

المحاضرة التاسعة: الاتصال ونظريات الاتصال

أولاً: الاتصال

تعريف الاتصال: هو اساس الحياة الاجتماعية، هذا ما اكده هوغ فقد مر زمن كانت الاتصالات فيه مقتصرة على الایماءات والتعبير اللفظي، ومع تعاقب العصور تزود البشر بلغات وبوسائل اتصال تسمح لهم بتسريع انتقال المراسيل.

إن عصرنا هو عصر الاتصال سواء كان اتصالاً مباشراً كلامياً عبر اللغة أو اتصالاً عبر وسيط وهو وسيلة الاتصال الجماعية السمعية البصرية، خاصة وأن مجتمعاتنا تتنوع فيها الميزات والمعلومات التي تنتشر بسرعة وبواسطة أدوات دقيقة بدءاً من التلفاز وصولاً الى الاقمار الصناعية وشبكات الانترنت.

نموذج نظرية "شانون" الذي اقترحه ويحتوي على خمسة عناصر أو مكونات:

- مصدر الاعلام الذي ينتج الرسالة.
- المرسل الذي يحول هذه الرسالة إلى إشارات.
- القناة المستخدمة لنقل الإشارة أو مكان النقل.
- اللاقط الذي يعيد بناء الرسالة / المكان المقصود.
- المرسل إليه والغاية من الرسالة.

الاتصال في علم النفس: وهو يعني ظاهرة الاتصال بين الأشخاص، وهي في علم النفس وضعية تقابل عيادية للقاء بين الشخصين تقترب من الوضعية بين المعالج النفسي والمتعالج.

الاتصال في علم النفس الاجتماعي:

خلال عملية الاتصال والتواصل بين الافراد الذين يتعامل معهم خاصة في التواصل. يمكن الاعتماد تقنيتي المقابلة والملاحظة المعمول بهما في ميادين علم النفس الاجتماعي، خاصة وأن الأولى هي تقنية مشتركة تطبق في مهن. وتقوم على المقابلة تظهر خلالها التفاعلات الشفاهية بين شخصين في علاقة مباشرة مع هدف موضوع منذ البدء.

ان المقابلة هي اتصال مباشر نحتاج إليه للدخول في علاقة مع الآخر مركزين على أهمية اللقاء والمقابلة والملاحظة الجسدية وما تحمله نبرة الصوت من دلالات وأهمية هذه التقنية هي في فسخ المجال

أمام الآخر في التوسع والدخول في التفاصيل التي يريدها لتسهيل التعبير عنده وليس لإعاقته. (طبارة، 2000، ص ص 11-18)

وظائف الاتصال:

- الاشباع النفسي والاجتماعي.
- التعليم والتثقيف.
- التسلية والترفيه.
- اكتساب مهارات جديدة.
- الحصول على معلومات جديدة. (اسماعيل، 2003، ص ص 87-91)

معيقات الاتصال:

هناك عقبات كثيرة تعيق الاتصال من المستحسن وعيها لضبط التبادل والتواصل مع الآخرين وهي تنقسم الى ثلاثة اقسام:

- **معيقات دلالية:** تخص الالتباس في الكلام وتضارب معاني اللفظ وعدم الفهم أو عدم المعرفة والمغايرة الثقافية من العوامل التي يمكن أن تتشابك لتجعل التبادل بين شخصين أمراً صعباً.
- **معيقات فردية:** لها علاقة بمستوى الفرد وطبيعة الرؤية نفسها وفي قدرته الإدراكية، وربما كان هناك انتقائية ما، فنحن ندرك ما تحتاج إلى إدراكه أو ما تتوقع إدراكه حيث يتأثر بعوامل مثل العمر والتربية والثقافة والجماعة التي ينتمي إليها الفرد وسوء التأويل وحالة الحضور النفسي التي قد تؤثر في مجرى الاتصال مثلاً، إذا ما شعر شخص بانفعال عميق يصعب عليه الاستماع إلى الآخر بصفته محاوراً وقد يضيف إلى رسالته المزيد من الاعوجاج.
- **المعيقات المؤسسية.** (طبارة، 2000، ص ص 11-18)

ثانياً: نظريات الاتصال

نماذج لبعض نظريات تأثير وسائل الاتصال:

1. نظريات التأثير المباشر:

نظرية الحقنة تحت الجلد: نظرية الحقنة تحت الجلد أو القذيفة السحرية: ظهرت هذه النظرية خلال الحرب العالمية الأولى على يد هارولد لازويل، وتقترض النظرية أن لوسائل الإعلام تأثير مباشر وقوى مثل تأثير الحقنة التي تأخذ تحت الجلد، وأهم الافتراضات التي قامت عليها هذه النظرية.

- أن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الأعضاء في المجتمع الجماهيري الذين يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب.

- أن هذه الرسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الفرد.

2. نظريات التأثير الانتقائي:

نظرية الاختلافات الفردية: تعتمد هذه النظرية على ما توصل إليه علماء النفس من أن الأفراد يختلفون بشكل كبير في البناء النفسي، وعلى ذلك فالأفراد من المفترض أن يستجيبون بشكل مختلف للمثير المنبه.

نظرية الفئات الاجتماعية: تقوم نظرية الفروق الفردية على الاختلافات بين الأفراد، في حين تقوم نظرية الفئات الاجتماعية على الاختلافات بين الجماعات والتي ظهرت في علم الاجتماع وأفكار دوركايم الخاصة بتقسيم العمل. وتخلص هذه النظرية إلى أن أفراد الفئة الاجتماعية الواحدة من المتوقع أن يختاروا نفس المضمون الاتصالي تقريباً، وأنهم سوف يستجيبون بدرجة متشابهة إلى حد ما. وركزت هذه النظرية على تقسيمات الجمهور على أسس ديموغرافية، بالإضافة إلى الجوانب النفسية.

أدت البحوث التي أجريت في إطار هذه النظرية إلى ظهور نظرية أخرى مكملتها، وهي نظرية العلاقات الاجتماعية والتي تؤكد على تأثير الأفراد على بعضهم البعض داخل الفئة الاجتماعية الواحدة، فجمهور وسائل الإعلام رغم الفروق الفردية، والفروق الاجتماعية، ليس أفراد منعزلين.

3. نظريات التأثير غير المباشر:

تعتمد نظريات التأثير المباشر، والتأثير الانتقائي على خصائص الجمهور والفئات الاجتماعية والعلاقة بينها. في حين تركز نظريات التأثير غير المباشر على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام، ومدى اعتماد الفرد على وسائل الإعلام، وتركز كذلك على العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والمجتمع.

تميل النظريات التي تتساءل عن التأثيرات العامة والفورية لوسائل الاتصال الجماهيرية إلى أن تقوم على أساس ثلاث صور مثالية هي: البناء الوظيفي، والخلاف، والمنظورات التطورية أو الاجتماعية، وهذه الصيغ غير مقصورة على دراسة وسائل الاتصال الجماهيرية، فهي تستخدم على نطاق واسع.

1.3 نظرية الاستخدامات والإشباع: يطلق عليها البعض نموذج، والبعض الآخر مدخل، ويطلق عليها آخرون منظور. ويشعر بعض النقاد أن أسلوب المنافع والإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاته، وما هو إلا صياغة معادة محدودة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي ... كما يرون أن البحث

باستخدام منظور المنافع والإشباع لم يولد حتى الآن سوى القليل من القوائم عن الأسباب التي يبرر بها الناس انتقاءهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي، أو قوائم من الإشباعات يقول الناس أنهم يحصلون عليها من اهتمامهم بالإعلام.

2.3 نظرية النموذج: تدخل هذه النظرية في إطار نظريات التعلم الاجتماعي والتي تهتم بدراسة كيفية اكتساب الناس لأشكال السلوك المختلفة، والتي تتم نتيجة لعملية التعلم التي تحدث في إطار بيئة اجتماعية محددة. وتركز نظرية النموذج على تعرض الفرد وتأثره بنماذج السلوك التي تقدمها وسائل الإعلام، مما يدفعه لتبني بعض هذه النماذج. وتعرف هذه النظرية أيضاً باسم نظرية باندورا وتعالج نظرية باندورا عدداً من القضايا الرئيسية:

- تفسير اكتساب الاستجابات الجديدة كنتيجة لملاحظة شخص آخر.
- توضيح قدرة الإنسان التي تتوسط بين ملاحظة نموذج الاستجابات وما يعقب ذلك من قبل الملاحظ.

3.3 نظرية الغرس الثقافي: تعود هذه النظرية إلى أفكار أ. مولس وتعد طرحاً متميزاً حول العلاقة بين وسائل الاتصال والمجتمع، يقصد بها النظرية التي تركز على العلاقة ما بين وسائل الاتصال والمجتمع، حيث يتم استخدام وسائل الاتصال بهدف تحويل الثقافات، وهو ما يطلق عليه بالفسيفساء الثقافية والتي تركز على نقل الثقافة من العلماء، الأدباء والمبدعون الذين يمتلكون الأفكار الابداعية والتي تنتقل مباشرة إلى جماعات لا متناهية، وبالتالي لا بُدّ من التركيز على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الثقافة الحديثة.

4.3 نظرية تحديد الأولويات: الفكرة الأساسية في هذه النظرية، أن هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية أو الصحافة بشكل عام، أي التي تتضمن الصحف والإذاعة والتلفزيون الموضوعات أثناء حملة انتخابية، وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها هؤلاء الذين يتابعون الأخبار. والمفترض أن هناك علاقة إيجابية بين ترتيب أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات اهتمامات الجمهور. فمدى اهتمام الصحيفة بقضايا معينة وإبرازها والتركيز عليها شكلاً ومضموناً تتوقع الصحيفة أن تكون تلك القضايا في مقدمة اهتمامات الجمهور نتيجة لقراءته، وهكذا بالنسبة لباقي وسائل الإعلام.

5.3 نظرية الاعتماد المتبادل: من الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الاتصال، تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحياناً تأثيرات قوية مباشرة وأحياناً أخرى لها تأثيرات غير مباشرة

وضعيفة نوعاً ما وتعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي تستخدم بها وسائل الاتصال ونتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع، ويشمل هذا أيضاً ما تعلمناه من وسائل الاتصال، كما أننا نتأثر كذلك بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الاتصال.

6.3 نظرية الفجوة المعرفية: تقوم هذه النظرية على فكرة التباين الموجود بين الأفراد والجماعات في المعرفة وأثر التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية في زيادة أو خلق هذا التباين. وقد بدأ تعريف الفجوة المعرفية من خلال الفرض الذي وضعه تيتسنيور وزملاؤه ويرون فيه أنه مع تزايد انسياب المعلومات في النظام الاجتماعي من خلال وسائل الاتصال، تحدث الفجوة في المعلومات بين الفئات ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي الأعلى، والتي تميل إلى اكتساب المعلومات أكثر، وبين الفئات ذات المستوى الأقل. وهكذا تصنف النظرية أفراد المجتمع إلى مستويات اجتماعية اقتصادية بناء على مستوى تعليم الفرد. (اسماعيل، 2003، ص ص 246-284)