,٩٦		٪١,٠٢		٠,١١		٪٨,٠١		٪١٠٠

ومن خلال الجدول رقم (١) يتبين أن اهتمام جريدة الزمان انصب بنسبة عالية على الوظيفة الاخبارية، ولعل ذلك أمر متوقع من جريدة يومية تهتم بالشؤون العامة والأحداث الجارية، كما أن

الوقائع والمستجدات اليومية في العراق فرضت نفسها على حركة النشر في أغلب وسائل الإعلام الأمر الذي جعل الخبر يحتل المرتبة الأولى، لا سيما في ظل ظروف العراق المعروفة والتي تتسم بالديناميكية وعدم الاستقرار، وبخاصة وأن الخبر من أسرع الفنون الصحفية انتقالا، بل هو الأساس الذي تبنى عليه الفنون الأخرى كالعمود والمقال والتحقيق وغيرها.

أما الوظيفة التثقيفية فكانت في المرتبة الثانية من حيث التكريس لها في الموضوعات والمقالات والفنون الصحفية والأدبية المختلفة من شعر وقصة؛ وحلت وظيفة التوعية بمرتبة أدنى (ثالثة) ما يعني أن الجريدة كانت معنية ومهتمة أكثر بالقضية التثقيفية منها بقضية التوعية والتوجيه؛ويلاحظ ان وظيفة الاعلان احتلت المرتبة الرابعة على اعتبار انها تتعلق بالايرادات والمدخولات التي تسهم بتحقيق الاستقلال الاقتصادي للمؤسسة.كما ان وظيفة الترفيه احتلت المرتبة الخامسة اذ لم تكن موضع اهتمام من قبل الجريدة. وانعدمت أو كادت أن تكون كذلك الوظيفة التعليمية التي احتلت المرتبة الاخيرة على اعتبار أن هناك قنوات أخرى معنية بقضية التعليم، كالمؤسسات التعليمية والتربوية والقنوات التلفزيونية المتخصصة وبعض البرامج الاذاعية.

التحليل في جريدة المدى

ويتبين عن طريق البحث والتحليل للمادة الصحفية المنشورة في جريدة المدى أن وظيفة الإخبار حلت بنفس المرتبة من الإهتمام. إذ رعت المدى الوظيفة الإخبارية فكانت على رأس الوظائف الأخرى وجاءت في المرتبة الأولى وحصلت على (١٤٠٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٥٩,٦٥ ٪).

وجاءت وظيفة التثقيف في المرتبة الثانية وبلغ مجموع تكراراتها (٤١٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٧,٥٦ ٪).

وكانت في المرتبة الثالثة الوظيفة التوعوية التي بلغ عدد تكراراتها (٣٦٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٥,٤٣ ٪).

وحلَت وظيفة الإعلان في المرتبة الرابعة محققة (١٤٣) تكرارا وبنسبة قدرها (٦,٠٨ ٪).

أما وظيفة الترفيه فجاءت في المرتبة الخامسة وحصلت على (٣٠) تكرارا ونسبة قدرها (١,٢٨ ٪).

بينما لم تحصل الوظيفة التعليمية على أية نسبة تذكر.

جدول رقم (٢) يبين مجموع تكرارات ونسب الوظائف في جريدة المدى

ت	العدد	ك الإخبار	ن ٪	ك التثقيف	ن ٪	ك التوعية	ن ٪	ك الترفيه	ن ٪	ك التعليم	ن ٪	ك الإعلان	ن ٪	المجموع
١	٢٣٥١	٥٦	٣,٩٩	٢٣	٥,٥٧	١٠	٢,٧٥	٢	٦,٦٧	—	—	٦	٤,٢٠	
٢	٢٣٥٢	٥٦	٣,٩٩	٢٤	٥,٨١	١٤	٣,٨٦	١	٣,٣٣	—	—	٥	٣,٥٠	
٣	٢٣٥٣	٧١	٥,٠٦	٢١	٥,٠٨	١٠	٢,٧٥	١	٣,٣٣	—	—	٩	٦,٢٩	
٤	٢٣٥٤	٧٣	٥,٢٠	٢٢	٥,٣٣	٢٧	٧,٤٤	٢	٦,٦٧	—	—	٥	٣,٥٠	
٥	٢٣٥٦	٧٠	٤,٩٩	٢١	٥,٠٨	٤	١,١٠	١	٣,٣٣	—	—	٢	١,٤٠	
٦	٢٣٥٧	٤٣	٣,٠٦	١٨	٤,٣٦	٢٩	٧,٩٩	١	٣,٣٣	—	—	٧	٤,٨٩	
٧	٢٣٥٨	٧٨	٥,٥٦	١٧	٤,١٢	١١	٣,٠٣	٢	٦,٦٧	—	—	٥	٣,٥٠	
٨	٢٣٥٩	٧٦	٥,٤٢	١٦	٣,٨٧	٢٨	٧,٧١	١	٣,٣٣	—	—	١٠	٦,٩٩	
٩	٢٣٦٠	٦٥	٤,٦٣	٢٢	٥,٣٣	١٠	٢,٧٥	—	—	—	—	١٢	٨,٣٩	
١٠	٢٣٦٥	٨٢	٥,٨٤	١٦	٣,٨٧	١٤	٣,٨٦	١	٣,٣٣	—	—	٤	٢,٨٠	
١١	٢٣٦٦	٥٩	٤,٢١	١٩	٤,٦٠	١٧	٤,٦٨	٢	٦,٦٧	—	—	٥	٣,٥٠	
١٢	٢٣٦٧	٧٢	٥,١٣	٢٢	٥,٣٣	١٠	٢,٧٥	١	٣,٣٣	—	—	٤	٢,٨٠	
١٣	٢٣٦٨	٦٠	٤,٢٨	٨	١,٤٩	١١	٣,٠٣	٢	٦,٦٧	—	—	١٠	٦,٩٩	
١٤	٢٣٧٠	٦٢	٤,٤٢	١٧	٤,١٢	١٤	٣,٨٦	١	٣,٣٣	—	—	٧	٤,٨٩	
١٥	٢٣٧١	٥٧	٤,٠٦	١٩	٤,٦٠	٢٥	٦,٨٩	١	٣,٣٣	—	—	٧	٤,٨٩	
١٦	٢٣٧٢	٤٠	٢,٨٥	١٦	٣,٨٧	٨	٢,٢٠	٢	٦,٦٧	—	—	٩	٦,٢٩	
١٧	٢٣٧٣	٧٦	٥,٤٢	١٢	٢,٩١	١٨	٤,٩٦	١	٣,٣٣	—	—	٧	٤,٨٩	
١٨	٢٣٧٤	٥٩	٤,٢١	١٨	٤,٣٦	٩	٢,٤٨	١	٣,٣٣	—	—	٨	٥,٥٩	
١٩	٢٣٧٥	٣٧	٢,٦٤	١٥	٣,٦٣	١٨	٤,٩٦	١	٣,٣٣	—	—	٨	٥,٥٩	
٢٠	٢٣٧٧	٥٦	٣,٩٩	٢١	٥,٠٨	١٦	٤,٤١	١	٣,٣٣	—	—	٣	٢,١٠	
٢١	٢٣٧٨	٤٦	٣,٢٨	١٣	٣,١٥	٢٧	٧,٤٤	٢	٦,٦٧	—	—	٤	٢,٨٠	
٢٢	٢٣٧٩	٦٦	٤,٧٠	١٥	٣,٦٣	١٥	٤,١٣	٢	٦,٦٧	—	—	٣	٢,١٠	
٢٣	٢٣٨٠	٤٣	٣,٠٦	١٨	٤,٣٦	١٨	٤,٩٦	١	٣,٣٣	—	—	٣	٢,١٠	
	مج التكرارات	١٤٠٣	٪٩٩,٩٩	٤١٣	٪١٠٠	٣٦٣	٪٩٩,٩٩	٣٠	٪٩٩,٩٨			١٤٣	٪٩٩,٩٩	٢٣٥٢
	مج ن ٪	٥٩,٦٥		١٧,٥٦		١٥,٤٣		١,٢٨				٦,٠٨		٪١٠٠

ويلاحظ أن جريدة المدى عنت بالوظيفة الإخبارية بشكل خاص كما فعلت (الزمان) ما يدلل على أن الصحافة معنية بموضوعة الإخبار وتوصيل المعلومات إلى المتلقي أكثر من باقي الوظائف المتمثلة بالتثقيف والتوعية والترفيه. كما أن الجريدة لم تنشغل بالوظيفة التعليمية وعدتها هدفا غير أساس للصحافة ويمكن أن تنهض بهذه الوظيفة مؤسسات أخرى؛ أما وظيفة الإعلان وكما هو الحال في (الزمان) فقد أولته المدى اهتمامها لنفس الإعتبارات المتمثلة بمحاولة الصحافة والإعلام بوجه عام تحقيق الإستقلال المالي والإقتصادي للمؤسسة.

نتائج البحث وتحليل البيانات

عن طريق مقارنة منهجية بين الجريدتين (الزمان والمدى) فأن نتائج البحث الحالي تشير إلى تفوق وظيفة الإخبار على باقي وظائف الصحافة في كلتا الجريدتين. إذ بلغت نسبتها في جريدة الزمان (٥٣,٥٥ ٪). تقابلها نسبة مقاربة في جريدة المدى بلغت (٥٩,٦٥ ٪).

وجاءت وظيفة التثقيف في المرتبة الثانية في كلتا الجريدتين. إذ بلغ حجم الموضوعات والمقالات والمواد الصحفية التي كرست لهذه الوظيفة ما نسبته (٢٤,٣٥ ٪) في جريدة الزمان. وبنسبة أقل في جريدة المدى بلغت (١٧,٥٦ ٪).

وحلت وظيفة التوعية في المرتبة الثالثة في كلتا الجريدتين بنسبة (١٢,٩٦ ٪) في جريدة الزمان و (١٥,٤٣ ٪) في جريدة المدى.

وجاءت وظيفة الإعلان في المرتبة الرابعة في كلتا الجريدتين وقد بلغت نسبته (٨,٠١ ٪) في جريدة الزمان و(٦,٠٨ ٪) في جريدة المدى.

أما وظيفة الترفيه فلم يكن لها مكان واخراً في كلتا الجريدتين. إذ كان بنسبة (١,٠٢ ٪) في جريدة الزمان وبنسبة (١,٢٨ ٪) في المدى وكانت في المرتبة الخامسة.

وانعدمت الوظيفة التعليمية أو كادت أن تكون كذلك في جريدة الزمان ولم تتعد نسبتها (٠,١١ ٪) بينما اختفت نهائيا في جريدة المدى. أنظر الجدول رقم (٣).

ت	الوظيفة	ك الزمان	ن ٪	ك المدى	ن ٪	المرتبة
ت	الوظيفة	ك الزمان	ن ٪	ك المدى	ن ٪	المرتبة
١	الإخبار	١٤٧١	٪ ٥٣,٥٥	١٤٠٣	٪ ٥٩,٦٥	١
٢	التثقيف	٦٦٩	٪ ٢٤,٣٥	٤١٣	٪ ١٧,٥٦	٢
٣	التوعية	٣٥٦	٪١٢,٩٦	٣٦٣	٪ ١٥,٤٣	٣
٤	الإعلان	٢٢٠	٪ ٨,٠١	١٣٤	٪ ٦,٠٨	٤
٥	الترفيه	٢٨	٪ ١,٠٢	٣٠	٪ ١,٢٨	٥
٦	التعليم	٣	٪ ٠,١١	—	—	٦
المجموع		٢,٧٤٧	٪ ١٠٠	٢٣٥٢	٪ ١٠٠	

جدول رقم (٣) يبين مراتب ونسب الوظائف في كل من جريدتي الزمان والمدى

إن تفوق وظيفة الإخبار على باقي وظائف الصحافة في كلتا الجريدتين يحمل دلالة على اهتمام

الصحافة وتكريسها القدر الأكبر من مساحاتها لهذه الوظيفة وعدّها الوظيفة الأساس التي تخدمها؛ ونلمس في هذا الموضع تناظرا وظيفيا بين الجريدتين من حيث إيلاؤهما القدر نفسه من الإهتمام لوظيفة الإخبار، وكما هو مبيّن في الجدول رقم (٣).

كما أن ظهور الوظيفة الثقافية كثاني وظيفة في كلتا الجريدتين بعد وظيفة الإخبار والتي تكرس لها الصحيفتان مختلف الفنون الصحفية؛ ما يعني أن الجريدتين تجدان أن المهمة الثقافية هي ثاني المهام التي على الصحافة النهوض بمسؤوليتها، وما يعني أيضا أن هناك تناظرا بين الجريدتين من حيث عنايتهما بهذه الوظيفة.

ومرة أخرى يظهر التناظر الوظيفي من حيث الموضوع، ومدى الإهتمام الذي توليه الجريدتان للوظيفة التوعوية التي جاءت في المرتبة الثالثة، ما يعني أن الجريدتين الزمان والمدى، تجدان أن مسؤولية الصحافة في موضوعة التوعية تأتي بمرتبة وتوجه أقل من المهمة الثقافية.

أما وظيفة الإعلان فقد جاءت في المرتبة الرابعة في كلتا الجريدتين، نظرا لما يمثله الإعلان من أهمية في رفد الصحافة والإعلام بإيرادات ومدخولات تعمل على تأمين الإستقلال الإقتصادي للمؤسسات الإعلامية والصحفية وتجعلها في منأى عن الضغوط التي قد تتعرض لها من قبل جهات مختلفة.

ومن اللافت أن الجريدتين لم تعنيا كثيرا بوظيفة الترفيه التي جاءت في خامس مرتبة بين وظائف الصحافة ما يعني أن الصحافة بوجه عام والجريدتين بشكل خاص لم تكن معنية بقضية الترفيه والتي يمكن أن تكرس لخدمتها وسائل إعلام أخرى كالتلفزيون والراديو. كما يلاحظ أن السمة الإخبارية والتثقيفية قد غلبت على كلتا الجريدتين وبذلك تفوقت هتان الوظيفتان على بقية الوظائف ما يعني وجود تفاوت في التوزيع الوظيفي من حيث تركيز الجريدتين على وظائف معينة تمثلت بوظيفتي الإخبار والتثقيف على حساب وظائف الصحافة والإعلام الأخرى، ما يعني بشكل ما الإفتقار إلى التوازن الوظيفي العام مع المحافظة على التناظر الخاص لدى الجريدتين إزاء اهتمامهما المشترك بالنوع الوظيفي؛ وهذا ما يمكن ملاحظته أيضا على الوظيفة التعليمية التي انعدمت أو كادت أن تكون كذلك في جريدة الزمان واختفت نهائيا في جريدة المدى، وربما يعود عدم إيلاء هذه الوظيفة قدرا من العناية والإهتمام الى صعوبة نهوض الصحافة المكتوبة بمهمة التعليم، وأن وسائل أخرى كالإذاعة والتلفزيون بوجه خاص يمكن أن تؤدي هذه المهمة بشكل أفضل وأيسر كالبرامج التعليمية في القنوات التعليمية المتخصصة أو برامج إذاعية كبرنامج تعليم اللغة الإنجليزية في إذاعة BBC، وغيرها من البرامج. كذلك فأن مهمة التعليم عادة ما تنهض بها مؤسسات مجتمعية وظيفتها الأساس هي التعليم كالمؤسسات التربوية والمنظمات التعليمية المتخصصة في مجالات تعليمية بعينها.

ويتضح مما تقدم وعلى ضوء النتائج التي ظهرت في الجداول السابقة أن الجريدتين موضع الدراسة كانتا قد أظهرتا اختلالا وظيفيا واضحا إذ غاب التوازن الوظيفي، وبانت الهوّة الكبيرة بين نسبة بروز الوظائف في كل منهما ولعل ذلك يظهر بشكل جلي بين وظيفتي الإخبار والتعليم أو التثقيف والترفيه. وإذا كان هناك من يبرر هذا التفاوت وعدم التوازن في الوظائف فمن المؤكد أن

على القائمين في الاتصال اعادة النظر في أمر التوازن الوظيفي سيما وأن وظائف الصحافة والاعلان بشكل عام يجب أن لا تخضع لرغبة المرسل فحسب وإنما تحكمها حاجة المتلقي وهو ما يعني تلبية رغبات القراء واشباع حاجاتهم. كما أن مقياس النجاح لأية وسيلة إعلامية هو مدى قربها من اهتمامات الجمهور وأن الوظائف التي حددها المختصون في الإعلام لم تأت عبثا بل جاءت لتتناغم مع حاجات هذا الجمهور الذي يمثل الرصيد الفعلي لأية وسيلة إعلامية. ومن هنا يمكن القول إن التفاوت الواضح في الاهتمام بالوظائف والصحف العراقية يدعو القائمين عليها إلى اعادة النظر في كيفية خلق نوع من التوازن بالشكل الذي لا يدع وظيفة تطغى على بقية الوظائف مهما كانت الظروف والأحوال. والعمل على توزيع الاهتمام بما يقدم خدمة لجموع القراء عن طريق التنوع الوظيفي سيما وأن المسؤولية الاجتماعية للصحافة تفرض هذا التنوع والتعدد لتقترب الصحافة من أداء مسؤوليتها إزاء الجمهور عن طريق وظائفها.

الاستنتاجات

من خلال النتائج التي افرزتها عملية التحليل يمكن الوقوف على عدة استنتاجات تمثلت في ما ياتي :

١ـ ان التفاوت الواضح والكبير بين الوظائف يمكن ان يكون فرضته حالة غياب الرؤية الشاملة لدور ومسؤؤلية الصحافة والتي لاتقف عند حدود نشر الاخبار ومتابعتها .

٢ـ غياب التوازن بين الوظائف يؤشرعدم وجود سياسة نشرتتماشى مع حاجات القراء ورغباتهم وسبب ذلك عدم الاعتماد على استطلاع اراء الجمهور ومعرفة تفضيلاتهم .

٣ـ تغييب واهمال بعض الوظائف كالوظيفة التعليمية والترفيهية قد يكون وراءه ان هاتين الوظيفتين

تضطلع بهما بعض الوسائل الاعلامية كالقنوات الاذاعية والتلفزيونية بفاعلية اكثر .ولكن ذلك ل ايعفي

الصحافة من ان تاخذ دورها وتمارس مسؤؤليتها الاجتماعية ازاء القراء.

الهوامش والمصادر

١ـ كاترين دورين وآخرون، تنظيم وقيادة المجتمعات، ترجمة د.محمد طلعت، القاهرة، مطبعة عيسى، ١٩٦٥، ص١٥.

٢ـ حميد سالم خلف الجبوري، المسؤولية الاجتماعية لدى ابناء الريف والمدينة، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية الآداب/ جامعة بغداد، ١٩٩٦، ص١٧ـ١٨.

٣ـ حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، ط٥، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٤، ص٢٣٣.

٤ـ حميد سالم خلف الجبوري، م.س.ذ، ص٢٠.

٥ـ أيمن أحمد جيره، علاقة انتاجية الجماعات الصغيرة بأبعاد عملية الادراك الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى جامعة الكويت، ١٩٧٩، ص١١٣.

٦ـ محمد ابراهيم الشافعي، المسؤولية والجزاء في القرآن الكريم، القاهرة، مطبعة السنة المحمدية، ١٩٨٢، ص٣٩.

٧ـ صاحب عبد مرزوك الجنابي، المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بفاعلية المرشد التربوي في العراق، اطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى كلية التربية (ابن رشد)/ جامعة بغداد، ١٩٩٨، ص١٧.

٨ـ د.محمد متولي، د.لطيف عبد القادر، الإعلام وحرية المجتمع، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، ١٩٨٧، ص٩١.

٩ـ عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، بغداد، مكتبة بغداد، ١٩٦٨، ص٩٠.

١٠ـ د.محمد متولي و د.لطيف عبد القادر، م.س.ذ، ص١٠١ـ١٠٢.

11- Harold Evas, «Social Responsibilty, London, William- Heinemann L.T.D, 1983, PP. 33-34.

نقلا عن: حافظ ياسين حميد، المسؤولية الاجتماعية للإعلان في تلفزيون العراق، رسالة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى كلية الإعلام/ جامعة بغداد، ٢٠٠٥، ص٨٨.

١٢ـ د.أحمد بدر، الاتصال الجماهيري والدعاية الدولية، الكويت، دار العلم، ١٩٧٤، ص٣٥١.

١٣ـ محمد متولي ولطيف عبد القادر، م.س.ذ، ص١٣٩.

١٤ـ وليم ريفرز، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، ترجمة ابراهيم امام، القاهرة، دار المعرفة، ١٩٧٥، ص١١١.

١٥ـ عبد اللطيف حمزة، م.س.ذ، ص١٣٩.

١٦ـ فاروق ابو زيد، النظم الصحفية في الوطن العربي، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٦، ص٦.

١٧ـ عزة عبد العزيز، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية- دراسة تحليلية لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتي الاهرام والاهالي خلال المدة من ١٩٧٨ـ١٩٨٧، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب بسوهاج/ جامعة اسيوط، ١٩٩٢، ص٥٠ـ٥١.

18- Brauners Siegmunad, The Formation and Devlopment National. (Prague: International Organization Of Journalists 1975) p.107.

نقلا عن: حافظ ياسين حميد، م.س.ذ، ص٩٨.

١٩ـ المعجم الوسيط، ابراهيم مصطفى وآخرون، الجزء الاول والثاني، بيروت، دار احياء التراث العربي

للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص٦٢٤.
٢٠ـ معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، أحمد زكي بدوي، بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٧٧، ص١٧٠.
٢١ـ المصدر نفسه، ص١٧٠.
22- Edwin Emery, Introduction To Mass Communications. New York, 1970, p.202-204.
٢٣ـ سعد مطشر عبد الصاحب، المضامين والاشكال الفنية للبرامج التلفزيونية في تلفزيون العراق والتلفزيون العربي السوري/ دراسة مقارنة، اطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى كلية الإعلام/ جامعة بغداد، ٢٠٠٥، ص١٤٩ـ١٥٠.
٢٤ـ عمر عناد شلال، الوظيفة السياسية لبرامج (BBC) العربية، برنامج السياسة بين السائل والمجيب، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية الإعلام/ جامعة بغداد، ٢٠٠٦، ص٢٨.
٢٥ـ م. دي فلورس، بال روكاخ، نظريات الإعلام، ترجمة: محمد ناجي، أربد، دار الأمل للنشر والتوزيع، ١٩٩٤، ص٢٣.
٢٦ـ د.حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩١، ص٣٣.
٢٧ـ المصدر نفسه، ص٣٤.
٢٨ـ د.فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، القاهرة عالم الكتب، ١٩٨٦، ص٥٧.
٢٩ـ د.محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط٥، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص١٤٥.
٣٠ـ محمد محمود وهيبة، الإعلام المعاصر، عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص٣٤.
٣١ـ زين الدين العياضي، وسائل الإعلام والمجتمع ـ ظلال واضواء، العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤، ص١٤١.
٣٢ـ اديب خضور، سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون ـ الدراما التلفزيون، دمشق، منشورات المكتبة الإعلامية، ١٩٩٧، ص١١٠.
٣٣ـ تمارا حلمي، المجتمع الحديث والإعلان، لندن، مركز الكتاب العربي، ١٩٩٨، ص٩٦.
٣٤ـ د.فضيل دليو، الاتصال ـ مناهجه نظرياته وسائله، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص٧٦.
٣٥ـ محمد عبد القادر، دور الإعلام في التنمية، بغداد، دار الحرية للطباعة، ١٩٨٢، ص٣٦١.
٣٦ـ محمد عودة، اساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، الكويت، ذات السلاسل للطباعة والنشر، ١٩٨٩، ص٤٢.
أنظر ايضا:
د.صالح أبو اصبع، الاتصال الجماهيري، عمان، دار الشروق للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٩، ص١٦٥.
٣٧ـ د.سمير محمود، الإعلام العلمي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص١١.
38- Meyer Philip, The Vanishing News Paper: Saving Journalism In The Information Age, University Of Missouri Press, 2004.
نقلا عن: د.علي بن شويل القرني، الاتجاهات المدنية في الصحافة الدولية ـ من الصحافة التقليدية

الى الإعلانات الشخصية، دراسة جامعة الملك سعود، ٢٠٠٨، ص٦.

٣٩ـ صالح ابو اصبع، م.س.ذ، ص١٦٥.

٤٠ـ موسى علي الشهاب، علم اجتماع الإعلام، الاردن/ عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص٤٦ـ٥٠.

٤١ـ د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص١٤٥.

٤٢ـ المصدر السابق، ص١٣٥.

٤٣ـ المصدر نفسه، ص١٣٦.

٤٤ـ بيير ألبير، الصحافة، ترجمة: فاطمة عبدالله، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب/ سلسلة الألف كتاب (الثاني) ٤٤، ١٩٨٧، ص٣٤ـ٣٨.

٤٥ـ د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص١٤٦.

٤٦ـ سعاد جبر سعيد، سايكولوجية الاتصال الجماهيري، الاردن/ أربد، عالم الكتب الحديث/ جدار، الكتاب العالمي، ٢٠٠٨، ص٦٨ـ٦٩.

٤٧ـ أنظر كل من:

ـ د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ١٤٦.

ـ ميرفت الطرابيشي، مدخل الى الصحافة، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥، ص٩٥ـ ٩٩.

ـ محمود عبد الله الخوالدة، حسين علي العموش، علم النفس السياسي والإعلامي، الاردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص٢١.

٤٨ـ محمد عبد القادر، دور الإعلام في التنمية، بغداد، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، دار الرشيد للنشر، ١٩٨٢، ص٤٤ـ ٤٦.

٤٩ـ د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص١٤٢.

٥٠ـ د.حميد جاعد محسن، الادارة الإعلامية ـ التطور المفهوم المقومات النماذج، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠٠٨، ص٦٣.

أنظر كذلك: د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص١٣١ـ١٣٣.

مرزوق عبد الحكيم، الإعلانات الصحفية ـ دراسة في الاستخدامات والاشباعات، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤، ص١٠١.

٥١ـ مرزوق عبد الحكيم، م.س.ذ، ص١٠٢.

٥٢ـ عصام سليمان الموسى، مدخل في الاتصال الجماهيري، ط٦، الاردن، اثراء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص١٦٧ـ١٧٤.

٥٣ـ علي بن محمد المرهون، استخدامات النخبة العمانية للقنوات الفضائية العربية والاجنبية والاشباعات المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة/ معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، ٢٠٠٧، ص٧٢.

٥٤ـ فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، الاردن/ عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص٣٢ـ٣٣.

٥٥ـ د.فؤاد احمد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، الاردن/ عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع،

٢٠١١، ص٦١ـ٧١.

٥٦ـ د.نسيم خوري، الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٥، ص٥٣.

٥٧ـ د.موسى علي الشهاب، علم اجتماع الإعلام، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص٤٦ـ ٥٠.

٥٨ـ رفعت عارف الضبع، الخبر، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص٢٦ـ ٢٨.

٥٩ـ د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص١٤٤.

(*) ـ لمعرفة المزيد من الذين أشاروا إلى هذه الوظائف انظر:

ـ د.عبد الستار جواد، صناعة الاخبار، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ٢٠٠٠، ص١٩.

ـ د.شاهيناز طلعت، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة، المكتبة الانجلو مصرية، بلا تاريخ، ص٢٣.

ـ د.عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص٣١ـ٣٣.

ـ د.احمد بخوش، الاتصال والعولمة، دراسة سوسيوثقافية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص١٤ـ١٥.

٦٠ـ د.حسن عماد مكاوي، و د.ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية للكتاب، ٢٠١٠، ص٧٤.

٦١ـ د.فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، م.س.ذ، ص٧٤.

٦٢ـ سعاد جبر سعيد، م.س.ذ، ص٦٩.

٦٣ـ د.محمود عبد الله الخوالدة، حسين علي عموش، م.س.ذ، ص٣٦.

٦٤ـ سعاد جبر سعيد، م.س.ذ، ص٧٢.

٦٥ـ سامي ذبيان، م.س.ذ، ص٥١.

٦٦ـ سعاد جبر سعيد، م.س.ذ، ص٧٤.

٦٧ـ فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، م.س.ذ، ص٦٥.