

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع



سنة تربوي

في مقياس علم الاجتماع الإعلامي

سنة أولى ماستر

تخصص علم الاجتماع الاتصال

من إعداد: الأستاذة فوزياني زبيدة

السنة الجامعية: 2021-2022

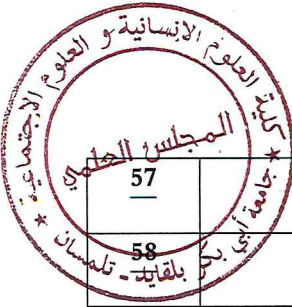


فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
<u>01</u>	فهرس المحتويات
<u>06</u>	المحاضرة 01: مدخل لدراسة علم الاجتماع الإعلامي
<u>07</u>	أولاً: مفهوم ونشأة علم الاجتماع الاعلامي
<u>07</u>	1-تعريف علم الاجتماع
<u>08</u>	2-مفهوم الإعلام
<u>11</u>	3-مفهوم علم الاجتماع الاعلامي
<u>12</u>	ثانياً: الإعلام والمجتمع
<u>16</u>	المحاضرة 02 : عملية الاتصال
<u>17</u>	مقدمة
<u>20</u>	أولاً: مفهوم الاتصال وعناصره
<u>20</u>	1-تعريف الاتصال
<u>23</u>	2-عناصر عملية الاتصال
<u>24</u>	ثانياً: اللغة والاعلام في المكون الاتصالي
<u>28</u>	المحاضرة 03:وظائف الاتصال في المجتمع



المحاضرة 04: أشكال الاتصال وفقا لمحتواه	
37	أولاً: الاتصال الذاتي
38	ثانياً: الاتصال الشخصي
41	ثالثاً: الاتصال الجمعي
42	رابعاً: الاتصال الجماهيري
المحاضرة 05: وسائل الاعلام والمجتمع الجماهيري	
44	
45	أولاً: تعريف وسائل الاعلام والاتصال
45	ثانياً: الحرب العالمية الأولى وبداية الاهتمام بوسائل الاعلام والاتصال الجماهيري
45	ثالثاً: النزعة إلى التقارب
45	رابعاً: مفهوم المجتمع الجماهيري
45	خامساً: جمهور وسائل الاتصال الجماهيري
46	سادساً: تأثير وسيلة إعلامية على أخرى
49	سابعاً: معوقات الاعلام والاتصال
50	ثامناً: الانتقادات الموجهة إلى الاعلام الجماهيري
المحاضرة 06: نظريات الاتصال	
52	
53	أولاً: نظرية التأثير المباشر
54	ثانياً: نظرية التأثير المحدود
55	1- نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين
56	2- نظرية انتشار المبتكرات



57	ثالثا: نظريات التأثير المعتدل
58	1- نموذج السعي للحصول على المعلومات
60	2- نموذج الاستعمال والاشباع
61	3- نظرية ترتيب الأولويات والأجندة
64	4- نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام
67	المحاضرة 07: وسائل الاعلام والرأي العام
68	أولاً: وسائل الاعلام وبناء الحقائق الاجتماعية
70	ثانياً: العلاقة بين وسائل الاعلام والرأي العام
72	ثالثاً قوة الصحافة والرأي العام
73	رابعاً: سبل استخدام وسائل الاعلام والاتصال في تحديث المجتمع (الدول النامية)
75	المحاضرة 08: العولمة الإعلامية والمجتمع المعاصر
76	أولاً: العوامل المساهمة في العولمة
77	ثانياً: تدفق المعلومات
78	ثالثاً آثار العولمة
81	المحاضرة 09: وسائل الاعلام والتغير الاجتماعي والثقافي
82	أولاً: مفهوم التغير الاجتماعي
83	ثانياً: الفضائيات والقيم والعادات والسلوك
85	ثالثاً : نشر الأفكار المحرفة عن الواقع



المحاضرة 10: الغزو الثقافي

87 أولا: مفهوم الثقافة الشعبية والثقافة الجماهيرية

87 1- مفهوم الثقافة الشعبية

87 2- مفهوم الثقافة الجماهيرية أو الثقافة الاعلامية

90 ثانيا: مصادر الثقافة الاعلامية

91 ثالثا: وسائل الاعلام وأزمة الهوية

93 **المحاضرة 11: المصادقية الإعلامية**

94 أولا: العملية الإعلامية في المنظومة الغربية

95 ثانيا: مفهوم المصادقية الاعلامية

99 ثالثا: مشكلات الصحافة الدولية والمصادقية الاعلامية

100 رابعا: معوقات العملية الإعلامية في دول العالم الثالث

101 **المحاضرة 12: تنظيم الاتصال الجماهيري**

102 أولا: التشهير

102 ثانيا: حماية المعلوماتية

103 ثالثا: حرية التعبير

105 **المحاضرة 13: الاعلام والدعاية والشائعات**

107 أولا: مفهوم الشائعات

108 ثانيا: وسائل الاعلام والترويج للشائعات



	ثالثا: مقاومة الشائعات
110	المحاضرة 14: العنف الإعلامي
113	أولا: هل تساعد القنوات الإخبارية على نشر الإحساس بالفوضى
113	ثانيا: إيجاد روح اللامبالاة لدى المتلقي لمشاهد الارهاب
114	ثالثا: علاقة الصورة بالإرهاب
117	قائمة المراجع

المحاضرة رقم "01"

مداخل لدراسة علم الاجتماع الإعلامي



أولاً: مفهوم ونشأة علم الاجتماع الإعلامي

- 1- تعريف علم الاجتماع
- 2- مفهوم الاعلام
- 3- مفهوم علم الاجتماع الإعلامي

ثانياً: الإعلام والمجتمع

المحاضرة رقم "01"

مدخل لدراسة علم الاجتماع الإعلامي



أولاً: مفهوم ونشأة علم الاجتماع الإعلامي

1- تعريف علم الاجتماع

اختلف المهتمون بعلم الاجتماع حول بداياته وتاريخه ومؤسسيه، فمنهم من يرى أن ابن خلدون (1332 – 1406) هو مؤسسه حيث استطاع أن يميز بين المجتمعات البدوية والحضرية، وهو من اطلق مصطلح "الاجتماع البشري" على دراسة الظواهر الاجتماعية .

ويرى آخرون ان اوگست كونت (1798—1857) هو مؤسس علم الاجتماع على اعتبار أنه أول من اطلق اسما لهذا العلم، حيث اطلق عليه اسم "سوسيولوجيا" وهو اسم مركب من اللغة اللاتينية واليونانية، فالمقطع سوسيو socio مشتق من الكلمة اللاتينية SOCUS بمعنى رابطة ويشير به الى المجتمع واللوجي "logy" مشتق من كلمة لوجوس logos اليونانية وتعني منطق¹.

ولعلم الاجتماع مكانة في دراسة المجتمع من حيث أنه يمثل أول علم يهتم بدراسة:

~الحياة الاجتماعية

¹ منال أبو حسن، علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، 2007، ص18

~ دراسة النسق المركب من النظم الاجتماعية والحاجات الاجتماعية في

المجتمع

~يتناول البناء الاجتماعي الذي يهتم بدراسة الاسرة والدين والأخلاق والتدرج الاجتماعي والحياة العصرية .وينظر للبناء الاجتماعي بوصفه تلك العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين الأشخاص بوصفها جزء من البناء الاجتماعي .

وهناك شبه اجماع استقر عليها علماء الاجتماع بخصوص موضوعات الدراسات الاجتماعية وهي :

~دراسة الظواهر الاجتماعية

~دراسة العمليات الاجتماعية

~دراسة الثقافة

~دراسة التغيير في الثقافة والبناء الاجتماعي.

وبذلك فإن علم الاجتماع يتناول جميع الموضوعات المتعلقة بالفرد من حيث وجوده في المجتمع (أي من حيث طبيعته الاجتماعية). وهذا التحديد الشامل لمجالات الدراسة في علم الاجتماع يستبعد أي موضوع يتعلق بطبيعة الفرد النفسية أو الجسدية² .

2- مفهوم الاعلام

إن الاعلام كعلم مستقل لم يدخل ساحة البحث العلمي إلا متأخرا أي أن الاعلام لم يخضع للقواعد العلمية أي تطبيق المنهج النظري والبحث العلمي

² المرجع نفسه،ص20-24

ومن هذا المنطلق فإن الاعلام لم يصبح علما مستقلا قائما بذاته له قواعد وأصول إلا مع بداية النصف الثاني من القرن الماضي .ومن هنا فإن الاعلام بحد ذاته هو عملية خطيرة والتي إذا أردنا تحليل هذه العملية فيجب الإنطلاق من المحاور التالية :

- المرسل
- الرسالة
- المستقبل
- الوسيلة

والإعلام في هذه العناصر له شراكة مع عدة علوم :كعلم الاجتماع ،التاريخ، السياسة،الاقتصاد،علم النفس³.

ويعني الاعلام الحصول على معلومات حول قضية معينة ونشرها بهدف تشكيل درجة من الوعي بالتطورات المهمة لدى صانعي القرارات والاداريين وقطاعات الجمهور كافة. وكلمة إعلام منبثقة من (أعلمه بالشيء) وتعني تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة. وبقدر توفر هاتان الصفتان بقدر ما يكون الاعلام سليما وقويا. الاعلام هو نشر الحقائق الصحيحة والاخبار والمعلومات السليمة الصادقة، والأفكار والآراء والاسهام في تنوير الرأي العام⁴.

³ بسام عبد الرحمن المشاقبة،نظريات الإعلام،دار أسامة للنشر،الأردن،عمان،2011،ص54

⁴ منال أبو الحسن،علم الاجتماع الإعلامي :أساسيات وتطبيقات، دار النشر للجامعات ،القاهرة ،2009،ص25

الفرق بين مصطلح الاعلام ،الاتصال ،المعلومات

~المعلومات هي المادة الخام التي يتم الاعتماد عليها في العملية الإعلامية⁵.

~الاعلام هو عملية ارسال معلومات وأفكار من المرسل الى المستقبل .

~يقول إبراهيم إمام "الاعلام هو تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات والحقائق الثابتة والسليمة التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم"⁶.

~ ويعرف الاتصال في إطار الإعلام بأنه " بث رسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات معينة ،على أعداد كبيرة من الناس مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والاجتماعية ،الثقافية ،السياسية ويوجدون في مناطق متفرقة" ويعرف علماء الإعلام الإتصال بأنه " ظاهرة عامة ومنتشرة تقوم بدور لا غنى عنه في تحقيق التفاعل الفكري والحضاري داخل المجتمع الواحد) أساس العلاقة التبادلية والتفاعلية بين منظومتي الإتصال والقيم)وبين المجتمعات .أي أن الخبر أو المعلومة سواء كانت واقعية أو خيالية تتحقق خلال عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل من خلال عملية التغذية العكسية

.⁷ Feed-Back

⁵مصطفى يوسف كافي ،الإعلام الحربي بين الدعاية والشائعة والحرب النفسية ،دار أسامة للنشر،عمان 2016،ص15

⁶نجلاء إسماعيل أحمد، الإعلام الديني والتعددية الثقافية،دار المعنز للنشر والتوزيع،2018 ، ص63-64

⁷بلقاسم بن روان،وسائل الاعلام والمجتمع،دار الخلدونية للنشر ،2007،ص20-21

~الاتصال هو عملية تبادل الأفكار والمعلومات والآراء من خلال الحديث أو الكتابة أو الصورة أو غيرها من الرموز ،كذلك هو عملية مشتركة بين المرسل والمستقبل يقومون من خلالها بتبادل المعرفة.

ويكمن تحديد الفرق بين الاعلام والاتصال في الاتي :

- إذا كان الإعلام يعني أساسا المعلومات والأخبار والمعرفة ،فالإتصال يستلزم الحوار ووجود علاقات إنسانية .
- وإذا كان الاعلام يعبر عادة عن شيء ثابت (محتوى -حالة - وضعية)،فالإتصال عبارة عن عملية علاقات .
- كما يوصف الاعلام بأنه أحد أشكال الإتصال ووظائفه ،حيث وظائف الاتصال الأساسية هي الإعلام والتعليم والترفيه⁸

ومن هنا يظهر الفرق واضحا بين مفهوم الاعلام والاتصال، فالأعلام يعد وظيفة من وظائف الاتصال كما حددتها دراسات اليونيسكو، أما الاتصال فهو أشمل وأعم من مفهوم الاعلام .والاعلام جزء لا يتجزأ من الاتصال ويؤدي وظيفة من خلال نقل المعلومة الى الفرد او المجتمع عن طريق وسائله المختلفة سواء كانت سمعية أو بصرية أو مقروءة .

3- مفهوم علم الاجتماع الإعلامي

علم الاجتماع الإعلامي هو فرع من فروع علم الاجتماع وهو يركز في اهتماماته على العملية الإعلامية، كعملية اجتماعية دينامية بما يشملها من

عناصر كالمرسل والرسالة والوسيلة والمستقبل والتأثير وما تؤديه من وظائف
تربوية وتوجيهية.

ويتعلق علم الاجتماع الإعلامي بجميع موضوعات علم الاجتماع لكن ما يخص
الجانب الإعلامي منها.

كما يعرف علم الاجتماع الإعلامي بأنه العلم الذي يدرس وسائل الاعلام
بوصفها ظاهرة اجتماعية دراسة وصفية، بمعنى دراسة الواقع الفعلي لهذه
لوسائل (أي دراسة ما هو كائن وليس ما ينبغي أن يكون) ⁹.

ثانيا: الإعلام والمجتمع

إن شخصية الفرد عبارة عن نماذج السلوك والقيم والاتجاهات المميزة
له، فمن أين نحصل كأفراد عليها؟

لا شك أنه في ظل المجتمعات الإعلامية المعاصرة أصبحت شخصية الفرد من
صنع وسائل الاعلام بالإضافة إلى الاسرة والمدرسة وهنا نتحدث عن الدور
الهام لوسائل الاعلام في حياة الافراد والمجتمعات¹⁰.

وتختلف آراء الكتاب بالنسبة للعلاقة بين الاتصال والمواطن، فبينما يرى
بعضهم أن هناك اعتمادا متزايدا من المواطن على وسائل الإعلام فإن البعض
الأخر يتحفظ أمام هذا الرأي ونجد أن لويس ورش يتحفظ حول الرأي القائل
باعتماد المواطن على وسائل الإعلام كمصدر للمعرفة والإرشاد ويرى أن

⁹منال أبو حسن علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات ، مرجع سابق، ص 25-27
¹⁰صالح خليل أبو أصعب،الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ،دار المجدلأوي،الأردن،2004،ص265

ارتفاع وعي المواطن هو الذي يعطي الإعلام فاعليته وتأثيره ثم يضيف أن الإعلام يمارس نشاطه في إطار سبق إعداده من خلال العملية الإجتماعية¹¹.

لقد أصبح من الضروري دراسة وسائل الاعلام والاتصال لمعرفة مدى تأثيرها على أفراد المجتمع وتكوين وتشكيل الرأي العام المحلي والقومي بل والعالمية¹². وقام العديد من الباحثين بالنظر في حقيقة قوة وسائل الاعلام كعوامل مؤثرة في سلوك ومواقف ومعارف الافراد والجماعات والمجتمع. وكانت نتائج هذه الدراسات تختلف -أحيانا- بشكل ملفت للنظر لاسيما أنها تقدم للناظرين (من أول وهلة) نتائج متناقضة. وكان ذلك يرجع أساسا إلى اختلاف السياق السياسي والاقتصادي والاجتماعي التي أجريت فيه هذه الأبحاث¹³.

وتظهر أهمية التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال والاعلام في المجتمع المعاصر نتيجة لتعدد آثارها الإيجابية والسلبية المتعددة والمتزايدة على بنية المجتمع خاصة ما يتصل بتغير كثير من القيم والمظاهر التقليدية التي ارتبطت بمجتمعات بعينها في فترات سابقة، وظهور أنماط جديدة من العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية وأيضا التي تشكلت في إطار ما يعرف بالنظام العالمي الجديد¹⁴.

لقد ازداد الاهتمام في مجال العلوم الاجتماعية بدراسة تأثيرات الاعلام الدولي والاتصال عموما على الشعوب الأخرى قبل أكثر من ربع قرن، فظهرت دراسات مثل كتاب "الاتصال والهيمنة الثقافية" ل (هيربرت شيللر) (HERBERT SCHILLER) وكتابه "الاتصال والصراع الطبقي: الرأس مالية

¹¹ ويليام ريفرز، الإتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، دار المعرفة 2005، ص38

¹² محمد علي البدوي، دراسات سوسيو اعلامية، دار النهضة العربية، لبنان، ص، ص65، 2006

¹³ صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ، مرجع سابق، ص123

¹⁴ محمد علي البدوي، مرجع سابق، ص240

والإمبريالية"، وكتاب " الشركات المتعددة الجنسيات والسيطرة الثقافية لأجهزة الأيدلوجية الإمبريالية " ل (آرماند ماتيلارت) (Armand Materlart) وكتاب توماس ماكفيل (Tomas Macphail) " الاستعمار الإلكتروني :مستقبل الإذاعة الدولية و الاتصال " وكتاب كولين شيري (Colin Cherry) " الاتصال الدولي تهديد أم وعيد¹⁵.

و أكدت النظريات الخاصة بالعلاقة بين الفرد ووسائل الاعلام ،على أن تحديد هذه العلاقة ونتائجها يتحكم فيها الفرد إلى حد كبير من خلال تأثير العوامل الاجتماعية والنفسية في تحديد دوافع الاستخدام وإدراك المعاني .إن الاستخدام المخطط لوسائل الاعلام في المجتمع يشير إلى تأثير وسائل الاعلام في المجتمع ويمكن أن يلمس الجميع ذلك من خلال الملاحظة المباشرة لمجالات التغيير في المعرفة والسلوك على المستوى الفردي والجماعي في علاقتهم بوسائل الإعلام أثناء التعرض لها، مما يؤدي إلى تغييرات على المستوى الاجتماعي وفي البناء الثقافي واتجاهاته¹⁶.

وهناك العديد من النظريات السوسولوجية الحديثة التي حاولت تفسير العلاقة بين وسائل الاتصال والاعلام والمجتمع، كنظرية التحليل الثقافي والتي يهتم أصحابها بدراسة أثر وسائل الاتصال الحديثة على واقع المجتمعات المعاصرة. والجدير بالذكر أن أفكار هذه النظرية متداخل مع نظريات أخرى متشابهة كنظرية " الانتشار الثقافي" ونظرية " التخلف الثقافي " ونظرية "التراكم الثقافي " ..إلخ. أما نظرية المسؤولية الاجتماعية، فقد نشأت نتيجة اهتمام علماء الاجتماع بدراسة دور وسائل الاتصال الجماهيري تجاه كل من الفرد والمجتمع والدولة والتنظيمات والمؤسسات الإعلامية ذاتها ولاسيما بعدما

¹⁵صالح خليل أبو أصبع،الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ،مرجع سابق،ص243

¹⁶بلقاسم بن روان،مرجع سابق2007،ص27

اتسعت مسؤولية الاعلام لتطال كافة أنشطة المجتمع، ولم تعد حكرًا على صفة المجتمع. ومع تطور مفهوم الحرية، تطورت وسائل الاعلام وازدادت حريتها، وظهر ما يعرف بالصحافة الصفراء التي تهدد الحريات العامة والخاصة، ومن ثم ظهرت اتجاهات تنادي بفكرة المسؤولية الاجتماعية بهدف تحديد الدور الوظيفي للصحافة والذي يركز على تقسيم المثل العليا والموضوعية والصدق والاهتمام بمشكلات المجتمع والإحساس بالمسؤولية الأخلاقية، حيث طالبت النظرية بضرورة وجود التزام ثاني من جانب الصحافة عبر اعداد مجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تستهدف إقامة توازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع¹⁷.

¹⁷محمد علي البدوي، مرجع سابق، ص56

المحاضرة رقم "2"

عملية الاتصال



مقدمة

أولاً: مفهوم الاتصال وعناصره

1- تعريف الاتصال

2- عناصر عملية الاتصال

ثانياً: اللغة والاعلام في المكون الاتصالي

المجاضرة رقم "2"

عملية الاتصال



مقدمة

هناك مجموعة نماذج حاولت تحليل عملية الاتصال ومن أقدمها نموذج ارسطو الذي يحدد ثلاثة عناصر أساسية لهذه العملية هي:

~ المتحدث ~ اللغة ~ الجمهور

وبالرغم من بساطة هذا النموذج، إلا أن العناصر التي اشتمل عليها هي تلك التي أكدتها معظم النماذج الحديثة، ففي عام 1947 قدم (شانون) و (ويفر) نموذجا لعملية الاتصال يرتكز على النظرية الرياضية ثم طبق في العلوم الإنسانية المختلفة، ولقد حدّد (شانون) و (ويفر) خمسة عناصر لعملية الاتصال وهي:

~ المصدر ~ المرسل ~ الرمز ~ المستقبل ~ المقصد أو
الوجهة

المصدر هو المتحدث

الرمز هو اللغة

المقصد: المستمع

ثم ظهرت بعد ذلك مجموعة أخرى من النماذج قدّمها كل من (شرام) و(ماك لينين) و(جونسون) وهي نماذج متقاربة فيما بينها إلى حد كبير ويتمثل الاختلاف بينهما في إضافة أو حذف عنصر معين لعملية الاتصال¹⁸.

إن تراكم وسائل الاتصال عبر تاريخ الإنسان الطويل بدء من الاتصال الشفهي ومرورا بالكتابة وحتى ظهور شبكات التلفزيون العملاقة ما هي إلا تعبيراً وترجمة دقيقة لتعدد الحاجات الإعلامية أو الاتصالية للإنسان في مراحل تطوره منذ فجر التاريخ. أي أن المقارنة بين النقوش التي خلفها البدائيون على الجدران وأسقف كهوفهم ومعابدهم، وبين وسائل الأقمار الصناعية التي تجوب المدارات الفضائية حول الأرض ما هي إلا تعبير واضح عن شدة الفرق بين حاجات الإنسان الاتصالية منذ فجر التاريخ وبين حاجات الإنسان الاتصالية في العصر الحديث¹⁹

يعد الاتصال الإنساني من أقدم الظواهر الاجتماعية. فمنذ ان وجد الإنسان وهو في عملية اتصال مستمر .

وقد بدأت عمليات الاتصال الإنساني بأبسط أشكالها عن طريق الإشارات والاصوات ثم تحولت هذه الأصوات إلى لغة مفهومة ومتعارف عليها لدى الجماعة الإنسانية ،وأخذت هذه اللغة 'كوسيلة أساسية ورئيسة في التطور من لغة منطوقة فقط الى لغة منطوقة ومكتوبة ومنقولة عبر الجماعات والمجتمعات المختلفة . كما شهدت وسائل الاتصال تطورا مذهلا مع نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي حيث دخلت وسائل الاتصال كل بيت واخذت تلعب دورا

محمد علي محمد،مجتمع المصنع(دراسة في علم اجتماع التنظيم)، ط1،الهيئة المصرية العامة للكتاب،الإسكندرية 1982، ص 138

¹⁹ دسوقي عبده،وسائل وأساليب الاتصال الجماهيري والاتجاهات الاجتماعية،دار الوفاء،2004،ص45

هاما في وعي المتلقي والتأثير في مفاهيمه وقيمه وعاداته وتقاليده، وامتد تأثيرها ليشمل الأسرة والمدرسة والمؤسسات والتنظيمات الاجتماعية المختلفة.. بل المجتمع بأسره .

تطورت أساليب الاتصال خاصة في النصف الأخير من القرن العشرين، مما قرب دول العالم بشكل كبير زمنيا وهذا يرجع إلى ظهور أساليب الاتصال أكثر تطورا مثل الطائرات والقطارات والسيارات، ثم ظهور الإذاعات الدولية وشبكات التلفزيون الإقليمية وشبه الدولية والتي أعقبتها تطورات أخرى في مجال البث التلفزيوني وظهرت شبكة التلفزيون الملون في أوائل الستينات من هذا القرن والتي أمكن نقلها لمسافات بعيدة مثلما حدث في إيطاليا وسويسرا وألمانيا وكذا التطورات التي حدثت في شبكة الأقمار الصناعية²⁰.

لقد تلاشت الفروق بين وسائل الاتصال سواء الكتب أو الصحف أو المجلات وأفلام السينما والإذاعة والتلفزيون... وعلى سبيل المثال فقد استخدم بعض المنتجين شرائط التلفزيون المسجلة واستخدامها في الإنتاج المسرحي وهو شكل يجمع بين وسيلة السينما ووسيلة الدوائر التلفزيونية المغلقة... أو عندما يتم طباعة المواد التي يعرضها التلفزيون والصحف، والحقيقة أن هناك كما كبيرا من محتوى وسائل الاتصال المختلفة يتم تبادله فيما بينها، كما اتجهت الشبكات التلفزيونية إلى إنتاج الأفلام السينمائية حتى تحقق عائدا ماديا نظير مشاهدتها²¹.

²⁰ المرجع نفسه، ص50 .

²¹ ويليام ريفرز، مرجع سابق، ص336

أولاً: مفهوم الاتصال وعناصره

1- تعريف الاتصال

تعني كلمة الاتصال في اللغة العربية الربط بين شيئين بينما كلمة communication في اللغة الأوروبية تتضمن معاني الإشاعة والتعميم والإشتراك والتبادل، وهو ما نتحصله عند رد المفهوم إلى أصوله اللغوية واللجوء إلى المعنى القاموسي للمفهوم، حيث نجد كلمة الاتصال communication تأتي للدلالة على الفعل أو النشاط أو فكرة من التواصل وهي تكسب معناها من السياق الذي ترد فيه ²².

ويعرفه الباحث كارل هوفلاند Karl HOVLAND أن الاتصال هو العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد (القائم بالاتصال) منبهات (عادة رموز اللغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبل الرسالة). يتضح من خلال هذا التعريف أن القائم بالاتصال (المرسل) يقوم بنقل المنبهات (الرسالة) في عملية مقصودة بهدف إحداث تغيير في سلوك المتلقي (مستقبل الرسالة) والتأثير عليه، بغض النظر عن طبيعة هذا التأثير هل هو إيجابي مثلاً: كالتوعية أم التأثير السلبي كالدعاية مثلاً؟ ²³.

الاتصال " عملية دينامية يقوم بها شخص ما (أو مجموعة من الأشخاص) بنقل رسالة تحمل المعلومات والآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين لتحقيق

محمد بابكر العوض عبد الله، الاتصال الدعوي: أسسه العلمية وتطبيقاته المنهجية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي 2019، ص39

²³ عبد السلام شكر، الإعلام التوعوي: المفاهيم والمجالات، مركز الكتاب الأكاديمي، 2019، ص19

هدف ما ، عن طريق الرموز ولتحقيق استجابة ما ، في ظرف ما (بيئة اتصالية)
(وقد يعترضها تشويش " .

ويشمل هذا التعريف مجموعة من العناصر:

~الاتصال عملية دينامية، يعني أنه سلسلة من العمليات والاحداث المستمرة المتجددة.

~المتصل، هو من يقوم بالاتصال وقد يكون شخصا عاديا او معنويا (مؤسسة، شركة، وزارة ..)

~الرسالة، وهي تنطوي على المعلومات والآراء والمشاعر والاتجاهات التي يرغب المتصل بنقلها الى الاخرين.

~المتلقي، هو الذي يتلقى الرسالة سواء كان فردا أو جماعة أو جماهير.

~الهدف، الهدف من الاتصال هو التأثير على أفكار او مشاعر او اتجاهات او اراء المتلقين للرسالة

~الوسيلة، وهي القناة التي تستعمل لنقل الرسالة

- في حالة الاتصال الشخصي يتم نقلها عن طريق الشفوي

- في حالة الاتصال الجماهيري يتم نقلها عبر الكتاب او السينما، المجلة،

الجريدة ، الاذاعة ، التلفزيون ، الانترنت .

~ الاستجابة أو الرجوع back-feed

كلمة feed-back كلمة مأخوذة من علم التحكم وهو مصطلح أنجلو أمريكي ويعني إعلام راجع أو مفعول رجعي²⁴

يهدف المرسل الى تحقيق تأثيره عبر الحصول على استجابة لرسالته تسمى الرجوع أو التغذية العكسية back-feed

أمثلة عن الرجوع : المشاركة هاتفيا في البرامج التلفزيونية للتعبير عن آرائهم أو رسائل القراء

~الظرف أو السياق أو البيئة الاتصالية

إن البيئة التي تتم فيها نقل الرسالة أهمية كبيرة في نجاح الاتصال، ذلك أن العملية الاتصالية لا تتم في فراغ، فالسياق الثقافي أو السياسي أو الاقتصادي لا يمكن فصله عن عملية الاتصال وبالتالي فإن السياق (البيئة) الذي يحدث فيه الاتصال يمكن أن يصبح عاملا من عوامل نجاح الاتصال أو فشله، فكلما كان السياق ذا جوانب مشتركة بين المتصل والمتصل به كلما كانت فرص نجاح العملية الاتصالية أكبر.

~التشويش

مهما كان نوع عملية الاتصال أو الرسالة المستخدمة فيه يوجد دائما عنصر سلبي يؤثر على العملية الاتصالية إذ أن هناك بعض عناصر التشويش الذي يحتمل أن تتدخل في العملية الاتصالية

ويفرق العلماء بين أنواع التشويش فيقسمها البعض إلى تشويش هندسي وتشويش دلالي وتشويش نفسي. ويعني التشويش الهندسي ما يحدث للوسيلة من

²⁴ Roger Mucchielli, Communication et Réseaux De Communication ,6 EME Edition ,éd entreprise moderne,Paris,1984,p46

عدم ضبط كهربائي أو ترددي يظهر في الصوت والصورة، كما يظهر في الوسائل المطبوعة إذا حدث اهتزاز في الحروف أو الصور. ويشير التشويش الدلالي إلى ما يحدث نتيجة لعدم فهم الرسالة لدى المستقبل أو المتلقي. أما التشويش النفسي فيحدث في إطار القائم بالاتصال وبالنسبة لمتلقي الرسالة وقد يحدث هذا التشويش عند صياغة الرسالة أو عند استقبالها وفك رموزها كما يمكن أن يحدث على مستوى نوايا كل من المرسل والمتلقي إزاء بعضهما البعض والإطار المرجعي الذي يجمعهما. وخطورة هذا التشويش يكمن في تحريف مضمون الرسالة²⁵.

2- عناصر عملية الاتصال

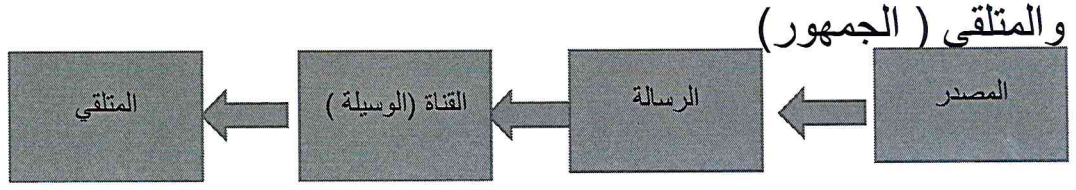
العملية الإعلامية بمفهومها الأوسع تنطلق أولاً من اللغة باعتبارها حجر الأساس في العملية الإعلامية، لكن مع بروز تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية أصبحت اللغة عنصراً رئيسياً من عناصر العملية الإعلامية. ومن هذا المنطلق فإن الإعلام بحد ذاته هو عملية إرسال رسالة من مرسل إلى مستقبل عبر وسائل الاتصال وأن أي خلل يصيب عنصر من عناصر العملية الإعلامية يتطلب الإصلاح²⁶

هذا ويمكن تمثيل العناصر الأساسية لعملية الاتصال من خلال النموذج التالي الذي اقترحه دافبيد بيرلو (David Berlo) (1960):

²⁵ منال أبو حسن، علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات مرجع سابق، ص32-34

²⁶ بسام عبد الرحمن المشاقبة، مرجع سابق، ص72

المصدر (المتصل) والرسالة (المضمون) والقناة (الوسيلة)



ولخص هارولد لاسويل Harold Laswell عملية الاتصال بأسئلته :

من يقول؟ المرسل أي مصدر المعلومات

ماذا يقول؟ أي الرسالة الاتصالية سواء كانت رموز أو لغة أو كلاهما معا

بأية وسيلة؟ أي القناة أو الطريقة

لمن؟ (المتلقي - الجمهور) أي الجهة التي توجه إليها الرسالة

وبأي تأثير؟ التأثير الذي ينجم عنه ما يعرف بالتغذية العكسية

ثانيا: اللغة والاعلام في المكون الاتصالي

تحدد العلاقة الوظيفية بين اللغة والاعلام في المكون الاتصالي من خلال 27:

- منتج المادة الإعلامية
- مضمون هذه المادة
- لمن توجه هذه المادة
- بأية وسيلة اتصالية يتم إرسال المضمون الإعلامي للرسالة
- ماهي التأثيرات التي يحددها هذا المضمون على الجمهور المتلقي

عامر وهاب خلف العاني، الاعلام ودوره في معالجة ظاهرة الإرهاب والموقف من المقاومة (إعلام المقاومة العراقية 27 أنموذج)، ط1 ندار حامد للنشر، الأردن، 2013، ص156-160

ويعتمد المكون الأول :منتج المادة مقولة اتخاذ الإعلام الحديث محورا لمنظومة المجتمع الحديث وانطلاقا من هذه المقولة فقد عمدت الشركات الإعلامية العملاقة أو الشركات غير القومية إلى احتكار السوق المستهلك فهناك أربع وكالات أنباء عالمية تحتكر 80 % من فيض المعلومات أما المنتج العربي فيعاني ضمورا في الإنتاج وشح الإبداع ... حتى كادت أن تصبح وكالات الأنباء العربية وكالات للوكالات العالمية السابقة الذكر.

يسجل المكون الثاني: مضمون المادة الإعلامية أعلى أنواع الاحتكار وأشدّها خطرا على المتلقي ويشمل هذا المحتوى حقلا واسعا من المعلومات السياسية والاجتماعية والثقافية ويمكن إدراجه ضمن بعدين:

يتعلق البعد الأول باتجاهات وقيم وأنماط السلوك
و يتعلق الثاني بأنماط التنظيم والإنتاج والاستهلاك

وتكمن خطورة المضمون عندما يكون منتج الرسالة غربي إلى دول العالم الثالث .فالمضمون هو نص لغوي في الأساس ،ولا يتم إنتاجه إلا بتوفر عناصر تكوينه أي الحدث (المرسل)وعلى هذا لا تكون الدلالة في (المراسلة)متتالية في وحدات ثابتة مثل الكلمة أو الجملة وإنما عن طريق البحث في النص والخطاب بأكمله .فقد تأكد أن معنى للنص والمعلومات التي يتضمنها أكبر من مجرد المعاني الجزئية للجمال التي تكونه ،وتزداد الخطورة في النص أو المضمون التوجيهي الذي يرافق الخبر ويحلله أو ما يبيث في المضامين الفكرية والنصوص الثقافية أو تلك النصوص التي تحمل التحريف عند امتصاص خطاب الآخر وأدائه بطريقة حرفية مما يتطلب من المرسل إعادة صياغة الكلام بإيجازه أو بإقتطاع بعض أجزاءه مما يعني أنه اختار استخدام لغته وإعادة صياغة خطاب غيره.

المحدد الثالث لجمهور المتلقي (المرسل إليه) للرسائل الإعلامية

والمفهوم السائد في الإعلام العربي بهذا الخصوص إن المتلقي العربي يتقبل مل يوجه إليه المرسل بمعزل عن التفاعل معه أو التواصل أي يبقى العربي رهن توجهات المرسل وسياسته الإعلامية. لذا من الواجب إجراء تعديلات جوهرية على صعيد المتلقي سواء من حيث إنتاج السلع الإعلامية المتميزة القادرة على المنافسة أو من حيث التنظيم أو الإدارة، وإلا بقي الانسان العربي أمام أحادية الخيار باقتناع من الخارج باستيراد السلع الأجنبية ذات الجودة العالية وسيزداد استيرادنا لمنتجات الاعلام وسيعاد توزيعها بعد تعريبها ودبلجتها .

المحدد الرابع:

يختص هذا المحدد بالقنوات التي يتم عبرها إرسال المضامين الإعلامية على تنوعها، تلك التي تسهم في تشكيل الأنماط السلوكية. ويلعب التلفزيون والإذاعة دورا رئيسيا في ذلك ويليهما الصحف والمجلات والنشرات والكتب والأسطوانات وشرائط الفيديو ووكالات الأنباء.

المحدد الخامس:

يتعلق هذا المحدد بالتأثيرات التي تحدثها الرسائل الاجتماعية والثقافية لدى الجماهير المتلقية من شعوب العالم الثالث ومنها العربية عبر الإعلانات وسواها من المواد الإعلامية وسواء تلك المنشورة في الصحف أو الإذاعة والتلفزيون ولعل التأثير الأساسي يتمثل في مدى استيعاب الشعوب المتلقية للاستشارات الاجتماعية والثقافية المرتبطة بالدول والشركات الرأسمالية المنتجة للمحتوى الإعلامي والتي تؤدي إلى تغيير في الاتجاهات الاجتماعية والثقافية لمواطن

العالم الثالث إزاء الصورة الاجتماعية والثقافية للدول الرأسمالية المتقدمة.
وهناك الكلام المكتوب وهو أقل تأثيراً من الكلام الشفوي.

المحاضرة رقم "3"
وظائف الاتصال في المجتمع



المحاضرة رقم "3"

وظائف الاتصال في المجتمع



ويمكن تعريف الوظيفة بأنها نوع من العمل الذي يمكن للبناء أو النظام أداءه بوضوح لتحقيق أهداف معينة. ويتضمن المفهوم الإداري للكلمة الواجبات والمسؤوليات والسلطات، وهي مكونات الوظيفة²⁸.

يقوم الاتصال بعدة وظائف والتي تحقق مجموعة من التأثيرات المتنوعة والبعيدة النتائج سواء على مستوى الفرد أو الجماعة أو المجتمع نذكر منها:

وظيفة نقل الاخبار

سواء كانت اخبارا محلية او دولية أو إقليمية ومهما كان نوعها: اقتصادية، سياسية، اجتماعية، فنية، فهي تهدف الى وصل الانسان بالعالم الخارجي وتزويده بما يستجد من اخبار²⁹.

وجاء في التقرير السنوي للأمين العام للأمم المتحدة عن أعمال المنظمة أن الوظيفة الرئيسية للإعلام هي مباشرة جمع المعلومات الموضوعية الدقيقة وإذاعتها مباشرة بطريقة حرة مسئولة. وأن خير وسيلة لتحقيق أهداف حرية الإعلام هي إتاحة مختلف مصادر الأنباء والآراء لكل إنسان، فتعمل هذه الوسائل على تحذير المجتمع من الأخطار كالهجوم الحربي والوباء وتنقل معلومات نفعية كالأخبار الاقتصادية والجوية. وللأخبار فوائد محققة للطبقة

حيدر شلال متعب الكريطي، وسائل الاعلام وبناء المجتمع الديمقراطي: دراسة في دور التلفزيون، ط1، دار أمجد

²⁸ للنشر والتوزيع، الأردن، 2018، ص132

²⁹ صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، مرجع سابق، ص208

الحاكمة لأنها تعطيها معلومات لزيادة نفوذها وتقويته والكشف عن المنحرفين والتأثير على الرأي العام عن طريق المراقبة والسيطرة وإضفاء الشرعية على السلطة، ولكنها قد تهددها عند إظهار أحوالها الحقيقية التي قد يسهم الأعداء في نشرها³⁰.

لذلك تعد الوظيفة الإخبارية من الوظائف المهمة التي يقدمها التلفزيون في كل الأنظمة الإعلامية وعلى اختلاف فلسفتها، وتشكل الأخبار المادة الأكثر أهمية لأغلب وسائل الاعلام التي تهتم بنقل الأحداث فور وقوعها ... ويقوم التلفزيون بمهمة نقل الأخبار إلى كافة الأصعدة ومهما كان مضمونها السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي فهي تؤدي دورا مهما في تكوين الرأي العام عن طريق إمداده بالمعرفة العامة وتنمية المجتمعات عن طريق تزويدها بالأخبار الصادقة والمعلومات الدقيقة والكاملة والآراء الجديدة الهادفة³¹.

~ وظيفة الاعلام والتعليم:

منذ زمن طويل يدور الجدل حول دور وسائل الاعلام في التربية والتعليم خاصة التلفزيون. فهناك من يرى أن وسائل الاعلام بإمكانها المشاركة إلى جانب المدرسة في التربية والتعليم وأن هذه الوسيلة قد تفوق المدرسة من حيث قدرتها على التغيير وبناء ثقافة الطفل اليومية، وذلك أن ما حققه التلفزيون كأحدى وسائل الإعلام الجماهيرية المعاصرة من تغيرات جذرية في بنية الحياة اليومية خلال عشرين سنة لم تستطع المدرسة أن تنجزه في عشر قرون من التواجد. في حين ينتقد آخرون وسائل الإعلام لكونها تعمل على نشر الذوق

مصطفى يوسف كافي، الإعلام الحربي بين الدعاية والشائعة والحرب النفسية، دار أسامة للنشر، عمان 2016، ص17

³¹ حيدر شلال متعب الكريطي، مرجع سابق، ص136

السقيم وتعميم التطابق الثقافي وتدعيم السلبية عند عرض الحقائق بالإضافة إلى الهبوط بالحياة الثقافية إلى مستوى التسلية الجوفاء وفشل التلاميذ في التحصيل الدراسي . وهناك من يقف موقف الوسط بين الرأيين ويؤكد أن التلفزيون والمدرسة يرميان إلى غايات مختلفة إلا أنها ليست متعارضة³²

إن الاعلام والتعليم وظيفتان تكمل كل منهما الأخرى فبينما تقدم وسيلة الاعلام للمرء المعلومات التي يستفيد منها في حياته فكريا واجتماعيا. فإن التعليم وظيفة تقدم له نوعا من المعلومات المنهجية التي تستخدم إما لتدعيم عملية التعليم الرسمي أو تقدم معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في اطار التعليم غير الرسمي³³. وبهذا يهدف الاتصال الى تزويد الأشخاص بالمعلومات النافعة لهم في جميع نواحي حياتهم المختلفة عن طريق توعية المستقبلين بأمرهم بصدق مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع افقهم .

~ **وظيفة التوجيه:** يقصد بالتوجيه عملية تكوين اتجاهات فكرية لدى الافراد يراها المجتمع صالحة ومحقة لأهدافه. والتوجيه بهذا المعنى تقوم به كافة المؤسسات والأجهزة في المجتمع. ففي محيط الاسرة يقوم الوالدين بدور التوجيه لأبنائهم حتى يكبروا ويلتحقوا بالمدرسة التي تقوم بالنصيب الأكبر، ونظرا لعجز المدرسة عن مسايرة التغيرات السريعة للمجتمع وُجدت أجهزة أخرى تساندها وتكمل دورها وهي وسائل الاعلام المختلفة .

³² مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق،ص17

³³ صالح خليل أبو أصبع،الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ،مرجع سابق،ص208

~وظيفة سياسية:

يسهم الاتصال في عملية التنقيف السياسي ويوطد العلاقات بين القائد

وشعبه

ويتم من خلال هذه الوظيفة ترتيب قائمة الاهتمامات السياسية في إطار من القيم والمعارف والآراء بشكل متوافق ،واستبعاد الآراء والأفكار المتنافرة بشكل يقدم القضايا والمعلومات والموضوعات السياسية بشكل مترابط يقوم على الدقة والوضوح في عرض الحقائق³⁴ .

~وظيفة دينية :للاتصال دور كبير في نشر الدعوات والتعاليم الدينية

~ وظيفة الترفيه :

إنها تعتبر من أقدم الوظائف التي عرفها الانسان ووظيفة الترفيه نشاط ضروري في المجتمع الإنساني فهو يساعدهم في التخلص من الضغوط والتوتر الناجمين عن مشاكل وصعوبات الحياة وهي بذلك وظيفة اساسية لتحقيق بعض الإشباعات النفسية والاجتماعية .

ورغم أهمية هذه الوظيفة إلا أنه يجب تحقيق التوازن بين وظائف الاتصال، فلا يغلب الترفيه على الوظائف الأخرى كما يلاحظ في برامج بعض المحطات الاذاعية والتلفزيونية العربية³⁵ .

إن الشاب الذي يتعرض للمعلومات بطريقة ترفيحية، سيكون لها تأثير جانبي في الحياة، وخصوصا ما يقدمه الانترنت في هذا المجال من إمكانية الحصول على المعلومات والتعلم الالكتروني ببسر لا يمكن مقارنته بالطريقة

³⁴حيدر شلال متعب الكريطي، مرجع سابق،ص133

³⁵صالح خليل أبو أصيب،الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، المرجع السابق،ص209

التقليدية، ومن ثم يشب المرء وهو يتوقع الترفيه في الحياة وهذا يقود في الواقع إلى التساؤل حول تأثيرها السلبي على تعامله مع الحياة بطريقة تتسم بالواقعية³⁶

وبالنسبة لوظيفة الاتصال الجماهيري كأداة للترفيه فإنها تبدوا متعددة الجوانب .. إذ أن عليها أن توفر للمواطن فرصة لالتقاط الأنفاس حتى يستطيع أن يواصل اهتماماته بما تعرضه وسائل الاتصال من أخبار ومعلومات ومفاهيم عليه أن يلم بها حتى يستطيع الاستمرار في هذا المجتمع المعاصر .ومن هذا المنطلق فإن التلفزيون باعتباره أكثر وسائل الاتصال انتشارا يجب ألا يقتصر دوره على الترفيه فقط بل عليه أيضا دورا تعليميا لخدمة أهداف المجتمع³⁷.

~ وظيفة الرقابة أو الرقيب العمومي:

تعتبر هذه الوظيفة أحد الدعائم الأساسية لحماية المجتمع من الفساد و اساءة استخدام السلطة. لهذا اطلق على الصحافة اسم السلطة الرابعة إن وظيفة الرقابة هي من الوظائف التي يجب أن تسعى الحكومات لدعمها لأنها تمثل عونا لها في كشف أشكال الفساد³⁸.

~الإعلان والترويج :

يعتبر الإعلان من الوظائف الأساسية للاتصال في المجتمعات الحديثة ،والاعلان هو الوسيلة الحديثة لترويج السلعة التي عرفت أشكالا مختلفة منذ كانت التجارة والمقايضة

³⁶صالح خليل أبو أصبع، استراتيجيات الإتصال وسياساته وتأثيراته، دار مجدلاوي ،الأردن،2005، ص336

³⁷ويليام ريفرز، مرجع سابق، ص35

³⁸ صالح خليل أبو أصبع،الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ،مرجع سابق،4،ص209

ويقوم الإعلان بتقديم خدمات على مستويات عدة فهو يخدم المستهلك والمعلن وأيضا يخدم الوسيلة الإعلامية (التي تروج للمنتوج) ويقدم خدمة لتنشيط الحركة الاقتصادية والتجارية³⁹.

بالنسبة للمجتمعات الاستهلاكية غير المصنعة مثل الدول العربية ودول العالم الثالث فبالرغم من فوائد الإعلان الاقتصادية في تعريف المستهلك على أنواع من السلع التي يحتاجها إلا أنه له تأثيرات سلبية تتمثل في خلق عادات شرائية في مجتمعات تستهلك السلع المستوردة ولا تقوم بإنتاجها مما يتقل ميزانية الدولة وميزانية الافراد بالانفاق على كماليات يمكن الاستغناء عنها⁴⁰.

~تكوين الآراء والاتجاهات : إن وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الافراد والجماعات والشعوب لها دور هام في تكوين الرأي العام وتدخل الدعاية وتكوين الرأي العام ضمن هذه الوظيفة⁴¹.

تعقيب على وظائف الاتصال

1. يرى (مويلر MOELLER)⁴² أن إنجاز وظائف وسائل الاعلام على

الوجه الأكمل يتم من خلال ما اقترحتة لجنة هاتشتر وذلك بتحقيقها

المتطلبات التالية:

- الصدق والشمولية والاستقصاء الذكي عن للأحداث اليومية في سياق

يعطيها معنى

39 المرجع نفسه،ص209

40 المرجع نفسه،ص209

41 المرجع نفسه،ص210

42 المرجع نفسه،ص210

- أن تكون منبرا لتبادل التعليقات والنقد
- إبراز صور ممثلة للجماعات التي يتشكل منها المجتمع
- عرض وتوضيح أهداف المجتمع وقيمه
- التمكن من الوصول الكامل إلى المعلومات

2. كثيرا ما يتم الخلط بين الوظائف والتأثيرات عند الحديث عن وسائل الاتصال الجماهيري :

وظائف الاتصال هي الأدوار التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيري بينما تأثيرات الاتصال هي التأثيرات الناجمة عن الأدوار التي تؤديها هذه الوسائل وقد تكون إيجابية أو سلبية مثال

الترفيه هو احدى وظائف الاتصال الجماهيري، هذه الوظيفة لها تأثيرات نفسية واجتماعية مختلفة عند الجمهور وقد تكون إيجابية او سلبية

المحاضرة رقم "04"

المجلس العلمي أشكال الاتصال وفقا لمحتواه



أولا : الاتصال الذاتي

ثانيا: الاتصال الشخصي

ثالثا: الاتصال الجمعي

رابعا: الاتصال الجماهيري

المحاضرة رقم "04" أشكال الاتصال وفقا لمحتواه



قسمت أشكال الاتصال وفقا لمحتواه الى

- ~ الاتصال الذاتي
- ~ الاتصال الجمعي
- ~ الاتصال الشخصي
- ~ الاتصال الجماهيري

أولا :الاتصال الذاتي :

هو العملية الاتصالية التي تأخذ مكانها داخل ذات الشخص ،فهي إذن عملية ذهنية يتم فيها مخاطبة الذات، يوظف فيها الشخص تجاربه ومواقفه وأفكاره ويناقشها ذاتيا حتى يجد مخرجا لمشاكله أو يتخذ موقفا نحو الاخرين .في هذا النوع من الاتصال يكون المرسل و المستقبل شخصية واحدة ،بمعنى يكون الفرد مرسلا و مستقبلا في آن واحد .ويستعمل فيه جميع قواه العقلية والادراكية والذكاء والتخيل والتفكير وما يرافقه من عمليات نفسية (عواطف ،ميول ..) ويربطها بطبيعة المشكلة أو الفكرة التي يناقشها في قرارات نفسه ويقيس تآثرها وتأثيرها على المحيط الاسري والاجتماعي عامة وينتهي بذلك الى تبني موقف أو القيام بعمل أو اتخاذ قرار مثلا عندما ينشغل الطالب او الباحث بإعداد تصور علمي ،فإنه ينفرد بنفسه ليجد التساؤلات والفرضيات الممكنة حول هذا التصور أو المشروع ،يستعمل فيه جميع مؤهلاته وتجاربه وقدراته العقلية والنفسية التي تسمى غالبا حالات السهو أو التفكير لتبني تصور محدد .

ويعتبر فهم هذه العملية التي تحدث بين الفرد وذاته أساس فهم عملية الاتصال ذلك أن رد الفعل تجاه أي رسالة يستقبلها الفرد في أي شكل من أشكال الاتصال الأخرى، يتوقف على ناتج هذه العملية التي تحدث ذاتيا في جميع المواقف، ويتأثر بالمخزون الإدراكي لدى الفرد عن الأشخاص والرموز التي يتعرض لها الفرد في عملياته الإنفعالية⁴³.

ثانيا :الاتصال الشخصي أو اتصال المواجهة

إنه اتصال يقع بين شخصين أو أكثر دون وساطة أو وسيلة تحول دون أن يتواجه الأشخاص بينهم ويكون من خلال المقابلات، اللقاءات .حيث يتبادل الافراد الحديث بينهم ويتبادلون الأدوار فينتقل المرسل بعد إتمام رسالته إلى مستقبل وقد يكون مجرد متلقي أو مستمع لكن يتخذ في النهاية موقف محدد .

يكون العمر والجنس والانتماء الطبقي والمستوى الثقافي والتعليمي والمعيشي واللغة والدين والمهارات المكتسبة والمواهب والقدرات دورا أساسيا في توجيه الاتصال الشخصي .

إن الاتصال الشخصي هو أفضل اشكال الاتصال إذ يوفر للمتصل فرصة التعرف الفوري والمباشر على مدى تأثير رسالته على المستقبل (المتلقي).ومن ثم تصبح الفرصة سانحة أمام المتصل لتعديل رسالته وتوجيهها بحيث تصبح أكثر فاعلية و إقناعا⁴⁴.

ويؤكد بعض علماء الاجتماع (Boden) و(Molotch) التي تقترب وجهة نظرهما من وجهة نظر(غوفمان) والذان يؤكدان ويشددان على أهمية

⁴³ حسن عماد مكاوي، الاعلام ومعالجة الازمات،الدار المصرية اللبنانية،القاهرة،2005،ص27

⁴⁴المرجع نفسه،ص28

الحضور الإنساني المباشر في التواصل بين الأفراد والجماعات. ذلك أنه لا يمكن بهذه الوسيلة التأكد من صدق مشاعر الآخرين كما أنه ليس بالمقدور أن نطل من نوافذ شخصياتهم للتعرف على ما بداخلهم من أحاسيس ومشاعر وخواطر. فلقاء العين بالعين هو الذي يبني جسور الثقة والمودة بين الناس⁴⁵.

خصائص الاتصال الشخصي

~ يسير الاتصال الشخصي في اتجاهين أو مسارين فهو عملية تبادلية تتيح للمشاركين تبادل الأدوار

~ تكون الاستجابة في الاتصال الشخصي فورية أو مباشرة مما يساعد المرسل على معرفة إذا استقبلت رسالته وفهمها المستقبل أم لا .

~ يحدث الاتصال الشخصي في جو تفاعلي عن طريق وجود المرسل والمستقبل في نفس المكان والزمان ،والذي يتيح لهم فرصة التعارف فيما بينهم عن قرب ورفع حواجز التكلفة وإضفاء جو من الوُد وتقوية العلاقات الاجتماعية عن طريق إنشاء جسور الثقة .

~ يتسم الاتصال الشخصي بحضور الحواس الإنسانية من سمع وبصر وشم ولمس..لدى المشاركين في الاتصال بحيث يستمعون إلى بعضهم ويتبادلون المعلومات بشكل منطوق ومكتوب وباستخدام لغة الإشارات والجسم .

العوامل التي تساعد على فاعلية الاتصال الشخصي وأهميتها في تنمية مهارات

التعامل

هناك مجموعة من العوامل التي تساعد على فاعلية الاتصال الشخصي وهذا على مستوى المرسل والرسالة والجمهور /

على مستوى المرسل :

~ أن يتميز المرسل بالثقة

~ مصداقية المرسل

~ قدرة المرسل على الاقناع وعرض الأفكار بطريقة منطقية وبسيطة

~ جاذبية المرسل

~ القدرة على مشاركة الاخرين في أفكارهم

~ عند الاختلاف مع المستمع يجب عدم مهاجمته شخصيا

على مستوى الرسالة :

~ أن تكون الرسالة واضحة ودقيقة وبسيطة

~ استخدام أساليب مختلفة لإيصال المعلومة للمستمع

~ عدم الكلام بسرعة

يجب التكلم بلغة المستمع

~ أن تكون الرسالة موجهة لمخاطبة عقل ونفس المستمع معا

على مستوى الجمهور:

~ يجب معرفة طبيعة الجمهور المستهدف من حيث اللغة والدين والمهن وأماكن السكن والمستوى التعليمي والعادات والتقاليد من أجل مخاطبتهم على قدر عقولهم

~ معرفة المستقبل بحاجات المتحدث

~ عدم مقاطعة المتحدث أثناء حديثه

~ من العبث التكلم مع من لا يريد الاستماع

~ على المستمع إنتقاد الفكرة التي يطرحها المتحدث (المرسل) وليس شخص المتحدث لأن ذلك يعتبر هجوما شخصيا قد يؤدي إلى خلاف

ثالثا: الاتصال الجمعي

ويسمى أيضا الاتصال الوسطي، وهو يتم بين مجموعة من الأشخاص في اتصال المواجهة وهو يقع وسط نوعين من الاتصال هما اتصال المواجهة والاتصال الجماهيري الذي لا تتم فيه مثل هذه المواجهة المباشرة لذلك سُمي بالاتصال الوسطي⁴⁶، من أمثاله

الخطبة، ويتم فيها خطاب العقل والعاطفة معا عن مواضيع وقضايا

المحاضرة وهي نوع من الخطاب التلقيني للجمهور وتتطلب قدرات إقناعيه كما أنها تتسم بسيطرة المحاضر على السياق وتتضاءل فيها مساحات تفاعل المستمع مع المحاضر .

⁴⁶حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص28

رابعاً :الاتصال الجماهيري

تعريفه :

هو ذلك الاتصال الذي يتم باستخدام احدى وسائل الاعلام الجماهيري المتميزة بقدرتها على توصيل الرسائل الى الجمهور عريض ومتباين الاتجاه والمستويات ولأفراد غير معروفين بالنسبة للقائم بالاتصال ،تصلهم الرسالة في نفس اللحظة مع مقدرة على خلق رأي عام ،و على تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك إضافة إلى مقدرتها على نقل المعارف والمعلومات⁴⁷ .

لا يتم الاتصال الجماهيري إلا عن طريق احدى وسائل الاتصال الجماهيري وهي :الصحف ،المجلات ،الراديو ،التلفزيون مثال

إذا قرأ كاتب مقالته على أصدقائه فإن الاتصال هو اتصال شخصي .

في حال نشر المقالة عبر احدى وسائل الاتصال الجماهيري سمي الاتصال جماهيري .

إذن إن تغيير أسلوب الاتصال قد نقل الاتصال من مستوى لآخر.

خصائص الاتصال الجماهيري :

~يحتاج الاتصال الجماهيري الى مؤسسة إعلامية

~إنه يسير في اتجاه واحد حيث يقوم المرسل بإرسال رسائل اتصالية علنية الى

جمهور عريض من المستقبلين

⁴⁷المرجع نفسه،ص29

~المشتركون في الاتصال الجماهيري لا يعرفون بعضهم البعض لأن الرسالة الاتصالية عامة للجميع

~جمهور الاتصال الجماهيري غير متجانس فهو متنوع الفئات ومن مختلف الثقافات والميول والاتجاهات والانتماءات

~أن تتسم الرسالة الإعلامية الجماهيرية بالفورية

~تستهلك الرسائل الاتصالية الجماهيرية بسرعة وتستبدل برسائل أخرى ،بمعنى المعلومات والاخبار تتجدد باستمرار

~الرسائل الاتصالية عرضة للرقابة من طرف الرقيب

~لا بد من وجود وسيلة اتصالية جماهيرية لنقل الرسالة الى الجمهور المستهدف

~تتعرض الرسالة الجماهيرية الى تشويش مادي والكتروني

~تكون الاستجابة أو التغذية العكسية في الاتصال الجماهيري ضعيفة ومتأخر

محاضرة رقم " 05 "

وسائل الاعلام والمجتمع الجماهيري



أولا : تعريف وسائل الاعلام و الاتصال

ثانيا: الحرب العالمية الأولى وبداية الاهتمام بوسائل الاعلام والاتصال الجماهيري

ثالثا: النزعة إلى التقارب

رابعا: مفهوم المجتمع الجماهيري

خامسا: جمهور وسائل الاتصال الجماهيري

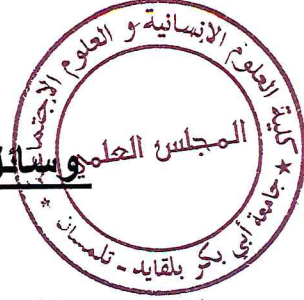
سادسا: تأثير وسيلة إعلامية على أخرى

سابعا: معوقات الاعلام والاتصال

ثامنا: الانتقادات الموجهة إلى الاعلام الجماهيري

محاضرة رقم " 04 "

وسائل الاعلام والمجتمع الجماهيري



تستطيع وسائل الاعلام من خلال اختيارها المادة الإخبارية والبرامج وأشكال العرض أن تثير الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والسياسية وأن تزود الفرد بنوع من المعرفة يزيد عن درجة فهمه لمجتمعه ويعطي له فرصة كبرى لممارسة الاشراف والسيطرة على محيطه ثم تزيد من اندفاعه إلى المشاركة... ويعد التلفزيون الوسيلة الإعلامية المهمة لما لها من ميزة تقديم المواد المرئية والسريعة والفورية واضفاء الطابع الشخصي على القضايا⁴⁸.

أولاً: تعريف وسائل الاعلام والاتصال

يقصد بوسائل الاعلام Media وسائل الاتصال التي تصل الناس وتؤثر فيهم. وتشمل صناعة وسائل الإعلام تكنولوجيا البث (إرسال واستلام الرسائل والمشاهد بوسائل البث المختلفة وكذلك أعمال البث (الأخبار والسينما وغيرها) وتسليم الخدمة (شركات التلفزة والمسارح ومحلات إنتاج الفيديو وغيرها)⁴⁹.

ثانياً: الحرب العالمية الأولى وبداية الاهتمام بوسائل الاعلام و الاتصال الجماهيري

لقد كانت الحرب العالمية الأولى أول نضال كبير وشامل قامت فيه الشعوب الأوروبية بدور إيجابي في نزاعها ضد أعدائها. وبخلاف الحروب

⁴⁸ فؤاد علي أحمد، وسائل الاعلام والمشاركة السياسية، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص59
ظاهر محسن منصور الغالبي /صالح مهدي محسن العامري،المسئولية الاجتماعية وأخلاقيات الاعمال(الاعمال
⁴⁹والمجتمع)، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص287

السابقة التي كانت تتحمل مسئوليتها القوات العسكرية وحدها وكانت مستقلة عن الشعوب .. أما في الحروب الحديثة التي وضعت الأمم موضع اختبار فقد دفعت الشعوب إلى التعاون والحماس مع القادة الذين يدافعون عنهم. كما استلزمت الحرب الشاملة تعبئة تامة لكل موارد الدولة بما فيها الموارد البشرية والمادية والروح المعنوية. وكانت الدعاية هي الوسيلة إلى تحقيق هذه الأهداف. حيث عملت الرسائل الدعائية المخططة بعناية على تزويد شعوب الأمم بالأخبار والقصص والصور والأفلام والتسجيلات الصوتية والأحاديث والكتب والخطب والإعلانات المختلفة. وكان صناع السياسة على أعلى المستويات في الدولة يقررون أن التضحيات عظمى وأن الأهداف عليا إلى درجة أنهم يبررون استخدام كل الوسائل للتوصل إليها ، وفي نظرهم يتعين على المواطن أن يكره عدوه ويحب بلده ويضاعف من إسهامه في المجهودات الحربية. لذلك صارت وسائل الاتصال الجماهيرية المتاحة حين ذاك هي الأدوات الأساسية لإقناع المواطن بذلك كله. وكان هذا الإقناع الذي يتم على نطاق واسع ويوجه إلى الشعوب كلها بواسطة استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، من نوع لم يسبق له مثيل في فترة ما قبل الحرب. كما أنه وجه بطريقة تميزت بالمهارة والتنسيق

50

ثالثا: النزعة إلى التقارب

إن أشكال الاتصال والإعلام الجديدة قد أحدثت ثورة في الطريقة التي يتواصل بها الناس. غير أن الجماعات الإنسانية حتى في الأوقات التي يفضل فيها الناس استخدام وسائل إلكترونية فورية سريعة، مازالت حريصة على

غريب سيد أحمد/إسماعيل علي سعد / سامية محمد جابر/نعمات أحمد عثمان، علم الاجتماع والاتصال والاعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص263-264

التواصل الإنساني المباشر، بل إن هذه النزعة قد تضاعفت في هذه الأيام إلى درجة عالية لم تكن معروفة من قبل. وبوسع أفراد العائلة الواحدة أن يلتقوا ويتواصلوا وبذلك يلتم شملهم بطريقة افتراضية بالوسائل الالكترونية، غير أنه لا مناص من الاعتراف بأن مثل هذه اللقاءات تظل تفتقر إلى الدفء وحرارة المشاعر التي تتمتع بها اللقاءات الواجهية المباشرة⁵¹.

رابعاً: مفهوم المجتمع الجماهيري

المجتمع الجماهيري مصطلح يشير إلى نوعية معينة من العلاقة التي توجد بين عضو فرد معين، والنظام الاجتماعي المحيط به، وموقف الفرد في المجتمع الجماهيري يتميز بأنه يعكس العزلة النفسية عن الآخرين كما أن تفاعلاته مع هؤلاء تتميز بأنها شخصية وبالتحرر النسبي من المتطلبات والالتزامات التي تتميز بها الروابط الاجتماعية الوثيقة. فضلاً عن ذلك فإن هذه النظرة إلى الطبيعة "الاجتماعية" للإنسان، ربطت مع نظرية عامة عن طبيعته "السيكولوجية". ولقد كان لهذا الخط الفكري مضامين هامة بالنسبة للتفسير المبكر لوسائل الاتصال⁵².

خامساً: جمهور وسائل الاتصال الجماهيري

هناك عوامل تتحكم في عملية الاختيار الجمهور مثل الأمية والعادات والسن والقدرة المالية. وقد حاول بعض الباحثين تحديد السمات الشخصية له والتي تحدد خيارات. إذ تبين أن الجمهور الذي يستخدم وسيلة ما قد يكون

⁵¹ أنتوني غدن، تر فايز الصياغ، مرجع سابق، ص 179-180

⁵² غريب سيد أحمد/إسماعيل على سعد / سامية محمد جابر/نعمات أحمد عثمان، مرجع سابق، ص 262-263

مختلفا إلى درجة كبيرة عن الجمهور الذي يستخدم وسيلة أخرى رغم تشابه المواد التي تقدمها هاتان الوسيلتان.⁵³

سادسا: تأثير وسيلة إعلامية على أخرى

في أوائل الخمسينات، بعدما أصبح التلفزيون يمثل تهديدا خطيرا للراديو فقدت المواد الدرامية والكوميدية في الراديو الكثير من جاذبيتها لصالح برامج التلفزيون، مما أدى إلى تركيز الراديو على الموسيقى والأغاني والبرامج الموسيقية مع القليل من البرامج والأخبار والإعلانات، وهذه التغيرات في برامج الراديو لاقت قبولا فوجدت الدراسات أنه مع ظهور التلفزيون، فإن كمية الوقت الذي كان يقضيه الأطفال والمراهقون مع الراديو ظلت متقاربة إلى حد كبير كما كانت عليه في البدايات الأولى لظهور الراديو قبل ظهور التلفزيون. إن ظهور وسائل اتصال جديدة تؤدي إلى إعادة بناء أو تغيير الطريقة التي يظهر بها المستخدمون لوسائل الاتصال الموجودة مسبقا يسمى "بفرض الإحلال". وقد تحدث الكثير من الباحثين عن تأثيرات الإحلال فيما يتعلق بتأثير التلفزيون على الراديو، ثم تأثير تكنولوجيا الفيديو الحديثة (الفيديو الكامل، الفضائيات) على البث التلفزيوني الأرضي التقليدي، ثم تأثير استخدام كل من الكمبيوتر والانترنت على استخدام وسائل الاتصال التقليدية... وهناك خوف من إحلال وسائل الاتصال الحديثة محل الوسائل الأقدم وخاصة ما يخص انخفاض معدلات مشاهدة التلفزيون الناتج عن الشعبية المتزايدة للإنترنت وغيرها من تطبيقات الكمبيوتر.⁵⁴

⁵³ ويليام ريفرز، مرجع سابق، ص 284

⁵⁴ منال أبو حسن، علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات مرجع سابق، ص 101-102

سابعاً: معوقات الاتصال والاعلام

تعرض محمد علي البدوي⁵⁵ إلى مجموعة من معوقات الاتصال والاعلام وكيفية التغلب عليها ومن معوقات الاتصال والاعلام ذكر:

1. عدم انتباه مستقبل الرسالة إلى محتوياتها أو اختلاف الاستجابة بسبب اختلاف دوافع الأفراد أو بسبب الإدراك الإنتقائي .

2. عدم وجود تفهم دقيق للمقصود من الرسالة سواء بواسطة المرسل إليه أو المصدر

3. استخدام كلمات في الرسالة لها دلالات ومعان مختلفة لأشخاص مختلفين وهذا ما يعرف بالمشكلات اللغوية

4. ضغط الوقت لكل من المرسل أو المرسل إليه

5. زيادة حجم المعلومات بشكل مفرط

6. تأثير الحكم الشخصي لمستقبل الرسالة على نجاح عملية الاتصال

وللتغلب على هذه الصعاب يجب مراعاة:

1. تقديم المعلومات بشكل يتفق ورغبات المستقبل، فالشخص يقبل المعلومات طبقاً لإحتياجاته الخاصة، أو يعرض عنها لعدم جدواها بالنسبة إليه.

2. تقديم المعلومات بشكل مبسط

3. إتاحة الفرصة للمرسل إليه لشرح وجهة نظره حول المعلومات، من أجل معرفة ردة فعله .

⁵⁵محمد علي البدوي، مرجع سابق، ص69

ثامنا: الإنتقادات الموجهة إلى الإعلام الجماهيري

- أن وسائل الإعلام استخدمت إمكانياتها ونفوذها لدعم مصالح ملاكها وخاصة في مجال السياسة والإقتصاد وذلك من خلال الدعاية لوجهات نظرهم في حين أنها تجاهلت أو قللت من شأن وجهات النظر المعارضة .
- أن وسائل الإعلام أصبحت أداة للمؤسسات التجارية العملاقة كما أصبحت الإعلانات التجارية هي المسيطرة على سياسات ومواد هذه الوسائل.
- أن وسائل الإعلام تقاوم التغيير الاجتماعي وتدعوا إلى ثبات الأوضاع الاجتماعية.
- إن أداء وسائل الإعلام يهتم بالمواد التي تتسم بالإثارة أكثر من إهتمامها بالمواد التي تحمل الدلالات الهامة ،كما أنها تهتم بتقديم البرامج الرخيصة والتي تخلوا من أية معاني معينة.
- إن وسائل الإعلام تهدد الأخلاق العامة في المجتمع.
- إنتهاك وسائل الاعلام دون مبرر لخصوصية وكرامة الإنسان
- إن وسائل الإعلام قد أصبحت تحت سيطرة الطبقة الاقتصادية الاجتماعية وطبقة رجال الأعمال وبحيث أصبح من الصعب دخول وسائل إعلام أخرى إلى عالم الإعلام الحالي .ومما يزيد هذا الأمر خطورة أن هذه السيطرة يحكمها عدد محدود من الأفراد مما يهدد حرية سوق المعلومات.