



قسم الحقوق
ماستر - ١ - قانون جنائي وعلوم جنائية
مقياس: تكنولوجيا الإعلام والاتصال
أستاذة المقياس: غمشي الزهرة

المحاضرة الثانية: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال

تنويه: هذه المحاضرة نحاول من خلالها تغطية النقص في المعارف السابقة للطلبة في مجال الإعلام والاتصال والتي لا بد منها لاستيعاب مقياس تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تمهيد:

يقول الله عز وجل: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾ الحجرات: ١٣

من خلال تفسير الآية - وبالتركيز على كلمة تعارفوا - يظهر لنا أن الاتصال فطرة إنسانية، وأن الفرد لا يستطيع العيش بمعزل عن غيره ودون أن يتصل مع الآخرين، فالاتصال إذن ظاهرة اجتماعية.

تعريف الاتصال: الاتصال في أبسط معانيه هو نقل المعلومات والأفكار والمشاعر والاتجاهات من فرد إلى آخر.

ويعرفه كارل هوفلاند الاتصال بأنه: <<العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد (القائم بالاتصال) منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة).>>

تعريف الاعلام: هو تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديدة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، نقلها، التعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقه.



والاعلام جزء من الاتصال (فالاتصال أعم وأشمل من الاعلام)

انطلاقا من هذا تبرز مجموعة من النقاط التي يلتقي فيها المفهومين وأخرى يختلفان فيها

أوجه الاختلاف وأوجه التشابه:

- كلاهما لهما نفس العناصر (مرسل، رسالة...)
- الاتصال وسائله متعددة ← - الاعلام وسائله محددة وهي ذات طابع جماهيري.
- أهداف الاتصال متعددة ومختلفة ← - أهداف الاعلام محددة.
- جمهور الاتصال محدد ← - جمهور الاعلام عريض.
- الاتصال ظاهرة اجتماعية ← - الاعلام ظاهرة تكنولوجية.
- الاتصال أقرب إلى المعلومة في المجتمع الأقل تطورا ← - الاعلام أقرب إلى المعلومة في المجتمع المتطور.

المفاهيم المشابهة:

الدعاية: يعرفها ليونارد دوب بأنها >> محاولة التأثير في شخصيات الأفراد والسيطرة على سلوكهم لأغراض تعتبر غير علمية أو ذات قيمة مشكوك فيها في مجتمع ما في وقت معين.<< ويمكن تصنيف الدعاية إلى: دعاية بيضاء - دعاية سوداء - دعاية رمادية.



الدعوة الإسلامية: لا خلاف بين الدعوة والدعاية من الناحية اللغوية فالأصل هو دعا في الحالتين؛ ولكن من الناحية التطبيقية نجد الاختلاف كبير، فقد ارتبطت الدعاية بالمجال السياسي، في حين أن الدعوة ارتبطت بأنبال القيم وأسمى الرسائل التي تهدف إلى خير البشرية وتقوم الدعوة على الحق والصدق، وقد اعتمدت الدعوة الإسلامية على الإيمان الصادق والصبر على الأعداء وحسن المخاطبة وفي هذا يقول الله سبحانه وتعالى: >> ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتتي هي أحسن

الإشهار: هو شكل من الأشكال غير الشخصية للاتصال المدفوع الأجر للترويج لسلعة أو خدمة أو فكرة معينة.

الإشاعة: هي خبر أو مجموعة أخبار زائفة تنتشر في المجتمع بشكل سريع و تُتداول بين العامة ظناً منهم على صحتها.

عناصر الاتصال:

- المرسل: (المصدر أو القائم بالاتصال): هو مصدر الرسالة. يسميه أرسطو بالخطيب
- الرسالة: هو المضمون والمحتوى (معلومات، مشاعر، اتجاهات، أفكار....) الذي يحاول المرسل نقله للمتلقي. يسميها أرسطو بالخطبة.
- المتلقي: (الجمهور أو المستقبل): وهم من يتلقون الرسالة سواء كانوا جماعة أو فردا واحدا. يسميه أرسطو بالمستمع.
- الوسيلة: وهو الحامل والناقل والوسيط الذي ينقل الرسالة من المصدر إلى المتلقي.
- التأثير: هو تلك التغييرات التي تطرأ على تصورات المتلقي أو اتجاهاته وسلوكه نتيجة لتعرض للرسالة.
- رد الفعل: (رجع الصدى) هو الرسالة المرتدة من المتلقي إلى المرسل.

وفي الفكر القديم الغربي نجد إشارة لهذه العناصر فقد اهتم أرسطو بثلاث عناصر منها تحقق الخطبة اهدافها بين الناس في مؤلفه فن الخطابة أين تكلم عن الخطيب كمصدر للخطبة كما تكلم فيه عن الخطبة ذاتها وطريقة إعدادها وصياغتها، وتكلم كذلك عن المستمعين ووضح كيفية وأسلوب مخاطبتهم وبمطابقة هذا مع ما اورده عن العملية الاتصالية نجد:



- الخطيب (المرسل)
- الخطبة (الرسالة)
- الجمهور أو الجماعة (المستقبل)

أما عربيا فنجد ما يقارب ذلك في قول ابن رشد: >> إن الكلام مركب من قول هو الخطبة، ومن قائل هو الخطيب، ومن مقول به وهو وسيلة الخطبة، ومن مقول فيه وهو الذي يعمل القول فيه ويوجه القول إليه وهم المستمعون>> ولعل قوله:>> الذي يعمل القول فيه>> يشير إلى الأثر المقصود.

نماذج الاتصال:

بداية لا بد من الإشارة إلى أن النموذج كما يعرفه ماكويل دنييس هو وصف مبسط في شكل تخطيطي لجزء من الحقيقة بهدف بيان العناصر الأساسية لأي تركيب في العملية الاتصالية والعلاقات بين هذه العناصر.

من اشهر نماذج الاتصال نجد:

نموذج لاسويل: وهو سلسلة من الأسئلة يحدد من خلالها لازويل عناصر العملية الاتصالية: من؟ يقول ماذا؟ لمن؟ بأي وسيلة؟ بأي تأثير؟

نموذج بيفيد بيرلو: وفقا له فإنه كي نتمكن من تحليل عملية الاتصال فلا بد من فهم السلوك البشري من خلال فهم العوامل المؤثرة في نجاح أو فشل الاتصال، فالمصدر يحول الرسالة إلى رموز مبنية على مهاراته وخبراته، ويرسلها بواسطة وسيلة لمتلقي يعتمد تفسيره للرسالة على معاني كلماتها. إذن فهذا النموذج يقدم مجموعة من العوامل التي تؤثر على عناصر العملية الاتصالية والتي تحدد بدورها نجاح العملية الاتصالية من عدمها.



نموذج شانون ووير: هذا النموذج في الأساس هو نموذج هندسي رياضي جاء ليفسر الاتصال الميكانيكي إلا انه صالح أيضا للاتصال الانساني، ويحاول هذا النموذج الإجابة على تساؤل رئيسي هو: كيف يمكن للمصدر ان ينجح في توصيل رسالته إلى هدفه بأقل قدر من التحريف أو الخطأ الناجم عن التشويش؟ ، إذن أهم ما جاء به هذا النموذج هو مفهوم التشويش والذي يمكن تعريفه بأنه أي طارئ أو أي شيء يوجد في الرسالة غير ذلك الذي وضعه المرسل، والتشويش نوعان ميكانيكي (يرتبط بالتشويش التقني) ودلالي (يرتبط بالتأويلات المختلفة لنفس المفهوم).

نموذج ولبر شرام: الاتصال عند شرام مجهود هادف يرمي إلى توفير خلفية مشتركة (مجال خبرة مشتركة) بين طرفي الاتصال (المرسل/ المستقبل)، ويؤكد شرام أيضا على دائرية الاتصال من خلال التغذية المرتدة بمعنى ان المستقبل يتحول إلى مرسل والمرسل إلى مستقبل وهكذا، وهو يقترح اهمية التغذية المرتدة كوسيلة للقضاء على التشويش.

نموذج كاتز ولازارسفيد: المصدر يحول الرسالة إلى رموز ويبعث المعلومات بواسطة وسيلة اتصال جماهيرية لقادة الرأي الذين يحولونها للجمهور، إذن هذا النموذج يؤكد ان تدفق المعلومات يتم على مرحلتين، وان وسائل الاعلام لا تؤثر مباشرة على الجمهور وإنما على قادة الرأي ومن ثم على الجماهير.

عوامل نجاح العملية الاتصالية:

تتكون العملية الاتصالية عند ابن خلدون من ثلاث عناصر هي:

المرسل: الذي يجب أن يتصف بالصدق والأمانة وعدم التحيز.

المستقبل: يجب أن يتوفر في المستقبل الذكاء الاجتماعي والثقافة اللازمة والتي تعينه على فهم مدلول رسالة المرسل.

الرسالة الاتصالية: يجب ان يتوافر فيها: الحقيقة، الدقة والوضوح.

إذن كما اشرنا سابقا فقد حدد بيرلو العوامل المؤثرة في عناصر العملية الاتصالية والتي تحدد بدورها نجاح او فشل الاتصال؛ ويمكن إيجازها كالآتي:



العوامل المؤثرة في المصدر:

- مهاراته الاتصالية وتسمى أيضا مهارات الترميز: ونقصد الكتابة والقراءة والتحدث والاستماع والقدرة على التفكير ووزن الأمور.
- اتجاهاته نحو نفسه والآخرين ورسائله وقناعاته بنفسه وموضوع رسالته وتقديره للآخرين، أي الثقة بالنفس والإيمان بما تحمله رسالته.
- مستوى معرفته بالقضية موضوع الاتصال.
- الاطار الاجتماعي والثقافي ومكانة المصدر ضمنه، ومعرفته بالقيم والمعايير التي تسوده.

أما بالنسبة للعوامل المؤثرة في المتلقي فقد حصرها بيرلو في نفس العوامل المؤثرة في المصدر والسابقة الذكر.

العوامل المؤثرة في الرسالة: كفاءة الرسالة في القيام بدورها تتوقف على أمرين هما موضوع الرسالة ومحتواها وطريقة صياغتها واللدان يجب أن يتلاءما والجمهور المستهدف.

أما عن الوسيلة: فإن نجاح الاتصال يتوقف على اختيار الوسيلة المناسبة للموقف الاتصالي واتفاق هذه الوسيلة مع خصائص المتلقي وقدراته على استخدام هذه الوسيلة.

أنواع الاتصال:

حسب اللغة المستخدمة: اتصال لفظي - اتصال غير لفظي.

حسب عدد المشاركين في العملية الاتصالية: اتصال ذاتي، اتصال شخصي، اتصال جمعي، اتصال جماهيري، وهناك من يضيف الاتصال المؤسساتي.

حسب المواجهة: اتصال مباشر - اتصال غير مباشر.



وظائف الاتصال: ونقصد بها كل ما يتحقق للفرد أو المجتمع من إشباعات لحاجاته المختلفة وذلك نتيجة اشتراكه في العملية الاتصالية، وقد تكون هذه الوظائف كامنة كما قد تكون ظاهرة، وقد تكون وظائف مجتمعية كما قد تكون وظائف فردية، ومن ابرز وظائف الاتصال:

- تسهم في حصول الفرد على المعلومات الجديدة.
- الاشباع النفسي والمعنوي والاجتماعي للفرد.
- مراقبة البيئة.
- تعليم وتثقيف الفرد.
- تسهم في تحقيق ترابط أجزاء المجتمع، وتدعم المعايير الاجتماعية.
- التسلية والترفيه.
- التنشئة الاجتماعية، ونقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال.
- اكتساب الفرد مهارات جديدة.