



www.massira.jo

مقيم ومحكم علميا

الإتصال الجماهيري والإعلام

التطور - الخصائص - النظريات

الدكتور
كامل خورشيد مراد



رقم التصنيف : 302.2
المؤلف ومن هو في حكمه : كامل خورشيد مراد
عنوان الكتاب : الاتصال الجماهيري والإعلام
رقم الإيداع : 2010/10/3787
الخواصفات : الاتصال الجماهيري/ الاتصال
بيانات الناشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان- الأردن
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزئاً أو تسجيله على اشرطة
كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated,
reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base
or retrieval system , without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2011م - 1432هـ

الطبعة الثانية 2014م - 1435هـ

الطبعة الثالثة 2025م - 1446هـ



عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 962 6 4640950 فاكس : 962 6 4617640
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والخراج : دائرة الإنتاج

www.massira.jo

مقيم ومحكم علميا

الإتصال الجماهيري والإعلام

التطور – الخصائص – النظريات

الدكتور

كامل خورشيد مراد

عميد كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط - الاردن



الفهرس

23.....	تقديم
27.....	المقدمة

الباب الأول

علم الاتصال

39.....	الفصل الأول: علم الاتصال ومفاهيمه
39.....	أهمية الاتصال كنشاط إنساني
43.....	علم الاتصال
46.....	أبحاث الاتصال النظرية
48.....	خصائص الاتصال
49.....	مفاهيم الاتصال
49.....	الاتصال لغة
53.....	الاتصال والتواصل
54.....	الاتصال والإعلام
60.....	تعريفات الاتصال
67.....	الفصل الثاني: العملية الاتصالية
67.....	عناصر العملية الاتصالية
67.....	أولاً: المرسل
68.....	ثانياً: الرسالة
70.....	ثالثاً: الوسيلة

71.....	رابعاً: المستقبل
73.....	خامساً: ردود الفعل أو الرجوع (التغذية الراجعة المرتدة)
76.....	سادساً: الآثار
76.....	سابعاً: الأغراض
77.....	ثامناً: التشويش
77.....	توصيف العملية الاتصالية
78.....	أولاً: الاتصال كاستجابة
78.....	ثانياً: الاتصال كنقل
79.....	ثالثاً: الاتصال كعملية
80.....	رابعاً: الاتصال كتفاعل
81.....	الإطار الدلالي في العملية الاتصالية
81.....	مفهوم الإطار الدلالي او الاطار المرجعي
85.....	نظام المخزون المعرفي
85.....	الصورة الذهنية والصورة النمطية
91.....	الفصل الثالث: أشكال الاتصال
91.....	أشكال الاتصال طبقاً للطريقة المستخدمة في العملية الاتصالية
91.....	المعيار الأول: الاتصال من حيث الرموز
91.....	الاتصال اللفظي
92.....	الاتصال غير اللفظي
92.....	المعيار الثاني: أشكال الاتصال طبقاً لعدد المشاركين في العملية الاتصالية
92.....	الاتصال الذاتي
92.....	الاتصال الشخصي او الاتصال بين الاشخاص
93.....	الاتصال الجمعي

93.....	الاتصال المؤسسي
94.....	الاتصال الجماهيري
94.....	الاتصال التبادلي
95.....	الاتصال الدولي
96.....	الاتصال بين الثقافات
96.....	الاتصال الوسيطي (او الوسيط)
96.....	المعيار الثالث: أشكال الاتصال طبقا لمستويات الاتصال
96.....	الاتصال الصاعد
97.....	الاتصال النازل
97.....	الاتصال الأفقي
98.....	الاتصال المتقاطع
99.....	الفصل الرابع: نماذج الاتصال
99.....	ما هو النموذج؟
103.....	صعوبات النماذج
103.....	أنواع النماذج
104.....	مميزات النماذج الاتصالية وفوائدها
106.....	تقسيمات النماذج
106.....	تقسيم نماذج الاتصال طبقا لطريقة عرضها
106.....	النماذج اللفظية
106.....	النماذج المصورة
106.....	النماذج الرياضية
106.....	النماذج التفسيرية
106.....	تقسيم نماذج الإتصال طبقا للهدف منها

106.....	النماذج البنائية
106.....	النماذج الوظيفية
107.....	أنواع النماذج طبقاً لأهدافها
108.....	أنواع النماذج طبقاً لعدد المشاركين بعملية الاتصال
108.....	نماذج الاتصال بين فردين
108.....	نماذج الاتصال الجماهيري
108.....	بعض نماذج الاتصال
109.....	نموذج (المنبهات) - وايزمان وباركر
110.....	نموذج (الوظائف الاتصالية) - بارنلند
112.....	نموذج (نظرية المعنى) - بولدنج
112.....	نموذج (التحليل الوظيفي) - تشارلس رايت
112.....	نموذج (الاتصال الشخصي) - ديفيد برلو
113.....	نموذج (الاتصال ذو الخطوتين) - كاتز ولازارسفيدل
116.....	نموذج (الفعل الإقناعي) - هارولد لازويل
116.....	نموذج (الدعاية الخارقة) - سيرج جاكوتين
117.....	نموذج حارس البوابة (النموذج الطوبولوجي) - كيرت ليفين
118.....	نموذج (بث الإشارات) - شانون وويفر
120.....	نموذج (الاختيار) - ويستلي وماكين
120.....	نموذج (الإدراك) - كيربنز
121.....	نموذج (الوسيلة هي الرسالة) - مارشال ماكلوهان
122.....	نموذج (الخبرة المشتركة) - ولبور شرام
127.....	نموذج (التأثير المتبادل) - روس
127.....	نموذج (التطابق) - ديفلور

127.....	نموذج (ظرف الاتصال وهدفه) – برادوك
129.....	الفصل الخامس: نظريات الاتصال
129.....	نظريات تأثير وسائل الاتصال
133.....	تطور نظريات تأثير وسائل الاتصال
134.....	نماذج لبعض نظريات التأثير
134.....	أولاً: نظريات التأثير المباشر
135.....	ثانياً: نظريات التأثير الانتقائي
135.....	نظرية الاختلافات الفردية
136.....	نظرية الفئات الاجتماعية
136.....	نظرية العلاقات الاجتماعية
137.....	ثالثاً: نظريات التأثير غير المباشر
137.....	نظرية النموذج
138.....	نظرية المعنى
138.....	نظرية الاستخدامات والإشباع
142.....	نظرية تحديد الأولويات
143.....	نظرية الاعتماد
144.....	نظرية الفجوة المعرفية
145.....	نظرية العرس الثقافي

الباب الثاني

الاتصال الجماهيري والإعلام

149.....	الفصل السادس: تاريخ الاتصال ووسائله
149.....	نظرية ماكلوهان في تطور العصور الاتصالية

150.....	أولاً: المرحلة الشفوية كلية، مرحلة ما قبل التعلم، أي المرحلة القبلية
150.....	ثانياً: مرحلة كتابة النسخ
150.....	ثالثاً: عصر الطباعة: من سنة 1500م إلى سنة 1900م تقريباً
150.....	رابعاً: عصر وسائل الإعلام الإلكترونية: من سنة 1900م تقريباً، حتى الوقت الحالي
153.....	المراحل الاتصالية
153.....	المرحلة السمعية والبصرية
156.....	عصر الكتابة
158.....	عصر الطباعة
163.....	تاريخ الطباعة في الوطن العربي
165.....	عصر وسائل الإعلام الإلكترونية
168.....	عصر الاتصال التفاعلي
169.....	الفصل السابع: طبيعة الاتصال الجماهيري
169.....	مفهوم الاتصال الجماهيري
177.....	اللغة والاتصال
179.....	الفصل الثامن: خصائص وسائل الإعلام الجماهيري
179.....	وسائل الإعلام الجماهيري
181.....	ماهية الصحافة
184.....	الجريدة
185.....	جمع الأخبار وقوة الصحافة
185.....	الصحافة كنتيجة من نتائج ظهور الطباعة
186.....	المجلة
188.....	الراديو

الفهرس

- 190.....مزايا الراديو
- 191.....مزايا التلفزيون
- 195.....ما يؤخذ على التلفزيون
- 196.....السينما
- 197.....المسرح
- 199.....الإنترنت
- 205.....تطور الصحافة في العالم
- 205.....الصحافة الإنجليزية
- 207.....الصحافة الفرنسية
- 208.....الصحافة الأمريكية
- 208.....الصحافة العربية
- 208.....الصحافة في مصر
- 212.....الصحافة في العالم العربي
- 213.....نبذة عن تاريخ الصحافة الأردنية وتطورها
- 213.....أول صحيفة أردنية
- 214.....صحافة الأردن في عصر الإمارة من عام 1921 - 1946
- 214.....صحافة الأردن ما بعد الاستقلال في 25 / 5 / 1946 وحتى السبعينيات من القرن الماضي
- 215.....ملامح تطور الصحافة الأردنية من عقد السبعينيات وحتى الآن
- 217.....الفصل التاسع: وظائف الاتصال الجماهيري ومسؤولياته
- 217.....وظائف الاتصال الجماهيري
- 220.....وظائف الاتصال الجماهيري حسب هارولد لازويل
- 221.....وظائف الاتصال الجماهيري حسب تشارلس رايت

- وظائف الاتصال الجماهيري حسب لازارسفيلد وروبرت 222
وظائف الاتصال الجماهيري حسب لجنة ماكبرايد- اليونسكو 223
مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع 223
نتائج سلبية غير مرغوب بها 227

الباب الثالث

أسس الاتصال الجماهيري وعناصره

- الفصل العاشر: النظم الإعلامية 231
نظريات الإعلام 231
نظرية السلطة 235
نظرية الحرية 239
مفهوم الحرية في المجتمعات الغربية 241
حرية التعبير عن الرأي في وسائل الإعلام الغربية 243
الإفراط في الاهتمام بالوظيفة الترفيهية 245
النظرية الشمولية (الشيوعية) 246
نظرية المسؤولية الاجتماعية 249
النظرية التنموية 253
نظرية المشاركة الديمقراطية 255
حرية الصحافة والإعلام 256
الصحافة كسلطة رابعة 257
الصحافة الحرة 258
مكانة حرية الصحافة في العالم 258
أخلاقيات الإعلام 260

260.....	تعريف الأخلاقيات
260.....	إشكاليات تتعلق بالأخلاقيات والصحافة
261.....	نظريات الأخلاق
264.....	نقد النظريات الأخلاقية الغربية
264.....	تعريف أخلاقيات الإعلام
267.....	الفصل الحادي عشر: القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة
267.....	القائم بالاتصال
268.....	أهداف القائم بالاتصال
268.....	نظرية حارس البوابة الإعلامية
273.....	المؤسسات الإعلامية وحارس البوابة
279.....	الفصل الثاني عشر: الرسالة الإعلامية
279.....	عناصر الرسالة الإعلامية
280.....	فن تقديم المواد الإعلامية
281.....	الأخبار والتحليلات الإخبارية
282.....	القيم الإخبارية
283.....	مكونات الخبر
283.....	الثقافة الجماهيرية
284.....	مصادر الأخبار
286.....	القوالب الفنية لكتابة الأخبار الصحفية
287.....	قالب الهرم المعكوس
288.....	قالب التتابع الزمني
288.....	القالب التشويقي (الهرم الطبيعي المعتدل)
289.....	قالب السرد المباشر

289	القالب التجمياعي
289	التحقيق الصحفي
290	الأسس التي يقوم عليها التحقيق الصحفي
290	القوالب الفنية للتحقيق الصحفي
291	المقابلة الصحفية
291	أنواع المقابلة الصحفية
292	التحضير للمقابلة
292	إجراء المقابلة
293	المقال الصحفي
294	هدف المقال
295	أنواع المقالات الصحفية
295	المقال الافتتاحي
296	العمود الصحفي
297	المقال التحليلي
298	المقال النقدي
301	الفصل الثالث عشر: جمهور وسائل الإعلام
301	الجمهور
302	مكونات الجمهور
303	مراحل تشكيل مفهوم الجمهور
305	أنواع الجمهور
307	دراسات الجمهور
311	الفصل الرابع عشر: المؤسسات الإعلامية ووكالات الأنباء الكبرى
311	الشركات الإعلامية الأمريكية الكبرى

- 312..... الشركات الإعلامية العالمية الكبرى
- 314..... وكالات الأنباء الكبرى
- 315..... أهمية وكالات الانباء كمصادر للإخبار
- 317..... أنواع وكالات الانباء
- 317..... وكالات الانباء العالمية
- 318..... وكالة الصحافة الفرنسية
- 321..... وكالة رويترز البريطانية
- 322..... وكالة إنترفاكس الروسية
- 322..... وكالة اسوشيتدبريس الأمريكية
- 324..... وكالة اليونايته بريس انترناشنال
- 325..... وكالة الأنباء الصينية الجديدة (شينخوا)
- 325..... الوكالات المتخصصة
- 325..... الفضائيات والاعلام الفضائي
- 327..... وكالات الأنباء العربية
- 327..... وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية
- 329..... وكالات الأنباء العربية

الباب الرابع

مجالات الاتصال الجماهيري

- 333..... الفصل الخامس عشر: الرأي العام
- 333..... ظاهرة الرأي العام
- 334..... الشورى والرأي العام
- 340..... الرأي العام في العصور الوسطى

- 343..... الرأي العام في العصر الحديث
- 345..... تعريف الرأي العام
- 345..... الرأي الشخصي والرأي الخاص
- 345..... الفرق بين الرأي والاتجاه
- 346..... الرأي الجماعي والرأي الإجماعي
- 347..... تعريفات الرأي العام
- 352..... أنواع الرأي العام
- 352..... اولاً: تقسيم الرأي العام حسب طبيعته
- 352..... ثانياً: تقسيم الرأي العام حسب ثباته
- 353..... ثالثاً: تقسيم الرأي العام حسب تأثيره ومشاركته السياسية
- 353..... رابعاً: تقسيم الرأي العام حسب الانتشار الجغرافي
- 354..... خامساً: تقسيم الرأي العام حسب حجم الجمهور
- 354..... سادساً: تقسيم الرأي العام حسب عنصر الزمن
- 354..... سابعاً: تقسيم الرأي العام حسب درجة الوضوح فيه
- 354..... ثامناً: تقسيم الرأي العام حسب درجة صراحته
- 355..... تاسعاً: تقسيم الرأي العام حسب درجة ظهوره
- 355..... عاشراً: تقسيم الرأي العام حسب طريقة التوافق والإجماع
- 355..... احد عشر: تقسيم الرأي العام حسب وجوده
- 355..... ثاني عشر: تقسيم الرأي العام حسب درجة تأثيره وتأثره
- 355..... ثالث عشر: تقسيم الرأي العام حسب درجة ثباته
- 356..... رابع عشر: تقسيم الرأي العام حسب حركته
- 356..... مواصفات الرأي العام
- 357..... العوامل المؤثرة في الرأي العام

357	مقومات الرأي العام
359	مراحل تكوين الرأي العام
359	مكونات الرأي العام
364	المؤثرات على الرأي العام
364	قياس الرأي العام وأهميته الاجتماعية
367	الفصل السادس عشر: العلاقات العامة
367	مفهوم العلاقات العامة
368	المؤسس للعلاقات العامة
368	تعريف العلاقات العامة
369	خصائص العلاقات العامة
370	إعادة تعريف العلاقات العامة
370	أهمية العلاقات العامة
372	العلاقات العامة من منظور إداري
373	العلاقات العامة والصورة الذهنية
373	الصورة المثالية
374	الصورة المتعددة
374	أهمية الصورة الذهنية للمنظمات
374	مهارات موظف العلاقات العامة
375	مدير العلاقات العامة
376	فوائد العلاقات العامة
379	الفصل السابع عشر: الدعاية والإعلان
379	تعريف الدعاية
383	الدعاية الدولية

385.....	اساليب الدعاية
392.....	الدعاية والإعلان
393.....	الدعاية والرأي العام
394.....	الدعاية والإعلام
395.....	الدعاية والعلم
395.....	الدعاية العقلانية
396.....	أركان الدعاية
396.....	أنواع الدعاية
396.....	أنواع الدعاية من حيث النشاطات
397.....	أنواع الدعاية من حيث المستويات
398.....	أنواع الدعاية من حيث الوظيفة
399.....	أنواع الدعاية من حيث الأساليب
399.....	أنواع الدعاية من حيث الأهداف
399.....	أنواع الدعاية من حيث التخطيط
399.....	أنواع الدعاية من حيث العقل والعاطفة
400.....	أنواع الدعاية من حيث الاستمرارية
400.....	الدعاية والتعليم والإقناع
401.....	الإعلان
401.....	تعريف الإعلان
403.....	الخصائص العامة للإعلان
404.....	القواعد الذهبية للإعلان

407(نظرة مستقبلية)
407 الإعلام الجديد
412 طريق المعلومات السريع
421 وسائل ردم الهوة المعلوماتية
422 مجتمع المعلومات رؤية ما بعد العصر الصناعي
423 الإعلام العربي والتحديات في عصر العولمة
424 نظرة مستقبلية لشبكة الانترنت
424 التأثيرات الايجابية للإنترنت
425 التأثيرات السلبية للإنترنت
427 إحصائيات الناطقين باللغة العربية في الانترنت
431 المراجع