

محاضرات

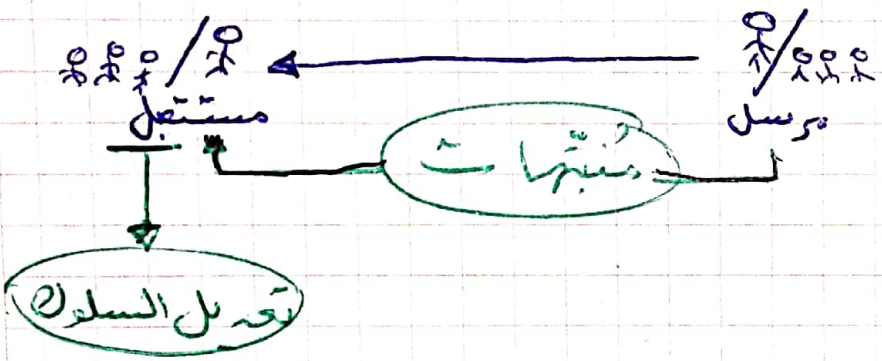
علم الاتصال، الإعلام

علم اجتماع الاتصال (الإعلام)

الدرس الأول: (الأسس النظرية من كورتون) علم الاتصال: تعريف

تعريف الاتصال =

1- كارل هوفلانز "إن الاتصال هو العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال مستقبلين (عادة مستقبلين) لكي يعدل سلوكهم الاتجاه الآخرين (مستقبل الرسالة)



2- جورج لندرج = "الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرمز"

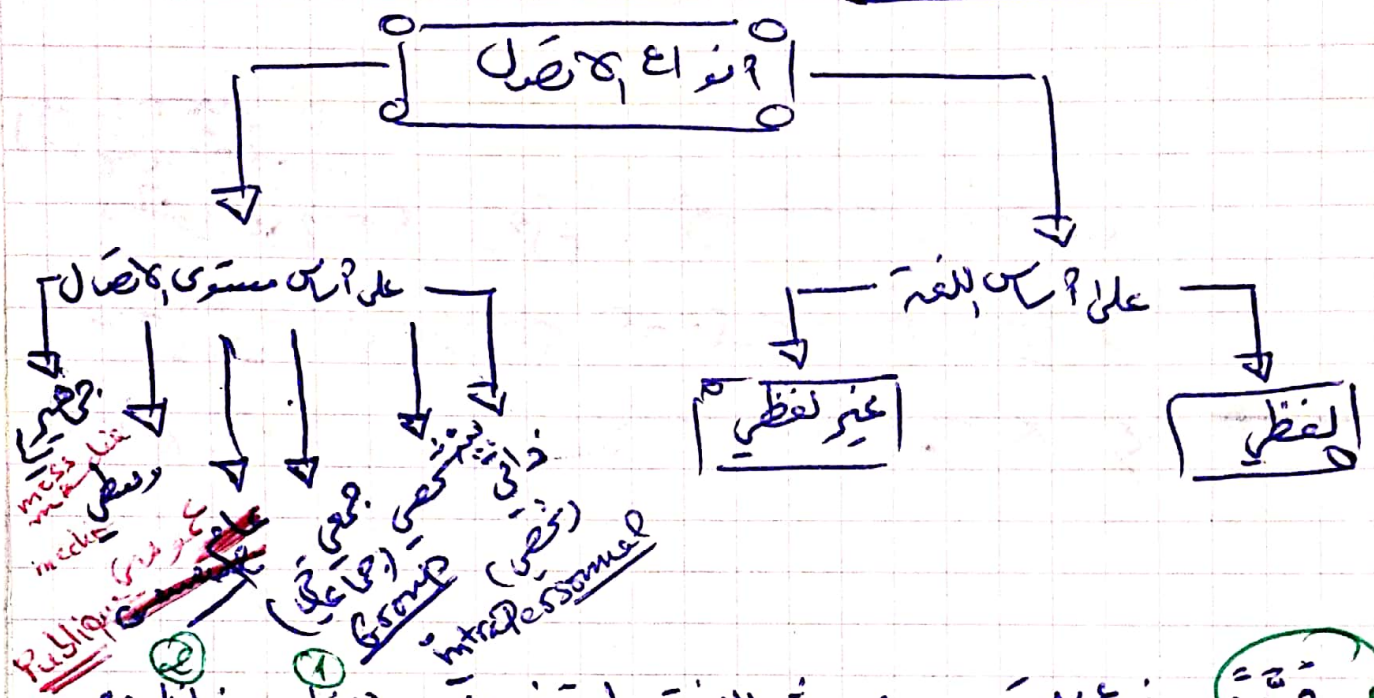
الرمز لغة عبارة عن رموز
 أو صيغ أو لغة أو رموز
 شيء آخر يعمل كمنبه للسلوك

مفهوم الرمز =
 أفكار ، معلومات
 آراء ، اتجاهات

3- نموذج العودة

الإيضاح أنواعه

أنواع الإيضاح ~



أولاً - أنواع الإيضاح من حيث اللغة المستخدمة ~ (لفظي وغير لفظي)

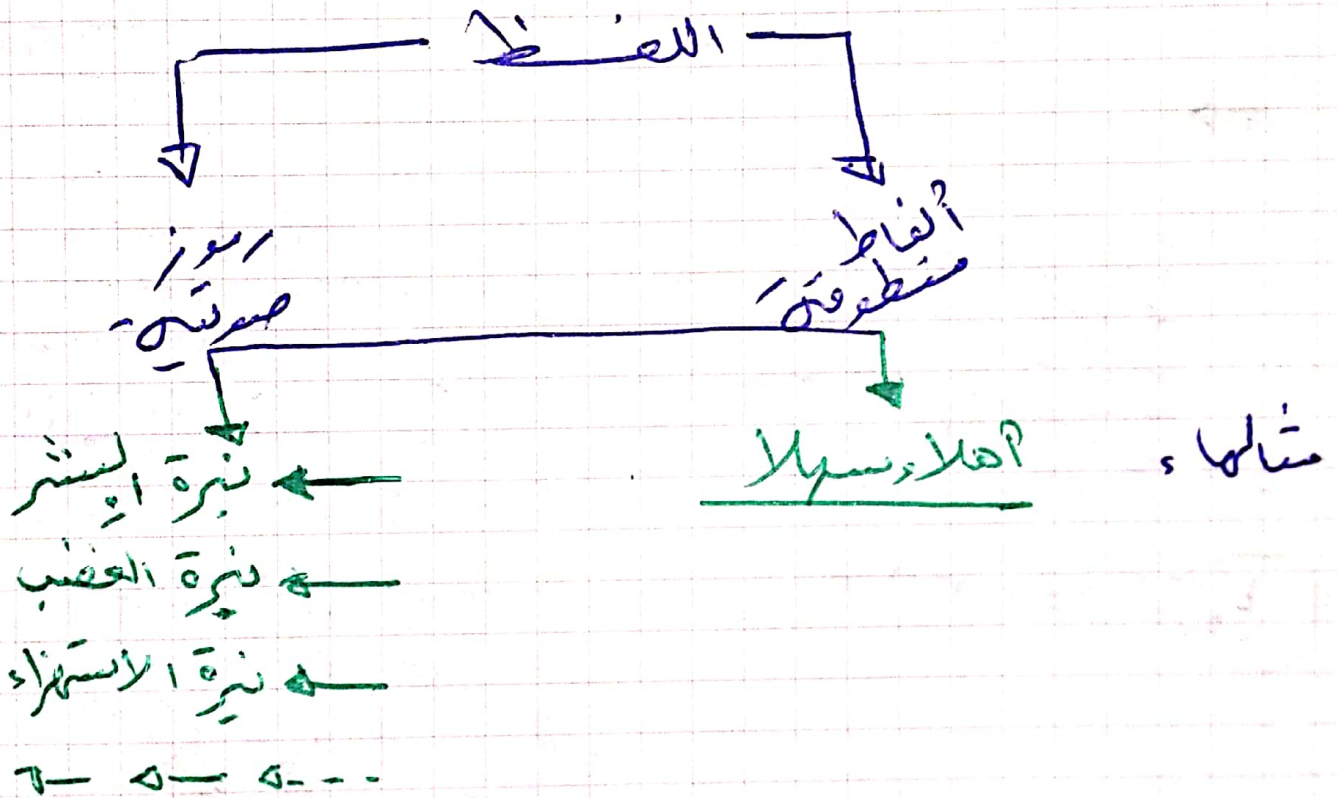
يرى المهتمون بالإيضاح أن اللغة "كلمة لا ينبغي أن تقتصر على اللغة اللفظية وحدها، ولذا قد قسم بعضهم كل منهم منظم ثابت يحث به الأضاح على فكرة تجعل بخاطره أو إحساسه يمشى بصدده، إنما هي لغة قاعة بذاتها "صباح الدين جده، علم الإيضاح"

وعليه فإن التعبير بالصدر والموسيقى والبركة واللون إذا حقق هدف الأضاح على نقل المعنى المراد فهو لغوة.

1-1 اتصال اللفظي =

هو اتصال يستخدم فيه اللفظ كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المتلقي، وتكون هذا اللفظ منطوقاً في الحركة المستقلة بماسبة السمع.

← جمع اللفظ بين اللفظ المنطوق و الرموز البصرية



← كي لا ينجس على أمه؟ هذا النوع من الاتصال لا يكون في معرض عن طرق الأداء الأخرى غير اللفظية... مثل الحركة (صالح أبو أصعب) الاتصال بالاعلام في المجتمع المعاصر

1- (٤) الإِصْطِاقُ غَيْرُ اللَّغْظِيَّةِ

يدخل ضمن هذا الإِصْطِاقِ كل نوع يعتمد على اللغة غير اللغظية حيث يُقسَم بعض العلماء هذه اللغة إلى ثلاث لغات

١) لغة الإشارة = الإِسْأَرَاتُ المُرَبَّيَّة =

٢) لغة الحركة أو الأفعال: كالإيماءات ^{تعبيرات الوجه} والرفق ^{بسرور أو كره} ^{بالتسليم أو ماضية}

٣) لغة الأشياء: كالتعبير بالألوان ^{مثلًا} لكل لون معنا عند تشعب ما.

(في الدرس القادم عرض آخر لأنواع الإِصْطِاقِ التي لم نتفصيلها)

ملاحظة: أين يصنف الممارسات الإِصْطِاقِيَّة؟

سؤال: كيف يمكن اعتبار الممارسات الإِصْطِاقِيَّة

نوعًا من أنواع الإِصْطِاقِ؟

الجواب: باعتبارها رموز لأنواعها

تقسيم هاريسون "Rendell Harrison" لأنواع الاتصال غير اللفظي

وتشمل مراح الصوت،
مثل تعبيرات الوجه، مراح الصوت،
الإيماءات،
وتلك ما أطلق عليه "شبه اللغة"
مثل: نوعية الصوت، الضحك،
الكلمة.

1) رموز الأداء

2) رموز إصطناعية: مثل نوع الملابس،
أدوات التجميل،
الأثاث، المعام،
الرموز المعبرة عن مكانة
الإنسان.

3) رموز إعلامية

تسمية الإشارات،
التدريب والابتكارات،
من خلال استخدام وسائل
الاتصال الجماهيرية.

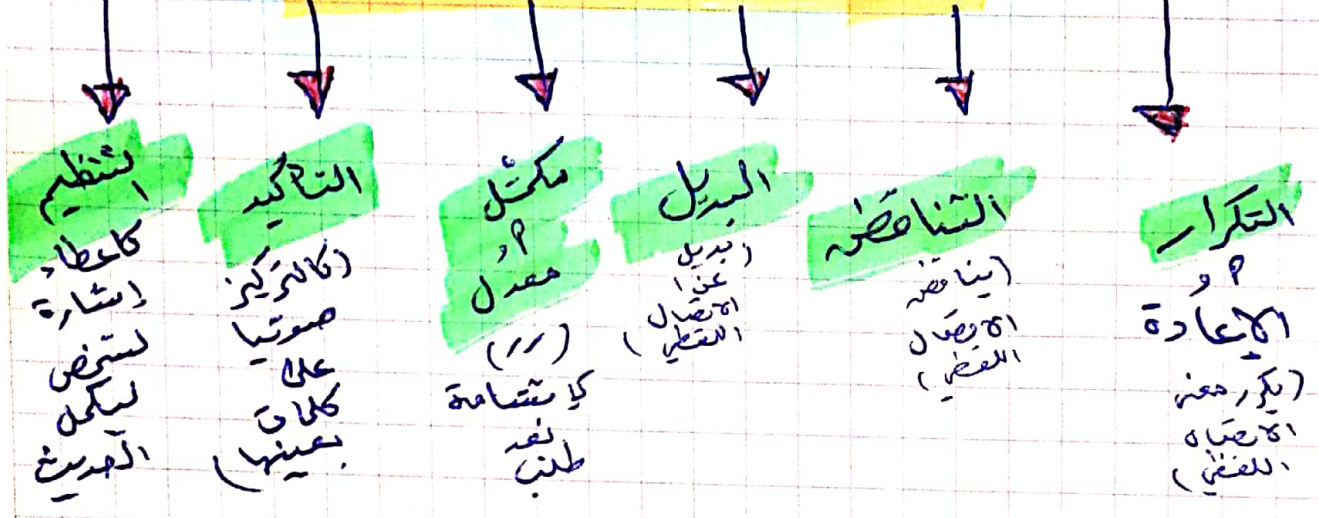
مثل حجم البنت

- نوع الصورة
- الألوان
- الظلال
- نوع اللقطة، التلفزيونية
- بعدة، متوسطة، مقربة
- أنستون استخدام
- الموسيقى والمؤثرات
- الصوتية.

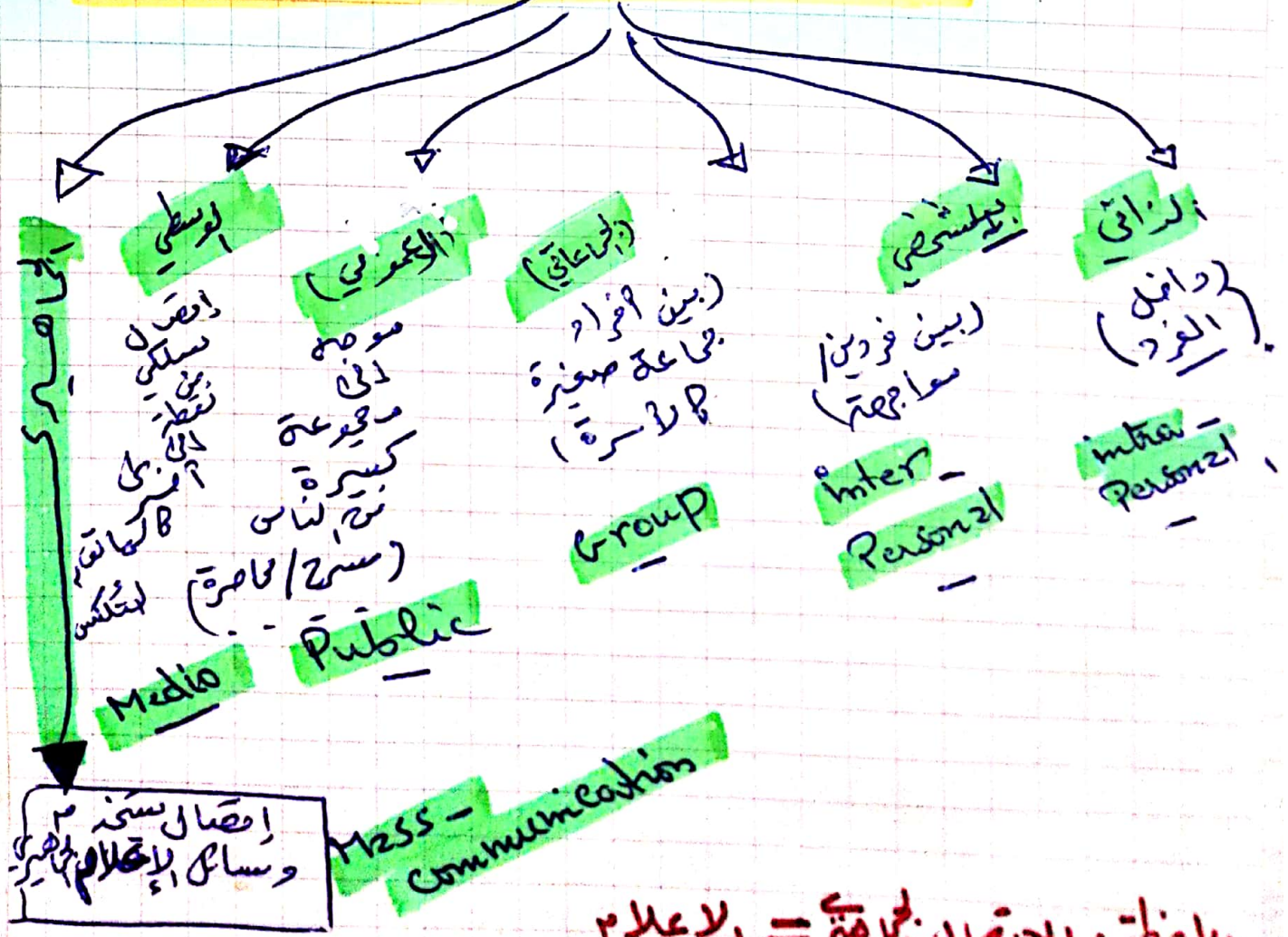
4) رموز ظرفية

وتنبع من استخدام الألوان والمكان،
ومن خلال ترتيب المتصلين والأشياء حولهم،
مثل ترتيب الزوار حسب أهميتهم الاجتماعية
تجاهل شخصي نغزده بطريقة
متعمدة.

وظائف الاتصال غير اللفظي



أنواع الاتصال مع حيث، حجم، استراتيجيات (المستويات)



ملاحظة: الاتصال الجماعي = الإعلام

ماهية الاتصال الجماهيري؟

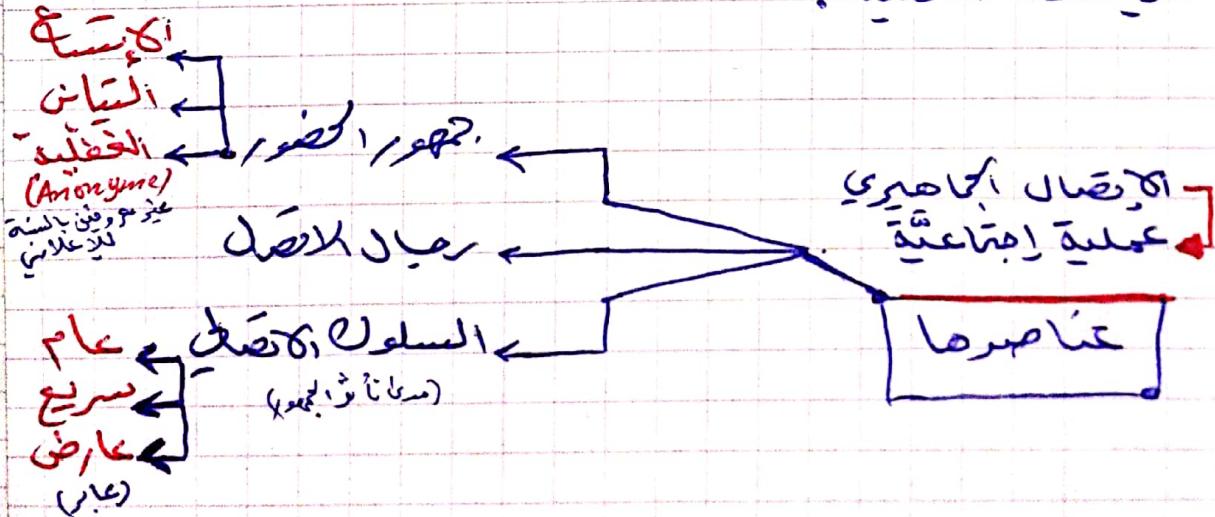
إن رسائل الاتصال الجماهيري: مجلات، صحف، راويو...
ليست إلا وسائل من الاتصال الجماهيري

إن الاتصال الجماهيري هو عملية إجتماعية
تستخدم تلك الأدوات

إذا نقل خبراً عبر قناة تلفزيونية وطنية هو عبارة
عن لحظة في الاتصال الجماهيري

بينا لا نعتبر مشاهدة فيلم على جهاز فيديو منزلي
أيضاً لا جماهيرياً

فالأمم اسم هنا ليس للجهاز التقني هو
الاتصال الجماهيري هو عملية إجتماعية فاصلة
تتخفف عن طريق استعراض جمهور الحضور
ورجال الاتصال السلوك الاتصالي للإستماع
في هذه العملية



الجمهور كلمة في مقابل كلمة Audience ، وفيه معنى الجمهور الذهني
الذي قد يعيب في كلمة متلقي (Recipients) المقصين للصورة ليلية (أي
دون استعمال بر دور نقل)

الاتصال الجماهيري بالانجليزية Mass Media

Media = وسيلة ، Mass = كمية كبيرة .

تصنف عادة في وسائل الاتصال الجماهيري .

← الصحف .

← الراديو .

← التلفزيون .

← السينما .

← الإعلان .

← النت .

أهمية وسائل الاتصال الجماهيري :

تتم تسريع لوجيتا الاتصال بوسائل الاتصال

الجماهيري (انترنت) أي نوع آخر من الاتصال .

لها دور مهم في المجتمع :

1] تنشأ وسائل الاتصال **صناعة كبيرة** ومتطورة باستمرار تهيئ فرص عمل للعديد من صناعات وخدمات مرتبطة بها . وتؤدي صناعات أخرى

2] كما تنشأ مؤسسات لها قوانينها الخاصة وقوانينها التي ترتبط بالمجتمع كله ، وبالمؤسسات الأخرى .

3] كما أن مؤسسات وسائل الاتصال منظمة بديورها من قبل المجتمع .

4. تجهيز وسائل الاتصال المسرح الملائم
حيث تدور عروضه ومشاهد الحياة العامة

5. على المستوى الوطني والدولي، وعلى المسرح
تنتشر الثقافة وتطرح القضايا والطرق
والأساليب الجديدة في الحياة.

6. إن وسائل الاتصال هي عبارة عن وسائل
مماثلة للرقابة والتوجيه والتجديد في المجتمع.

7. لقد أصبحت وسائل الاتصال جزءاً متكاملًا
مع الحياة اليومية، الخاصة والاجتماعية للأفراد.

8. وسائل الإعلام تعبر عن قيم وأحكام
مرتبطة بالمعلومات والتسليكات.

فإلهة الأهمية وسائل الاتصال: الأثر الهيري

تجيب القول؟ هنا كقولك اجتماعية
منظمة، تعكس طبيعة المجتمع الذي تنبع منه

ومن هنا تنبع أهمية الاتصال الجماهيري، ويمكن
سبب الإهتمام بسبب مسؤوليات الاتصال الهيري
أكثر من غيره من أنواع الاتصال.

الجمهير والعضو:

(La masse et l'audience)

في اللغة الموسيولوجية الفالده (تسعيناً لقرن الماضي) فإننا نتحدث عن مفهوم الخاصير عند ما تنهوا البنى الطاصه والمعدده الجموعه بحينه وثقت تأشير مجموعتي مع الظروف إلى الثلاثي

وعند ما يفقد الأفراد ملامحهم المميزه، لأن ما يميز الأفراد المجتمعين هنا أساساً ليس عددهم بل درجة تجانسهم في المقام الأول.

أي أنهم غير متجانسين

(يتركون نحو التباين)

هذا يعني أنه عند أكثر (سويدياً) عن الجماهير فإن أهمهم ليس الكمية وإنما بل التباين (اللاتجانس)

بينهم ضرب مثلاً عن العش بطلبة جامعة أبلقة إذا ما صبوا جميعاً إلى التمتع من أجل تحقيق مطلب ما لدى رئاسة الجامعة.

لكنهم إذا رجعوا إلى بيوتهم وجلسوا أمام التلفاز لتابعة مباراة في كرة القدم (فريق أبلقة) فإنهم مع ما صرنا متباينين (جمهور)

11

هناك أربعة خصائص أساسية تميز مفهوم الجماهير
كما يراها "هربرت بلومر" =

أولاً اللاتجانسي - حيث يفتقر الأفراد للجهد أو نيته
إلى أي شكل من أشكال إجماعي

أي يشكل مستقل عن وضعهم الاجتماعي
أو قدرتهم المستقبلية
وعلى مستواهم الثقافي
أو الإقتصادي .

ثانياً العقلية - أي مجموعة من الأفراد ، ليس لأي
منهم شخصية مستقلة تجاه الآخر
(أي لا يميز بعضهم بعضاً ، الكل سواء =
مجرد أفراد) .

ثالثاً لا علاقة بتبادلة - لا تقوم سوى علاقات
وقد كانت بسيطة فيما بينهم .
ولذلك لا يفتقر بعضهم منفصل عن
العضو الآخر بالمعنى الفيزيائي
لوجود عام وليس لهم ، باعتبارهم مغفلين
أية فورية للتصال معاً (فهم ليسوا
أعضاء مشد) .

رابعاً التنظيم (غير موجود أو قليل) -
الجهد جمعيته قليلة التنظيم ،
لذا فهي تبدو ظاهرة عن
القيام بفعل مؤثر بعضهم
كأفراد

* مظهر اعتبار التباعد الفيزيائي (المكان) أكثر (فضيحة) خامساً .

الحشد بالمقارنة مع الجماهير

الحشد	الجماهير	وجه لبقائه
متجمعون ^{تقريباً} (بشيء من التماسك والهدوء)	مشتتون (بعدم العادة لا اتصال بينهم ^{في الشكل})	وضعهم المكاني
هادئة	غير موجودة	العلاقة المتبادلة
قليل أو آني (من نظام التنظيم و وجود زعيم + اتصال)	لا يوجد أو ضعيف جداً (يبدون شيئاً ولا يتواحد أو يمشون معاً)	التنظيم
مرتبط بالهدوء	مركز على موضوع واحد	موضوع المصلحة
عالي ولكن عارض	منخفض	مستوى الوعي
(مقدمة) عن أي رابط اجتماعي: طبيعة هبة	(مقدمة) (هذا يجعل المصلحة بعيدة)	الروابط الاجتماعية
(ولرئيساً مثلاً)	(مقدمة)	روح الجماعة والشاعر المشتركة

مادة اعلم هذه السبل: بعد وشكل واضح ان الجماهير تفترق
 اتي صفة لجمع كما تفترق اتي لتنظيم الاح وليس لها اي ضوئ او تقاليد

ثمة التعليقات السوسولوجية ص ص 24-25 (مقدمة)
 من كتاب السوسولوجيا للاتصال الجماهيري و جهوديت لا يزال

← الجاهير: لا تمتلك قواعد محددة ولا مساء
انتقاء ولا بنا منظمة وليس لها
ترتيب

المتفلسين والمجهولين
من الأثر زاد
إن سلوك الجاهير لا يخضع لأي
قاعدة محددة مسبقًا.

← ظهرت الجاهير مع التصنيع ونسوء المدن
حيث أفقد الإنسان بشخصه ظهور ككل إنسانيته هدية
أرسلت مع الفئات الاجتماعية

تعال
رأسا لست
منقذ
جميلة
الجاهير = الرجس إنساني
المتجانس

ملاحظة • وإن كانت أسماواتهم مختلفة (طبيعيًا) فهذا
لا يهم ، والبعض السوسيلوجي في قضايا
الجاهير لا يكون في هذا الجانب ، ولكن
يتحرك في وسائل الاتصال الجاهير
لأنها

راء نسوة الظاهرة (كرشية) (جانب لا زارا)
• الجاهير مغلقة ، يعني أنهم معزولون بالسيخ
لرجل الاعلام *communication*
• مغلقين لا يعني معزولون بالضرورة ، بل على العكس
قد يشاهد الناس الأضمار مع لفائف آردم
وهي أراا شاهدوها أفرادا فانهم

← يشاهدونها بعصم ينتحون إلى جماعة
مدمجة

(١٤)

الإعلاميون وسائل التواصل الاجتماعي : Les Communiqués

- ← الاتصال الجماهيري عملية اجتماعية منظمة .
- ← العاملون في وسائل الاتصال الجماهيري (صحيفة أو قناة تلفزيونية) يعتبرون **جزءاً** من مشروع منظم ومصون .
- ← مثل أي مشروع آخر في المجتمع .
- ← ليس هناك صهي (إعلاني) مستقل
- ← يعني الكلمة تمام! فهو دائماً ينفذ
- ← عملاً محدداً بدقة داخل فريق عمل محدد .

- ← من مظاهر هذا التنظيم ، قضية التحويل
- ← إن ملاح التنظيم والتحويل هذه لها انعكاسات
- ← العامة ، على تحديد الاتصال الجماهيري بمجتمعه .

← توتر (توصي) الإعلامي .

← لإنتاج كبيرة على الجمهور .

← يقلص تعقيد الإنتاج وتوزيعه

مع الدور الخلاق للفنان ومجمله

إلى عمل جزئي في سلسلة لا متناهية (طول)

← وهذا يدخل مفهوم المسؤولية .

13

أجمال خصائص الاتصال الجماهيري

[الإعلام]

I خصائص مستقبلية ① يستقبل عبارة عن جمهور عريض، متباين الاتجاهات والمستويات.

② الأفراد مستقبلين غير معروفين للقاسم بالاتصال.

③ متباعدون مكانياً

II خصائص المرسل ④ قد يكون المرسل فرداً أو جهة وقد تكون مؤسسة.

⑤ يستخدم خبراء لصناعة الرسالة.

⑥ يستخدم رجال اتصال وهم "الإعلاميون" الذين يعتبرون مرسلين مباشرين.

III خصائص الوسيلة ⑦ هي وسائل ذات قدرة على نقل الرسائل في زمن قصير وفي نفس اللحظة (بالمسحة لبعضها) الصحف، المجلات، الكتب، السينما، الراديو، التلفزيون، النت...

Mass media

14

8) نِسْبَاتٌ وَسَائِلُ الْإِعْلَامِ فِي ظُرُوفِ
تَارِيخِيَّةٍ وَاجْتِمَاعِيَّةٍ وَدَوْلِيَّةٍ .

تابع نصيحتي
الوسيلة

9) تتقل الرسالة الى عدد كبير من الناس .

* ملاحظة هامة = تحتاج وسائل الإعلام للتمويل المالي الضخم !!

10) للرسالة الإعلامية القدرة
على صناعة الرأي العام

VI

عضو نصيحتي
الرسالة

11) وعلى تنمية اتجاهات وأمراض
سلوك غير موهودة أصلاً .

12) لها القدرة على نقل الأفكار
والمعارف وكذا لرفعه .

13) الرسالة الإعلامية يراد لها التعميم
حتى في ضحوتها .

14) بنائها محكم ومخطط له .

15) تصل بسرعة فائقة وفي نفس
اللحظة .

V

عضو نصيحتي
الرسالة

رجع الصدى يكون في العارة
مناظرًا وناقضًا وبطيئًا .