

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

د. حمدان خضر سالم - د. رواء هادي صالح
كلية الاعلام - جامعة بغداد

المستخلص

تعد نظرية المسؤولية الاجتماعية تهديباً لنظرية الحرية التي وجد المهتمون انها ذهبت في ممارساتها الى الحد الذي صار يهدد مصالح المجتمع. حتى ان البعض رأى ضرورة ان يضاف الى مبادئ النظام الليبرالي المعاصر مبادئ جديدين مثلاً 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 التأثير 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 موضوعاً للدراسة من خلال متابعة ما ينشر من مواد مختلفة عبر فترة زمنية مثلت المجال الزمني 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 اشترت 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 لا يظهر 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 الرئيسية المذكورة والتي تم التفصي 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 الأفراد داخل المجتمع ومدى التزامهم بما ينسجم مع قيمه وعاداته وأعرافه. ولم يقف الاهتمام بهذا الأمر عند حدود المجتمعات المتقدمة، بل هي صحيحة انطلقت من تلك المجتمعات ليردها 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 الأحداث 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 مسؤوليته الاجتماعية عن طريق ما تؤديه من وظائف للمتلقي كونها واحدة من أهم الوسائل التي تمثل رافدا للمعلومات والأحداث والآراء وإفكار، وإهمية 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 الرئيسية التي قامت بها الصحف (موضوع الدراسة) كجزء من مسؤوليتها الاجتماعية إزاء القراء، وتسييل 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 الزمني بالمدة من ١-٣١ كانون الثاني لعام ٢٠١٢. فيما كان المجال المكاني الصحافة العراقية متمثلة بصحف بغداد. أما المجال الموضوعي فقد تمثل في جريدتي الزمان والمدي. 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 والمدي 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 (الجمعة)، 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 إجراءات 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 الإنساني من دون أن تقف عند حدود معينة^(٢).

وعلى الرغم من أن المسؤولية هي تكوين ذاتي يقوم على الضمير الاجتماعي ويمثل رقيباً داخلياً، إلا أنها في الوقت ذاته تمثل نتاجاً اجتماعياً. 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 أفراداً إعداداً صحيحاً ليمارسوا دورهم الفاعل في البناء والتطور^(٤).

ومن هذا المعنى يمكن النظر إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها تعبير عن التزام الفرد إزاء الآخرين بكل ما يترتب على ذلك الالتزام من اهتمام بهم والعمل على حل مشكلاتهم، فضلاً 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 انفعالياً للأحداث التي تدور حوله محلياً وعالمياً»^(٥). في حين عبر عنها (الشافعي) بأنها «جميع النظم والتقاليد الاجتماعية التي يلتزم بها الإنسان تجاه المجتمع الذي يعيش فيه وتقبله لما ينتج عنها من محمودة على سلوك محمود أم مذمومة 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 إنجاز مهامها»^(٧).

ومن هنا يتضح أن المسؤولية الاجتماعية هي شعور الفرد بالإنتماء إلى الجماعة والالتزام بنظامها القيمي التزاماً فعلياً والعمل على الحفاظ على هذا النظام والوقوف بالضد إزاء كل ما يؤدي إلى خرقه أو خريفه 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 تسليبة 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 الأثارة وجأوزها 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، فضلاً عن اهتمامها بالأمور التافهة والسطحية والترفيهية. وقد وصفها بأنها تقتحم حياة الأفراد الخاصة دون مبرر وتعرض الأخلاق العامة للخطر^(١٠).

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

لقد ولدت هذه الدعوات الناقدة لحرية الصحافة المطلقة مناخاً مطالباً 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 حقاً 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، وإن حرمان الفرد من حقه هذا نسف حرية الصحافة من أساسها. ولكن إذا استخدم هذا الحق في نشر مواد غير لائقة وضارة بالمجتمع أو خارجة عن القانون فعليه أن يتحمل نتيجة جرائه وجأوزه. ومع أن إرادة الأفراد يجب أن تحترم دائماً، 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 بالمهام الموكلة لوسائل الإعلام ولكنها لا تقر بالسبل التي تتبعها هذه الوسائل عموماً 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 مبادئ جديدين يتمثلان في الالتزام الذاتي من جانب الصحفي بالمواثيق الأخلاقية التي تحقّق التوازن بين حرية الإعلام ومصصلحة 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 الأنية والفورية في النشر^(١٧).

وقد تختلف أولويات هذه المهام للصحافة تبعاً 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 استخدام الموارد. ونقد أوجه القصور في أداء أي نشاط في المجتمع. وحماية الحرية الفردية وثقافة الجماهير^(١٨).

وظائف الصحافة.. التنوع والتداخل

يقترّب مفهوم الوظيفة من معنى العمل. إذ ترد كلمة «وَضَفَّ» بمعنى «عين له عملاً»^(١٩). ومن هنا تلقت الوظيفة مع العمل أو المنصب.

ويتفق المعنى الاصطلاحي مع المعنى اللغوي. إذ يشير معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. إلى 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 تلبى 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 لبني حاجات الجمهور المتلقي ويحقق له اشباعا 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 الإشارة 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 - 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 فإن مصطلح الوظيفة يمكن أن يأخذ معاني عدة. والأمر يتوقف على الزاوية التي ننظر منها إلى هذا المصطلح (٢٦).

وعلى الرغم من الانتقادات التي وجهت إلى المدخل الوظيفي لوسائل الإعلام بوجه عام، «فإن 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 الأنشطة 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).

أما علاقة الترفيه والتعليم تتضح في أن ما يتعلمه الفرد من التلفزيون يكون بمثابة كسب يأتي عن طريق البرامج المعدة للترفيه (٣٢). وتداخل الوظيفة الترفيهية والإعلان، إذ تتحقق الوظيفة الترفيهية في الإعلان بشكل عرضي وهو ما أثبتته العديد من الدراسات والبحوث الإعلامية. فالإعلان يقدم نوعاً 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 فضلاً 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 نوعاً من الاسترخاء والرضا والتوازن النفسي (٣٦).

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

ويربط بعضهم بين النموذج التجاري الذي تسوق له الصحف وبين المصير الذي ينتظر مستقبل الصحافة. لا سيما في سياق الاشارات التي تناولها الباحث الفرنسي (فيليب مير) وهو أحد الباحثين الذي درسوا مستقبل المبرونية في الصحافة المطبوعة في الولايات المتحدة الأمريكية وقد تنبأ بسقوط الجريدة ونهايتها مستنداً 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 متمزجاً 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 إشباعاً 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 جزءاً متكاملًا من العملية السياسية وهو ما يعرف بالوظيفة الرقابية. وكذلك إتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء ومناقشتها لتكون منتدى للأفكار. فضلاً عن خدمة ضح 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 وفقاً 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. وفضلاً عن الاتفاق على الوظائف الرئيسية 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 أحياناً.

ولا بد من القول أن بعض هذه الوظائف المذكورة كانت نتائج وليست وظائف «فالأقناع 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 «الأقناع 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 حددها (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 وإبراز الشخصية القومية وإيمانها وضبط اتجاه الرأي العام» (٤٩).

ويتفق لازويل ورايت ودي فليير 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 يتعد (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).

ويعبر 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 (الضبيغ). «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 تبعد كثيرا عن الوظائف الأساسية التي أثار إليها الباحثون والتي ما زالت تمثل الأساس الوظيفي لوسائل الإعلام والمتمثلة في:

أولاً: الوظيفة الإخبارية

ثانياً: وظيفة الإرشاد والتوجيه

ثالثاً: وظيفة التعليم

رابعاً: وظيفة التثقيف وتكوين الرأي العام

خامساً: 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 الجهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها. وتسهيل عملية التحديق والتقويم عن طريق التعرف على المستجدات في التجارب الأخرى(١٠). 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(١١).

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(١٢).

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(١٣).

ثالثا: وظيفة التعليم:

تؤدي وسائل الإعلام ووظيفة 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(١٤).

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(١٥).

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 الاشباع السايكولوجية والاجتماعية وإزالة التوتر وضغوطات الحياة عن الفرد. وتقوم وسائل الإعلام بمهمة ملء الفراغ لدى الجمهور بما هو مُسلِّ ومُرْفَه مثل أبواب التسلية في الصحافة والبرامج الكوميديية في التلفزيون. وقد حَمَل برامج الترفيه مضامين هادفة تدعو عن طريقها إلى مواقف وأفكار وآراء داعمة لآجَاهات جادة ومهمة لكنها تقدم بقالب مسلي وكوميدي(١٦).

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 الإنتاج 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 الجميع. وبعد الإعلان اليوم الوظيفة الأبرز في وسائل الإعلام حتى بات ينافس الوظائف الأخرى ويتدافع معها على صفحات الصحف أو شاشات التلفزيون(١٧).

وعن طريق ما تقدم من تحديد لأهم الوظائف الإعلامية يمكن القول أن هذه الوظائف الرئيسية تمثل مجمل ما اتفق عليه الباحثون الإعلاميون فضلا عن ما تم ذكره في مدخل البحث من وظائف فرعية مثلت إما امتدادات لهذه الوظائف أو 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 الرئيسية مركزاً 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 الثقيفية 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 وبنسبة 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 والاطيرة . إذ لم تتعد نسبتها (٠,١١٪) وبواقع ثلاثة تكرارات طوال مدة البحث.

جدول رقم (1) يبين مجموع تكرارات ونسب الوظائف في جريدة الزمان

ن	العدد	ك الإخبار	ن	ك التثقيف	ن	ك التوعوية	ن	ك الترفيه	ن	ك التعليم	ن	ك الإعلان	ن	المجموع
1	٤٠٨٥-٤٠٨٦	٧٢	٤,٨٩	٢٦	٣,٨٩	١٠	٢,٨١	٢	٧,١٤	-	-	٩	٤,٠٩	
2	٤٠٨٧	٧٠	٤,٧٦	٢٧	٤,٠٤	٢٧	٧,٥٨	١	٣,٥٧	-	-	٥	٢,٢٧	
3	٤٠٨٨	٦١	٤,١٥	٢٩	٤,٣٣	١٥	٤,٢١	-	-	-	-	١٥	٦,٨٢	
4	٤٠٨٩	٧٤	٥,٠٣	٣٩	٥,٨٣	١٢	٣,٣٧	-	-	-	-	١٣	٥,٩١	
5	٤٠٩٠	٧٠	٤,٧٦	٣٥	٥,٢٣	٥	١,٤٠	٢	٧,١٤	٢	٦٦,٦٧	٩	٤,٠٩	
6	٤٠٩١	٧٠	٤,٧٦	٢٥	٣,٧٤	٢٥	٧,٠٢	١	٣,٥٧	-	-	١٠	٤,٥٥	
7	٤٠٩٢	٦٢	٤,٢١	٣١	٤,٦٣	١٤	٣,٩٣	١	٣,٥٧	-	-	١٦	٧,٢٧	
8	٤٠٩٣	٦٥	٤,٤٢	٣١	٤,٦٣	١٩	٥,٣٤	٢	٧,١٤	١	٣٣,٣٣	١٤	٦,٣٦	
9	٤٠٩٤-٤٠٩٧	٥٣	٣,٦٠	٣٨	٥,٦٨	٨	٢,٢٥	١	٣,٥٧	-	-	١٨	٨,١٨	
10	٤٠٩٨	٦٩	٤,٦٩	٣٣	٤,٩٣	١١	٣,٠٩	١	٣,٥٧	-	-	١٠	٤,٥٥	
11	٤٠٩٩	٦٦	٤,٤٩	٤٠	٥,٩٨	٧	١,٩٧	٢	٧,١٤	-	-	١٥	٦,٨٢	
12	٤١٠٠	٥٤	٣,٦٧	٣٣	٤,٩٣	٢٥	٧,٠٢	١	٣,٥٧	-	-	٥	٢,٢٧	
13	٤١٠١	٧١	٤,٨٣	٣٦	٥,٣٨	١٠	٢,٨١	١	٣,٥٧	-	-	٣	١,٣٦	
14	٤١٠٢	٧١	٤,٨٣	٣٤	٥,٠٨	١٥	٤,٢١	١	٣,٥٧	-	-	٧	٣,١٨	
15	٤١٠٣	٥٩	٤,٠١	٣١	٤,٦٣	١٠	٢,٨١	٤	١٤,٢٩	-	-	١٨	٨,١٨	
16	٤١٠٤	٨١	٥,٥١	١٩	٢,٨٤	٢٦	٧,٣٠	١	٣,٥٧	-	-	٣	١,٣٦	
17	٤١٠٥	٧٠	٤,٧٦	٢٧	٤,٠٤	١٢	٣,٣٧	١	٣,٥٧	-	-	٨	٣,٦٤	
18	٤١٠٦	٧٠	٤,٧٦	٢٥	٣,٧٤	٢٦	٧,٣٠	١	٣,٥٧	-	-	٩	٤,٠٩	
19	٤١٠٧	٧٠	٤,٧٦	٣٠	٤,٤٨	١٤	٣,٩٣	٢	٧,١٤	-	-	١٢	٥,٤٥	
20	٤١٠٨	٦٦	٤,٤٩	٢٧	٤,٠٤	٢١	٥,٩٠	١	٣,٥٧	-	-	٥	٢,٢٧	
21	٤١٠٩	٦٢	٤,٢١	٢٨	٤,١٩	١٣	٣,٦٥	١	٣,٥٧	-	-	١٠	٤,٥٥	
22	٤١١٠	٦٥	٤,٤٢	٢٥	٣,٧٤	٣١	٨,٧١	١	٣,٥٧	-	-	٦	٢,٧٣	
	مجم التكرارات	١٤٧١	١٠,٠٠١	٦٦٩	١٠,٠٠٠	٣٥٦	٧,٩٩٨	٢٨	٧,٩٩٧	٣	١٠٠	٢٢٠	٢,٧٤٧	
	مجم ن	٥٣,٥٥	٢٤,٣٥	١٢,٩٦	١٠,١٢	١٠,٠٢	١٠,١١	٨,٠١	١٠,٠٠	١٠,٠٠	١٠,٠٠	١٠,٠٠	١٠,٠٠	

ومن خلال الجدول رقم (1) 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 تنسم بالديناميكية وعدم الاستقرار. وبخاصة وأن الخبر من أسرع الفنون الصحفية انتقالاً. 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 أن وظيفة الاعلان احتلت المرتبة الرابعة على اعتبار انها تتعلق بالإيرادات والمدخولات التي تسهم بتحقيق الاستقلال الاقتصادي للمؤسسة. كما أن وظيفة الترفيه احتلت المرتبة الخامسة إذ لم تكن موضع اهتمام من قبل الجريدة. وانعدمت أو كادت أن تكون كذلك الوظيفة التعليمية التي احتلت المرتبة الأخيرة على اعتبار أن هناك قنوات أخرى معنية بقضية التعليم. كالمؤسسات التعليمية والتربوية والقنوات التلفزيونية المتخصصة وبعض البرامج الإذاعية.

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)٪.

وحلت وظيفة الاعلان في المرتبة الرابعة محققة (١٤٣) تكرارا وبنسبة قدرها (٦,٠٨)٪. أما وظيفة الترفيه فجاءت في المرتبة الخامسة وحصلت على (٣٠) تكرارا وبنسبة قدرها (١,٢٨)٪. بينما لم تحصل الوظيفة التعليمية على أية نسبة تذكر.

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

ن	العدد	ك الإخبار	% ن	ك التثقيف	% ن	ك التوعيه	% ن	ك الترفيه	% ن	ك التعليم	% ن	ك الإعلان	% ن	الجموع
١	٢٣٥١	٥٦	٣,٩٩	٢٣	٥,٥٧	١٠	٢,٧٥	٢	١,٦٧	—	—	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	١,٦٧	—	—	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	١,٦٧	—	—	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	١,٦٧	—	—	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	١,٦٧	—	—	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	١,٦٧	—	—	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	١,٦٧	—	—	٤	٢,٨٠	
٢٢	٢٣٧٩	٦٦	٤,٧٠	١٥	٣,٦٣	١٥	٤,١٣	٢	١,٦٧	—	—	٣	٢,١٠	
٢٣	٢٣٨٠	٤٣	٣,٠٦	١٨	٤,٣٦	١٨	٤,٩٦	١	٣,٣٣	—	—	٣	٢,١٠	
	مجم التكرارات	١٤٠٣	٩٩,٩٩%	٤١٣	١٠٠%	٣٦٣	٩٩,٩٩%	٣٠	٩٩,٩٨%			١٤٣	٩٩,٩٩%	٢٣٥٢
	مجم 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 يدل على أن الصحافة معنية بموضوعة الإخبار وتوصيل المعلومات إلى المتلقي أكثر من باقي الوظائف المتمثلة بالثقيف والتوعية والترفيه. كما أن الجريدة لم تنشغل بالوظيفة التعليمية وعدتها هدفاً 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 مقارنة في جريدة المدى بلغت (٥٩,٦٥٪). وجاءت وظيفة الثقيف 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 واهراً 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 نهائياً في جريدة المدى. أنظر الجدول رقم (٣).

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

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 الموضوع تناظرا وظيفيا بين الجريدتين من حيث إيلاؤهما القدر نفسه من الإهتمام لوظيفة الإخبار، وكما هو مبين في الجدول رقم (٣).

كما أن ظهور الوظيفة الثقافية كثاني وظيفة في كلتا الجريدتين بعد وظيفة الإخبار والتي تركز 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 وجعلها 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 تركز لخدمتها وسائل إعلام أخرى كالتلفزيون والراديو. كما يلاحظ أن السمة الإخبارية والثقافية 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. وبنات الهوية 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 عبثاً 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 تطفى على بقية الوظائف مهما كانت الظروف والأحوال. والعمل على توزيع الاهتمام بما يقدم خدمة لجمهور 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 يأتي :

- ١- ان التفاوت الواضح والكبير بين الوظائف يمكن ان يكون فرضته حالة غياب الرؤية الشاملة لدور ومسؤولية الصحافة والتي لاتقف عند حدود نشر الاخبار ومتابعتها .
- ٢- غياب التوازن بين الوظائف يؤشرعدم وجود سياسة نشرتهاشى مع حاجات القراء ورغباتهم وسبب ذلك عدم الاعتماد على استطلاع آراء الجمهور ومعرفة تفضيلاتهم .
- ٣- 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 ليعني الصحافة من ان تاخذ دورها وتمارس مسؤوليتها الاجتماعية ازاء القراء.

الهوامش والمصادر

- ١- كاترين دورين وآخرون. تنظيم وقيادة المجتمعات. ترجمة د.محمد طلعت. القاهرة. مطبعة عيسى. ١٩٦٥. ص١٥.
- ٢- حميد سالم خلف الجبوري. المسؤولية الاجتماعية لدى ابناء الريف والمدينة. رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية الآداب/ جامعة بغداد. ١٩٩٦. ص١٧-١٨.
- ٣- حامد عبد السلام زهران. علم النفس الاجتماعي. ط٥. القاهرة. عالم الكتب. ١٩٨٤. ص٢٣٣.
- ٤- حميد سالم خلف الجبوري. م.س.ذ. ص٢٠.
- ٥- أيمن أحمد جيره. علاقة انتاجية الجماعات الصغيرة بأبعاد عملية الادراك الاجتماعي. رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى جامعة الكويت. ١٩٧٩. ص١١٣.
- ٦- محمد ابراهيم الشافعي. المسؤولية والجزاء في القرآن الكريم. القاهرة. مطبعة السنة المحمدية. ١٩٨٢. ص٣٩.
- ٧- 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.
- ٨- د.محمد متولي. د.لطيف عبد القادر. الإعلام وحرية المجتمع. القاهرة. مكتبة نهضة الشرق. ١٩٨٧. ص٩١.
- ٩- عبد اللطيف حمزة. الإعلام والدعاية. بغداد. مكتبة بغداد. ١٩٦٨. ص٩٠.
- ١٠- د.محمد متولي و د.لطيف عبد القادر. م.س.ذ. ص١٠١-١٠٢.
- 11- Harold Evas, «Social Responsibility, 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.
- ١٢- د.أحمد بدر. الاتصال الجماهيري والدعاية الدولية. الكويت. دار العلم. ١٩٧٤. ص٣٥١.
- ١٣- محمد متولي ولطيف عبد القادر. م.س.ذ. ص١٣٩.
- ١٤- وليم ريفرنز. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث. ترجمة ابراهيم امام. القاهرة. دار المعرفة. ١٩٧٥. ص١١١.
- ١٥- عبد اللطيف حمزة. م.س.ذ. ص١٣٩.
- ١٦- فاروق ابو زيد. النظم الصحفية في الوطن العربي. القاهرة. عالم الكتب. ١٩٨٦. ص٦.
- ١٧- عزة عبد العزيز. المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية- دراسة تحليلية لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتي الاهرام والاهالي خلال المدة من ١٩٧٨-١٩٨٧. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب بسوهاج/ جامعة اسيوط. ١٩٩٢. ص٥٠-٥١.
- 18- Brauners Siegmund, The Formation and Development National. (Prague: International Organization Of Journalists 1975) p.107.
- نقلا عن: حافظ ياسين حميد. م.س.ذ. ص٩٨.
- ١٩- المعجم الوسيط. ابراهيم مصطفى وآخرون. الجزء الاول والثاني. بيروت. دار احياء التراث العربي

- للطباعة والنشر والتوزيع. ٢٠٠٨. ص ٦٢٤.
- ٢٠- معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، أحمد زكي بدوي، بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٧٧، ص ١٧٠.
- ٢١- المصدر نفسه، ص ١٧٠.
- 22- Edwin Emery, Introduction To Mass Communications. New York, 1970, p.202-204.
- ٢٣- 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، ص ١٤٩-١٥٠.
- ٢٤- عمر عناد شلال، الوظيفة السياسية لبرامج (BBC) العربية، برنامج السياسة بين السائل والمجيب، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية الإعلام/ جامعة بغداد، ٢٠٠٦، ص ٢٨.
- ٢٥- م. دي فلورس، بال روكاخ، نظريات الإعلام، ترجمة: محمد ناجي، أريد، دار الأمل للنشر والتوزيع، ١٩٩٤، ص ٢٣.
- ٢٦- د.حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩١، ص ٣٣.
- ٢٧- المصدر نفسه، ص ٣٤.
- ٢٨- د.فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، القاهرة عالم الكتب، ١٩٨٦، ص ٥٧.
- ٢٩- د.محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط ٥، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص ١٤٥.
- ٣٠- محمد محمود وهيب، الإعلام المعاصر، عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص ٣٤.
- ٣١- زين الدين العياضي، وسائل الإعلام والمجتمع - ظلال واضواء، العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤، ص ١٤١.
- ٣٢- ادب خضور، سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون - الدراما التلفزيون، دمشق، منشورات المكتبة الإعلامية، ١٩٩٧، ص ١١٠.
- ٣٣- تمارا حلمي، المجتمع الحديث والإعلان، لندن، مركز الكتاب العربي، ١٩٩٨، ص ٩٦.
- ٣٤- د.فضيل دليو، الاتصال - مناهجه نظرياته ووسائله، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ٧٦.
- ٣٥- محمد عبد القادر، دور الإعلام في التنمية، بغداد، دار الحرية للطباعة، ١٩٨٢، ص ٣٦١.
- ٣٦- محمد عودة، اساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، الكويت، ذات السلاسل للطباعة والنشر، ١٩٨٩، ص ٤٢.
- أنظر ايضاً:
- د.صالح أبو اصبع، الاتصال الجماهيري، عمان، دار الشروق للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٩، ص ١٦٥.
- ٣٧- د.سمير محمود، الإعلام العلمي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ١١.
- 38- Meyer Philip, The Vanishing News Paper: Saving Journalism In The Information Age, University Of Missouri Press, 2004.
- نقلا عن: د.علي بن شوييل القرني، الاتجاهات المدنية في الصحافة الدولية - من الصحافة التقليدية

- الى الإعلانات الشخصية. دراسة جامعة الملك سعود، ٢٠٠٨، ص ٦.
- ٣٩- صالح ابو اصبح، م.س.ذ. ص ١٦٥.
- ٤٠- موسى علي الشهاب، علم اجتماع الإعلام، الاردن/ عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٤٦-٥٠.
- ٤١- د.محمد منير حجاب، م.س.ذ. ص ١٤٥.
- ٤٢- المصدر السابق، ص ١٣٥.
- ٤٣- المصدر نفسه، ص ١٣٦.
- ٤٤- بيير ألبير، الصحافة، ترجمة: فاطمة عبدالله، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب/ سلسلة الألف كتاب (الثاني) ٤٤، ١٩٨٧، ص ٣٨-٣٤.
- ٤٥- د.محمد منير حجاب، م.س.ذ. ص ١٤٦.
- ٤٦- سعاد جبر سعيد، سايكولوجية الاتصال الجماهيري، الاردن/ أريد، عالم الكتب الحديث/ جدار الكتاب العالمي، ٢٠٠٨، ص ٦٩-٦٨.
- ٤٧- أنظر كل من:
- د.محمد منير حجاب، م.س.ذ. ص ١٤٦.
- ميرفت الطرابيشي، مدخل الى الصحافة، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥، ص ٩٥-٩٩.
- محمود عبد الله الخوالدة، حسين علي العموش، علم النفس السياسي والإعلامي، الاردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ٢١.
- ٤٨- محمد عبد القادر، دور الإعلام في التنمية، بغداد، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، دار الرشيد للنشر، ١٩٨٢، ص ٤٤-٤٦.
- ٤٩- د.محمد منير حجاب، م.س.ذ. ص ١٤٢.
- ٥٠- د.حميد جاعد محسن، الادارة الإعلامية - التطور المفهوم المقومات النماذج، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠٠٨، ص ٦٣.
- أنظر كذلك: د.محمد منير حجاب، م.س.ذ. ص ١٣١-١٣٣.
- مرزوق عبد الحكيم، الإعلانات الصحفية - دراسة في الاستخدامات والاشباع، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤، ص ١٠١.
- ٥١- مرزوق عبد الحكيم، م.س.ذ. ص ١٠٢.
- ٥٢- عصام سليمان الموسى، مدخل في الاتصال الجماهيري، ط٦، الاردن، اثناء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ١٦٧-١٧٤.
- ٥٣- علي بن محمد المرهون، استخدامات النخبة العمانية للقنوات الفضائية العربية والاجنبية والاشباع المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة/ معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٧٢.
- ٥٤- فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، الاردن/ عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٣٢-٣٣.
- ٥٥- د.فؤاد احمد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، الاردن/ عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع.

- ٢٠١١، ص ٦١-٧١.
- ٥٦- د. نسيم خوري، الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٥، ص ٥٣.
- ٥٧- د. موسى علي الشهاب، علم اجتماع الإعلام، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٤٦-٥٠.
- ٥٨- رفعت عارف الضبع، الخبر، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٢٦-٢٨.
- ٥٩- د. محمد منير حجاب، م. س. ذ.، ص ١٤٤.
- (*) - لمعرفة المزيد من الذين أشاروا إلى هذه الوظائف انظر:
- د. عبد الستار جواد، صناعة الاخبار، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ٢٠٠٠، ص ١٩.
- د. شاهيناز طلعت، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة، المكتبة الأجلو المصرية، بلا تاريخ، ص ٢٣.
- د. عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٣١-٣٣.
- د. احمد بخوش، الاتصال والعولمة، دراسة سوسيوثقافية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ١٤-١٥.
- ٦٠- د. حسن عماد مكاوي، و. د. ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية للكتاب، ٢٠١٠، ص ٧٤.
- ٦١- د. فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، م. س. ذ.، ص ٧٤.
- ٦٢- سعاد جبر سعيد، م. س. ذ.، ص ٦٩.
- ٦٣- د. محمود عبد الله الخوالدة، حسين علي عموش، م. س. ذ.، ص ٣٦.
- ٦٤- سعاد جبر سعيد، م. س. ذ.، ص ٧٢.
- ٦٥- سامي ذيبان، م. س. ذ.، ص ٥١.
- ٦٦- سعاد جبر سعيد، م. س. ذ.، ص ٧٤.
- ٦٧- فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، م. س. ذ.، ص ٦٥.