

## المحاضرة الأولى

### ما خصائص الاتصال الجماهيري؟

- هذه الوسائل معقدة ومترابطة مع بعضها البعض، هي مجموعة من الحلقات أو الخطوات أو المراحل المعتمدة كل منها على الآخر.
- يتصف الاتصال الجماهيري بالحرية التي يمكن أن تترك لكل من الجمهور أو المستقبل أو القائمين على الاتصال المرسل في اختيار المادة الاتصالية ذاتها.
- عملية أساسية وجوهرية في الحياة الاجتماعية، فهي تمثل نسق اجتماعي.
- تعمل هذه الوسائل داخل المجتمع الذي أنشأت وتمارس فيه كما تتأثر بمجموعة من العوامل الداخلية والخارجية التي توجد في البيئة الاجتماعية أو في النسق الأكبر « المجتمع »
- هذه الوسائل معقدة ومترابطة مع بعضها البعض، هي مجموعة من الحلقات أو الخطوات أو المراحل المعتمدة كل منها على الآخر.
- يتصف الاتصال الجماهيري بالحرية التي يمكن أن تترك لكل من الجمهور أو المستقبل أو القائمين على الاتصال المرسل في اختيار المادة الاتصالية ذاتها.
- عملية أساسية وجوهرية في الحياة الاجتماعية، فهي تمثل نسق اجتماعي.
- عمل هذه الوسائل داخل المجتمع الذي أنشأت وتمارس فيه كما تتأثر بمجموعة من العوامل الداخلية والخارجية التي توجد في البيئة الاجتماعية أو في النسق الأكبر « المجتمع ».
- هذه الوسائل معقدة ومترابطة مع بعضها البعض، هي مجموعة من الحلقات أو الخطوات أو المراحل المعتمدة كل منها على الآخر.
- يتصف الاتصال الجماهيري بالحرية التي يمكن أن تترك لكل من الجمهور أو المستقبل أو القائمين على الاتصال المرسل في اختيار المادة الاتصالية ذاتها.
- عملية أساسية وجوهرية في الحياة الاجتماعية، فهي تمثل نسق اجتماعي.
- تعمل هذه الوسائل داخل المجتمع الذي أنشأت وتمارس فيه كما تتأثر بمجموعة من العوامل الداخلية والخارجية التي توجد في البيئة الاجتماعية أو في النسق الأكبر « المجتمع ».

ما وظائف الاتصال الجماهيري ؟

عرفت المجتمعات البشرية حياة الاستقرار خلال المراحل الأولية لحياة الانسان البدائي، ظهرت وسائل الاتصال بصور متعددة وارتبطت بحياة الانسان وبقاءه على الأرض.

يعد دراسة البناء والوظيفة جزء أساسي عند تحليل عملية تقييم وسائل الاتصال.

من خلال مكونات وعناصر التي حددها لاسويل، في إطاره تساؤلات:

من المرسل who

ماذا يقول says what

ما الوسيلة which channel

من المستقبل to whom

بأي تأثير with what

ان دراسة هذه التساؤلات والاجابة عليها من أجل معرفة كل من بناء ووظيفة هذه الوسائل بصورة عملية محددة ومنظمة.

من المرسل who : يقصد بها الراسل لتحديد فعل وهدف ووظيفة الاتصال ذاتها ، ويطلق عليه دراسة وتحليل عملية الضبط.

ماذا يقول says what : يقصد بها مضمون الرسالة أو الوسيلة وينطبق عليها دراسة وتحليل المحتوى أو المضمون.

ما الوسيلة which channel ، كجهاز وليس أو قناة وليس مضمون.

لمن to whom المستقبل الذي تصل الرسالة الاعلامية أو تحليل الجمهور.

بأي تأثير with what دراسة طبيعة التأثير تركز على مواقف الوظيفة الأساسية من العمليات السابقة.

المرسل who : يقصد بها الراسل لتحديد فعل وهدف ووظيفة الاتصال ذاتها ، ويطلق عليه دراسة وتحليل عملية الضبط.  
ما الوسيلة which channel ، كجهاز وليس أو قناة وليس مضمون.

ماذا يقول says what : يقصد بها مضمون الرسالة أو الوسيلة وينطبق عليها دراسة وتحليل المحتوى أو المضمون.

لمن to whom المستقبل الذي تصل الرسالة الاعلامية أو تحليل الجمهور.

بأي تأثير with what دراسة طبيعة التأثير تركز على مواقف الوظيفة الأساسية من العمليات السابقة.

وركز لاسويل على ثلاث وظائف أساسية:

السيطرة على البيئة.

وحدة المجتمع.

نقل التراث الاجتماعي.

حدد رايت ٣ وظائف أساسية:

يقوم بمهمة توجيهية، : جمهور كبير ومتنوع من حيث الأفكار والاتجاهات والميول والانتماءات

هو عام وعاجل وعابر، من أجل زيادة حجم جمهوره وسرعة توصيل المعلومات أو الرسائل الاعلامية، كما يتميز بالتغير السريع، لان المعلومات ترتبط بالأحداث اليومية والحياتية.

الاتصال الجماهيري منظم ، أي أصبحت لها مؤسسات إدارية وتنظيمية ومهنية معقدة وتقوم على مبدأ تقسيم العمل

يخلص ليفين إلى وجود ٣ وظائف أساسية ، يمكن تلخيصها بصورة موجزة كما يلي،

تحديد المعلومات التي يتلقاها عن طريق تحرير المعلومات وارسالها للجمهور.

زيادة كمية المعلومات حتى يتم زيادة حجم الحصيلة الاعلامية.

إعادة ترتيب أو إعادة تفسير المعلومات.

هناك عدد من المظاهر السلبية لوسائل الاتصال والاعلام يطلق عليها مصطلح الخلل الوظيفي التي تقوم بها هذه الوسائل ومؤسساتها ولها انعكاساتها السلبية على الفرد والأسرة والمجتمعات المحلية والقومية .

#### ما تعريفات وسائل الاتصال الخاصة بالجوانب الاجتماعية؟

العملية التي يتم بها نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من شخص لآخر ، التعريفات نكتفي بواحد للحفظ

## المحاضرة الثانية:

### عدد ثم اشرح تصنيفات نماذج لاتصال الجماهيري.

#### ١/ التصنيف على أساس مستويات الاتصال :-

لاتصال الذاتي.

الاتصال بين فردين .

الاتصال الجمعي.

الاتصال عبر الثقافات.

الاتصال بوسائل الإعلام الجماهيري

#### ٢/التصنيف على أساس الهدف والمادة الاعلامية:-

النماذج البنائية : تركز على إبراز الخصائص العامة والأساسية للمادة الاتصالية والاعلامية.

النماذج الوظيفية: تحديد الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال ومعرفة العلاقات المتداخلة والعوامل المتداخلة.

#### ٣/التصنيف على أساس العلاقات الاجتماعية المتعددة:

ركز على تصورات علماء سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، الذين اهتموا بطرح الكثير من الأفكار والتصورات النظرية المهمة بدراسة الأحداث والمعلومات والمشكلات المرتبطة بوسائل الاتصال وعلاقاتها الاجتماعية واعتبارها كنسق اجتماعي.

### عدد ثم اشرح نماذج لاتصال الجماهيري.

أهم النماذج:

- نموذج النظرية الرياضية.
- نموذج النسق الاجتماعي
- نموذج التنظيمات الكبرى.
- نموذج النسق المفتوح.
- نموذج الاتصال العام.
- التحول الاتصالي.
- نموذج التفسير السوسيولوجي

#### نموذج النظرية الرياضية:

يرتبط هذا النموذج بتحليلات «شانون» و «ويفر» لتقديمة نظرية رياضية عن وسائل الاتصال.يمكن تطبيقها لدراسة أي موقف أو حالة يتم فيها نقل المعلومات سواء عن طريق الانسان أو الالات أو الوسائل والنظم الأخرى

لذان نشرا سنة ١٩٤٩ كتابا يحمل عنوان النظرية الرياضية للمعلومات وتعرّف هذه النظرية التي تهتم بتحديد شروط تدفق رسالة ما بين مصدر وهدف وبتشخيص كل مصدر تشويش يؤدي الى تدهور الرسالة.

تكوّن النموذج الرياضي للمعلومات من خمسة عناصر وهي :

- ١) مصدر المعلومات الذي يشتمل على كمّية من المعلومات يزود بها النظام
- ٢) جهاز إرسال قادر على تحويل المعلومات إلى إشارات كهربائية ستحمل المعلومات عبر النظام ووضع الكود
- ٣) قناة تؤمن تدفق المعلومات في شكل إشارات كهربائية
- ٤) جهاز استقبال يقوم بعكس عملية جهاز الإرسال ويعيد الإشارات الكهربائية إلى شكل الرسالة الأصلية (فك الكود)
- ٥) الهدف وهو الطرف الذي توجه له المعلومات، ويمكن أن يكون إنسانا أو جهازا.

### نموذج النسق الاجتماعي:-

يمكن تطبيقه في أي موقف اجتماعي حيث يوجد نوع من العلاقة المستمرة بين عناصره الأساسية مثل : الراسلين والمستقبلين والبيئة التي يوجدون فيها، وتطور هذا النموذج بفضل جهود نيو كومب حول المدخل الاجتماعي، أن الاتصال بين الكائنات البشرية يحقق الوظيفة أساسية لاثنتين أو أكثر من الأفراد ، وذلك بهدف الحفاظ على التوجهات المتبادلة لكل منهما والآخر ونحو تحقيق أهداف أو أشياء أو حقائق أو معلومات معينة توجد بالفعل في البيئة الخارجية.

### نموذج التنظيمات الكبرى:

لا تنتشر وسائل الاتصال الجماهيري كل ما تجمع من معلومات. والفارق الكمي والنوعي بين ما يصل فعلا الى وسائل الاتصال وإلى ما تقرّر هذه الأخيرة نشره، كبير يصل الى عشرات الآلاف من الكلمات بالنسبة الى المكتوب وبما يماثلها بالنسبة الى السمعي البصري. ويؤدي هذا الوضع بالضرورة الى الانتقاء الذي لا يتم بصفة عفوية ولكن حسب مقاييس قد تكون جلية أو ضمنية. ويعتبر أهل الاختصاص عن الانتقاء في مختلف أوجهه بمصطلح حارس البوابة.

### نموذج النسق المفتوح:

يرتبط بتحليلات ويستلي وماكلين الذين ركزا على أن دراسة عملية الاتصال يجب أن تركز على دراستها كوحدة واحدة وشاملة وليس مجرد دراسة العلاقات الاتصالية .

يوضح الملامح الأساسية التي ترتبط بها الأحداث والآثار الناجمة عن عملية نقل المادة الإعلامية، والعلاقة الموجودة بين المكونات التي تشملها عملية الاتصال ، وخاصة أن هناك ثلاث عناصر أساسية: المرسل الوسيلة والجمهور.

ويركز على دراسة الدور الوظيفي لوسيلة الاتصال والإعلام سواء كانت صحيفة أو شبكة معلومات، ودراسة البناءات والوظائف داخل هذه التنظيمات واعتبارها أنساق مفتوحة

### نموذج الاتصال العام:

يحاول التركيز على جميع مراحل وعناصر وأنشطة الاتصال المختلفة، اهتم بها جربنر ، حيث حاول تحليل جميع مكونات وأنشطة ومراحل وعناصر العملية الاتصالية

### نموذج التحول الاتصالي:

لا يمكن النظر لعملية الاتصال على أنها مجرد رد فعل لشيء ما ، ولا تفسير محدد لنفس الشيء ، ولكنها تعتبر عملية تحول ، عن طريقها يقوم الانسان بعملية تحليل ومعرفة المعاني المرتبطة بها ، وعن طريقها يمكن تحقيق الهدف المنشود لها.

### نموذج التفسير السوسولوجي:

ويمثل تحليلات ريلي وريلي هذا النموذج، حيث ركزا على دراسة الفئة المهنية العاملة داخل وسائل الاتصال الاعلامي، وتفسير علاقتهم بالبناء الاجتماعي.

لمعرفة تأثير هذه العلاقة على العاملين ، ومعرفة العلاقة المتبادلة بين هذه المؤسسات .

ودراسة القائمين على الاتصال والعلاقة المتبادلة بينهم وبين الجمهور ، لتفسير حقيقة واقع هذه العلاقة.

## المحاضرة الثالثة

### ما أهمية دراسة التطور التاريخي لوسائل الاتصال؟

يكشف لنا بوضوح عن العلاقة المتبادلة بين حاجات الإنسان الأساسية في الحياة، ونوعية المجتمعات والعصور التي عاشها بالفعل. كما يعكس لنا هذا الاهتمام دراسة أهم عناصر الاتصال الثقافي والحضاري، وكيفية تطويرها وتحديثها بصورة مستمرة بواسطة الإنسان، وذلك من أجل السيطرة والتحكم في الطبيعة أو البيئة الاجتماعية والثقافية والأيكولوجية التي يعيش فيها.

### س ٢ اذكر أهم الوسائل و المواد التي استخدمها القدماء في الكتابة.

لكتابة المصورة سواء عن طريق الرسم على جدران المعابد والكهوف من الداخل

، أو النقش على الحجر من الخارج كما هو ظاهر بوضوح على الحفائر التي توجد على جدران المعابد والمقابر

ولكن ما لبث أن تطورت الوسائل والمواد التي استخدمها الإنسان في عملية الكتابة والتدوين ، وهذا ما ظهر لدى قدماء المصريين عندما استخدموا نبات البردي في الكتابة

كما كانت الكتابة على الجلود بأنواعها المختلفة إحدى الوسائل التي شاع استخدامها لفترات طويلة ، وإن كانت هذه الوسيلة مكلفة بالمقارنة بأوراق البردي كما تم استخدام قوالب الشمع والطين والفخار والأخشاب للكتابة عليها، كما فعل ذلك كل من البابليين والإغريقين والرومان

### س ٣ عدد أهم وسائل الاتصال الحديثة

التيلفون ، التيلغراف ، التلفزيون ، الانترنت والحاسوب ، الراديو ، الأقمار الصناعية

### المحاضرة الرابعة

#### عرف الاعلام

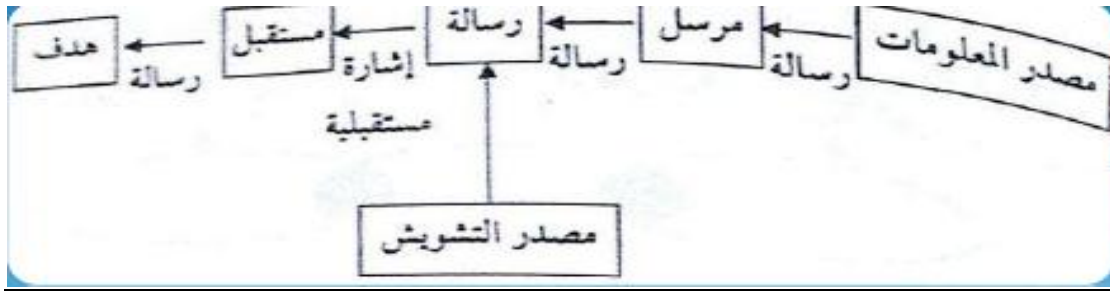
يعني الاعلام الحصول على معلومات حول قضية معينة ونشرها بهدف تشكيل درجة من الوعي بالتطورات المهمة لدى صانعي القرارات والاداريين وقطاعات الجمهور كافة ، وكلمة إعلام منبثقة من " اعلمه بالشيء " وتعني تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة الواضحة ، وبقدر ماتكون هاتان الصفتان متوفرتين بقدر ما يكون الإعلام سليماً وقويًا ، والاعلام هو نشر الحقائق الثابتة الصحيحة والأخبار والمعلومات السليمة الصادقة والافكار والآراء والاسهام في تنوير الرأي العام ، وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور .

#### عرف علم الاجتماع الاعلامي

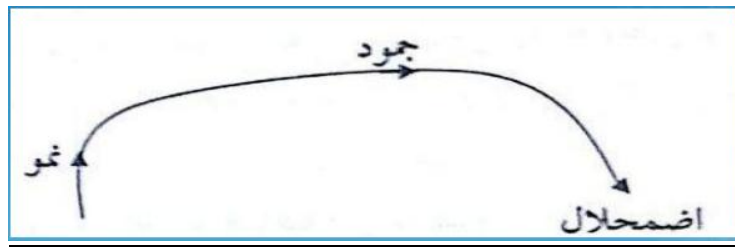
هو فرع من فروع علم الاجتماع وهو يركز في اهتماماته على العملية الاعلامية كعملية اجتماعية دينامية بما تشمله من عناصر كالمرسل والرسالة والوسيلة والاداة والمستقبل والتأثير وماتؤديه من وظائف تربوية وتوجيهية تندرج بدورها على المجتمع ككل

#### ارسم : النموذج الخطي ،

##### نموذج شانون وويفر :



#### التغيير الدائري



### المحاضرة الخامسة

#### قارن بين تقسيم جمهور وسائل الاعلام حسب الثقافة السائدة ورأي ميلر.

١. **اصحاب الاتجاه العلمي** وهم الذين يميلون الى الحكم على الاشخاص والاشياء والمعاني ووجه النشاط الانساني في الاطار القانونين والنظريات والعلاقات العلمية، ويتأثر سلوك الفرد الاتصالي تجاه وسائل الاعلام بهذا المفهوم. فالفرد من اصحاب هذا الاتجاه يقبل او يرفض بمعيار الموافقة او القبول مع المعايير العلمية وكذلك بقيمة ما يضيفه العمل الى المعرفة الانسانية ويتأثر هذا الاتجاه بمستوى التحصيل العلمي المنظم وسعة الاطلاع على العلوم والثقافات المختلفة .
  ٢. **اصحاب الاتجاه المادي او العلمي:** والفرد في هذه الفئة يصدر احكامه في اطار المنفعة المباشرة والعائد المادي. وكذلك بمفهوم الجراء المباشر للسلوك الاتصالي مع وسائل الاعلام . مثل : الحصول على المعرفة
  ٣. **اصحاب الاتجاه المعنوي :** وهذا الاتجاه عكس الاتجاه السابق تماما . حيث تتأثر احام الفرد بالمنفعة او العائد المعنوي الذي يتمثل في التوافق والانسجام والاشباع الوجداني والعاطفي مثل الجمال ،والابداع الانساني الذي يكون مصدره الفن والادب بفروعه المختلفة. والمعايير السائدة في هذا الاتجاه هي المعاني والرموز التي تدعم الحب والخير والسلام والاخوة والتعاطف والمودة والالفة .. وغيرها من المعاني والرموز الايجابية للعلاقات الانسانية في اطارها المعنوي.
  ٤. **اصحاب الاتجاه الاجتماعي :** ويرتبط هذا الاتجاه باطار الاحكام التي تتوارثها الجماعات والمجتمعات لنمط سائد من التقاليد والاعراف والعادات التي تحكم علاقات الفرد بالغير داخل الجماعات بأنواعها المختلفة مثل : العلاقات داخل الاسرة او الجيرة او الاصدقاء.
- وبالإضافة الى ذلك هناك التقسيم الذي قدمه ميلر و لونسطين لجمهور وسائل الاعلام. حيث وجدا ان ابسط التقسيمات هو التقسيم الثلاثي التالي :

١. **الجمهور الامي ill irate** وهو الجزء من الجمهور ممن يقرأون ويكتبون ولكنهم لا يميلون الى ذلك . هذا الجمهور يكون ولاؤه لوسائل الاعلام ذاتيا. فهو يبحث عن الترفيه كذلك عن الاثارة في تعرضه لوسائل الاعلام فهو ليس صاحب اتجاهات فكرية. هذا النمط من الجمهور كسول يميل الى المشاهدة وليس القراءة. متفرج ولكن لايميل الى التفكير . لا يميل الى ان نوع من وسائل اعلام او مفرداتها التي تحاول ان تدفعه الى المشاركة او التفكير او ابداء الآراء. غالبا ما تكون الحالة الاجتماعية والاقتصادية لهذا الجزء من الجمهور متدنية، او في اسفل الطبقة الوسطى. وكذلك قد يمتلكون القراران ولكن لا يتوفر لديهم الدافع او الاهتمام والنشاط لبذل أي مجهود في العملية الاعلامية.
٢. **الجمهور النفعي ، المادي، العملي Paragmatistic Practical** وهم ممن يميلون الى الاندماج من البية المجتمع، مشاركون، يميلون الى التنظيمات ، يتعرضون لوسائل الاعلام، يرغبون في الارتفاع بمستواهم ، يهتمون بالمركز او المنزلة التي تمثلها الملكية المادية. وهذا يدفعهم ان يكونوا عملاء للرسالة الاعلامية . ونظرا لانهم يريدون التقدم بصفة مستمرة فهم يتعرضون الى وسائل الاعلام بانتظام.
٣. **المفكرون Intellectuale** ويكونون اقل فئة بين جمهور وسائل الاعلام، يهتمون بالآراء ووجهات النظر ولا يهتمون بالماديات. منكرون ومبدعون. وهذا الجزء من الجمهور ليس معارضا للحياة الاجتماعية، كما انه ليس اجتماعيا ، يتركز حول ذاته، يبحث عن الصحة ، يعتبر نفسه من الصفة.



## اشرح تأثير الاعلام على التغيير الاجتماعي

**التغيير الاجتماعي:** هو عملية منظمة يتم بواسطتها تغيير بيئة ووظائف النظام الاجتماعي وقد تظهر هذه العملية في اشكال مختلفة ، لكنها تمر عبر ثلاث مراحل، تميز اية عملية تغيير ، وهذه المراحل هي:

١. مرحلة إنتاج شيء ما.
٢. مرحلة نشر هذا الشيء لأفراد النظام الاجتماعي.
٣. مرحلة النتائج الفردية أو الجامعية التي تظهر إما بالقبول أو الرفض .

## **المحاضرة السادسة**

### ■ عدد أهم النظريات السوسولوجية الحديثة ، ورائد لكل نظرية منها.

١. نظرية المسؤولية الاجتماعية: ماعرف منو رائدها بس يمكن "توماس جيفرسون"
  ٢. نظرية التحليل الثقافي: العالم الفرنسي لويس التوسير
- اشرح أهم أفكار كل من :

### النظرية الاثنوميثودولوجية

أول من استخدمها هارولد جارفينكل

- سعى إلى تطوير الأفكار التصورية النظرية الأولى في علم الاجتماع بحيث تتلاءم مع التطورات الفكرية الثقافية والفكرية والمشكلات اليومية التي طرأت على العالم الاجتماعي الطبيعي الخارجية والتي اتسمت بالتعقيد والاستمرارية.
- أن الاثنوميثودولوجي دراسة طرق وأساليب الأفراد الذين يقومون بتنفيذ أفعال وسلوكيات معينة ، وجعل هذه الأفعال والسلوكيات في مواقف معينة ، يمكن إعادة انتاجها ودراستها وتحليلها سواء عن طريق الفرد ذاته أو الأفراد الآخرين.
- يمكن ملاحظتها في مجال سوسولوجيا الاتصال والاعلام في :
- إعادة انتاج الأفعال والتشريعات والمواقف الاجتماعية والبشرية من خلال صناعة الأفلام التليفزيونية والسينمائية، وطرح القضايا والمشكلات في الصحف والروايات والمسلسلات والبرامج الاذاعية.
- جعلها نوع من التراث البشري والمعرفي المتوارث ونقلها عبر الأجيال ، وهي وظيفتها : نقل الأفكار والمعلومات والآراء والأفعال والسلوكيات والأخبار والأحداث

## نظرية المسئولية الاجتماعية

- ترتبط النظرية بما يعرف ب «الصورة الذهنية» التي يكونها كل فرد تجاه وظيفة هذه الوسائل وعلاقتها المتبادلة بال جماهير والمجتمع الذين يتعاملون معها.
- تحليلات تفسر الاتصالات بأنها أفعال تعبيرية بمعنى أنها تحمل دوافع من قبل القائمين على صناعاتها وتوجيهها إلى الجمهور المستفيد منها، وهذا يتحقق على جميع أنواع الاتصالات المكتوبة والمطبوعة ، والاتصالات المرئية والمسموعة وأكثر الاتصالات حداثة مثل شبكات المعلومات والانترنت.
- دراسة التأكيد والتأثير المباشر وغير المباشر لوسائل الاتصال والإعلام وكيفية تقييم هذه النتائج للجمهور والقائمين على صنعها وتوجيهها لتحقيق أهداف معينة.
- الاعتماد على التقييم النظري والميداني والواقعي الذي يستند إلى العديد من نتائج الدراسات الواقعية.
- دور وسائل الإعلام في التوزيع الاجتماعي للمعرفة ومشاركتها الكبرى في العالم الاجتماعي والفهم المتبادل، واعتبارها من أهم مصادر المعرفة الحديثة الفردية والاجتماعية.

### المحاضرة الثامنة

#### قارن بين المناهج الكمية، والمناهج الكيفية في بحوث الاتصال والإعلام

- المناهج الكمية:
- المناهج التي تعتمد على استخدام المؤشرات العددية والاحصائية لدراسة الظواهر الاجتماعية وتحليلها بصورة يسهل فهمها والتعرف على مشاكلها والعوامل المتداخلة بها.
- تطور هذا النوع بعد استخدام الحاسب الآلي وتحليل البيانات والاحصاءات .
- المناهج الكمية: أسباب استخدامها :
- تزايد عدد وسائل الاتصال الجماهيري منتشرة في جميع أنحاء العالم.
- إقبال الجماهير الذين يستخدمون هذه الوسائل في حياتهم العملية والثقافية.
- انتشار وتوزيع وإنتاج صناعة الإعلام والاتصال.

#### عرف تحليل المضمون في بحوث الاتصال والإعلام، وضح مكوناته ومجالاته.

هو أسلوب بحث يتضمن الوصف الموضوعي المنسق والكمي للمحتوى الظاهر للرسالة الاتصالية.

#### مكوناته:-

١. فئات ماذا قيل: دراسة محتوى الرسالة الاعلامية ، وما يهدف إليه .
- a. فئات كيف قيل : يقصد بها الوسيلة ذاتها

#### مجالاته:-

٢. دراسة الأدب ويشمل الكتب والدوريات والقصص والفلكلور .
٣. دراسة الصحف والمجلات وتحليل المقالات الافتتاحية.
٤. دراسة التلفزيون والسينما ويشمل تحليل الأفلام والبرامج التلفزيونية
٥. دراسة الاذاعة ويشمل نوعية الأفكار والآراء وطبيعة البرامج.
٦. دراسة محطات الأقمار الصناعية ، ونوعية البث الاعلامي والاتصال.
٧. دراسة الحاسبات الالية وشبكات المعلومات ( الانترنت) ومحاولة التعرف على نوعية المعلومات التي تقدم للأفراد والجماعات

## المحاضرة التاسعة

### - اشرح مراحل تكوين الرأي العام

- ١- محاولة " جيمس بريس " يرى بريس ان الرأي العام يتكون منذ المرحلة الاولى التي تعرف بالمرحلة السلبية الى مرحلة الرأي العام الواعي او النشط ويحد الرأي العام خلال هذه العملية بأربع مراحل داخلية وهي :
  - المرحلة الاولى / رضا الرأي العام بالسلطة في هذه المرحلة يتعرف الراي العام على نسق السلطة القائم وسلبياتها ولكن لا يحدد سبل الاصلاح السياسي
  - المرحلة الثانية / مرحلة التصادم والصراع حيث يحدث نوع من الصراع المستمر بين قوى الرأي العام والقوى السياسية ذات الطابع الاستبدادي والمطلق وبين القوى التقدمية والمستقلة .
  - المرحلة الثالثة / مرحلة سيطرة الرأي العام وفي هذه المرحلة يكون الرأي العام قد وصل الى مرحلة لايسود فيها ولكن يصل الى مرحلة الحكم والسيطرة .
- ٢- محاولة " فاروق احمد " حيث يتصور وجود خمس مراحل يتم فيها تشكيل عمليه تكوين الرأي العام وهي بإيجاز :
  - مرحلة ادراك المشكلة / وخلال هذه المرحلة تقوم وسائل الاتصال الجماهيري بدور هام في اثاره اهتمام الجماهير خلال وجود المشكله .
  - مرحلة المناقشه والاستطلاع وتكوين الاراء / حيث تقوم الجماهير بدراسة ومناقشه المشكله او القضييه وتفسير اسبابها وكيفية حدوثها وتقويم حول مناسبة لها .
  - مرحلة الصراع / بعد انتهاء مرحلة النقاش يبدأ ظهور بين الافراد نوع من الصراع بين القوى الاجتماعيه والطبقات الاجتماعيه ثم يصبح بعد ذلك صراعا يمثل وجهات نظر الفئات او الطبقات الاجتماعيه الكبرى
  - مرحلة البلورة والتركيز / تؤدي عملية الصراع الى تباين الاراء حول ابعاد المشكله وخطورتها واهميتها واولوياتها للفئات والطبقات الاجتماعيه وتظهر وجهات النظر متبانية ولكن يحدث فيها نوع من التقارب او الاتفاق على نقاط او قضايا فرعيه محدد .
  - مرحلة الرضا والاتفاق / ويتم خلال هذه المرحلة استبعاد وجهات النظر المتبانية والتركيز على الحلول الوسط حيث يتكون رأي عام حولها ويصبح هذا الرأي مكونا لرأي الاغلبيه ، والتي يتم قبوله شكلاً ومضموناً

### - قارن بين انواع الرأي العام

#### اولاً : تصنيف الرأي العام حسب الظهور :

ويندرج تحت هذا التصنيف نوعان اساسيان للرأي العام وهم :

#### ١- رأي عام ظاهر :

ويظهر هذا النوع من الرأي العام في المجتمعات التي تتمتع بنوع من الحرية والتعبير في الرأي وهي المجتمعات الديموقراطية . حيث يوجد حرية شاملة للأفراد والتعبير عن ارائهم ووجهات نظرهم حول جميع المشكلات والقضايا التي تشغلهم في حياتهم العامة والمجتمعية .

#### ٢- رأي عام كامن :

يظهر ها النوع في المجتمعات التي تتسم بالطابع التسلطي الديكتاتوري أو في المجتمعات الشيوعيه التي تصدر حرية الرأي والكلمة ومفهوم الحرية بصورة عامه .

#### ثانياً : تصنيف الرأي العام حسب وجوده :

يقسم هذا التصنيف الى نوعين اساسيين وهما :

#### ١- رأي عام موجود بالفعل :

يميل هذا النوع من الرأي العام الى الحالة الواقعيه لوجود الرأي العام وتشكيله بعد مروره بمجموعه من المراحل او العمليات التي تبدأ من المراهقه السلمية الى مرحلة الصراع الى مرحلة الظهور

الفعلي ، والذي خضع لكثير من المناقشات وتباين الآراء حوله ، الا ان ظهر الى مرحلة الوجود  
الفعلي وحدث نوع من الاتفاق العام حوله .

#### ٢- رأي عام متوقع وجوده :

ويتشكل هذا النوع من الرأي العام بعد ظهور المشكلات او القضايا المحتملة ظهورها في مراحل  
تاريخيه او المواقف او احداث معينه ويتم على ضوءها ظهور العوامل المسببه لظهور الرأي العام  
وخلق نوع من الاتجاهات حولها او مايسمى برودود الافعال والسلوكيات الجماهيري تجاه هذه المشكله  
. وهذا ما يظهر على سبيل المثال عندما تسعى الحكومات الى رفع الاسعار بصورة فجائيه فإن سلوك  
الافراد والجماعات في تكوين ارائهم سوف يظهر او متوقع ظهوره بعد هذه السياسات مباشره ولهذا  
يسمى الرأي العام المتوقع حدوثه او وجوده .

#### ثالثاً : تصنيف الرأي العام حسب استمراريته :

ويشمل هذا التصنيف نوعان اساسيان يصفان نوعيه الرأي العام من حيث الزمن ومدى استمرارية كل  
منهما هي :

#### ١- رأي عام دائم :

ويتشكل هذا الرأي العام حسب نسق المعتقدات والاتجاهات السياسية والدينية والطائفيه والثقافيه الموجوده ، والتي تعكس  
الكثير من التباين واختلاف الرأي حولها وينتج عنها مشكلات وقضايا مختلفه بين الفئات والطبقات والمجتمعات والشعوب  
مثل الرأي العام اليهودي والعربي وتجاه كل منهما الاخر ، او الرأي العام العنصري وكراهية البعض الى الزواج في  
الولايات المتحده فهو رأي عام دائم وقد يكون ظاهر او كامن او مؤقت ولكن يتميز بصورة الديمومه والاستمرارية طالما  
هناك اتجاهات ومعتقدات قوية تؤثر على معدلات هذه الكراهيه والتفرقه العنصرية .

#### ٢- رأي عام مؤقت :

وينشأ هذا الرأي نتيجة وجود مشكلات او قضايا مؤقتة وعارضة ويزول الرأي العام حولها بمجرد الانتهاء منها وحلها ،  
ولكن قد يظهر الرأي العام مره اخرى ، اذا تكرر حدوث هذه المشكلات والقضايا مره اخرى مثل ظهور نوع من  
الاضطرابات داخل الشركات الصناعية في الدول المتقدمه نتيجة لتغير سياسات الشركة حول رفع الاجور او تحسين  
ظروف العمل ، وما الى ذلك من مشكلات معينه مثل محاولة احد الدول وضع نفايات لتلوث البيئه في مناطق محلية معينه  
فتظهر رد فعل جماهيري من قبل افراد المجتمع المحلي ولكن بعد تراجع الدوله عن محاولتها يتم اختفاء هذا النوع من  
الرأي العام المؤقت .

#### - وضع خصائص تكوين الرأي العام

##### خصائص ايجابية /

- ١- يتميز الرأي العام بنوع من السكون وعدم الظهور الا عندما تظهر مشكلة او قضيه معينه ويحدث  
نوع من الاحساس الجماهيري بأهمية مناقشة وتحليله .
- ٢- تمثل عمليه ظهور الرأي العام نوع من التعبير عن آراء الجماهير كمحاولة للتخفيف من مظاهر  
القلق الفردي والجماعي تجاه الآثار السلبيه الناتجه عن استمرارية وجود هذه المشكله او القضيه .
- ٣- تبرز اهمية الرأي العام لخبر الوجود عندما تظهر نوع من الدوافع والحاجات والمتطلبات الفرديه  
لدى الجماهير بأهمية التعبير عن وجود المشكله والسعي بمناقشتها دراستها وتحليلها بصورة  
جماعيه .
- ٤- تشكل القيادات والزعامه خاصية هامه بالنسبة لتكوين الرأي العام وتحديد اتجاهاته وابرار فاعليه  
والعمل على تنظيمه بصوره تجعل من الرأي العام قوة خارجية لحل المشكله او القضيه التي  
يتكون من اجلها الرأي العام .

##### خصائص سلبيه /

- ١- يكون الرأي العام سلبيا اذا حدث صراع جماهيري متساوي بينهما حول طبيعه المشكله او القضيه  
، ويعكس هذا الصراع وجهات النظر المؤيده والمعارضه .

- ٢- في حالة وجود صراع بين عناصر جماهير الرأي العام يتفوق العنصر الأكثر تنظيماً وتأثيراً مما يضعف الروح العامه للجماعه او الفنّه او الطبقة الاجتماعيه ككل .
- ٣- يتعرض الرأي العام للانهايار بسرعه اذا لم يكن قويا خاصة وان ضعفت قوة الرأي العام تنهار بعد اختفاء المشكله والظاهره .

### المحاضرة العاشرة

المحاضرة بكبرها اجوبة عن الاسئلة :فيس يطعن نفسه:

### المحاضرة الحادية عشر

#### عرف الدعاية

الدعاية هي ، محاولة لإقناع الآخرين في قبول معتقد معين بدون إعطاء أي دليل ذاتي أو خلفية منطقية لقبوله سواء أكان هذا موجوداً أو لا .

#### عرف الاعلان.

النشر بالوسائل المختلفة لتوجيه نظر الجمهور إلى سلعة معينة أو إلى عمل من الاعمال ويمر الاعلان بمراحل مختلفة ، وهي جذب الانتباه وإثارة الاهتمام ، وخلق الرغبة واقتناع الفرد ثم حثه على العمل .

\* عدد أهم تصنيفات الدعاية – الاعلان.

### الاعلان :-

١. تصنيف الاعلان حسب الجمهور المستهدف.
- ٢- تصنيف الاعلان حسب المنطقة التي يغطيها الاعلان.
- ٣- تصنيف الاعلان حسب نوعية الوسيلة الاعلانية.
- ٤- تصنيف الاعلان حسب الوظيفة والهدف.
- ٥- تصنيف الاعلان حسب أهميته لوسائل الاعلام.

### الدعاية

- ١- تصنيف الدعاية حسب مستوى النشاط .
- ٢- تصنيف الدعاية حسب المستوى .
- ٣- تصنيف الدعاية حسب الوظيفة والأهداف .
- ٤- تصنيف الدعاية حسب الأسلوب .

\*اشرح وظائف الاعلان.

### - الوظيفة التسويقية :

بعد انتشار وسائل الاعلام الحديثة اهتمت الشركات الصناعية والتجارية والخدمية بالسعي

لتسويق منتجاتها ويلعب الاعلان دوراً أساسياً في تسويق هذه المنتجات إلى الجمهور من خلال التركيز على نوعية المنتج والخدمات وتسويق الجمهور له عن طريق توضيح عروض الأسعار وانخفاضها وأهميتها للاستخدام وخصائصها وإعطاء معلومات كاملة حول مكوناتها إذا لزم الأمر . كما يستخدم الاعلان العديد من الأساليب الإقناعية لحث المستهلك لشراء السلع المعلن عنها وتكرار عملية الشراء في المستقبل.

## ٢- الوظيفة التعليمية :

بالرغم من طبيعة هدف الاعلانات بأنها تسويقية تماماً ، إلا أنها تقوم بخدمات تعليمية للجمهور وذلك عن طريق معلومات كثيرة حول الشيء المعلن عنه من حيث الخصائص والمكونات ، والأسعار ، وكيفية الحصول عليها ، وايضاً طرق استخدامها وصياغتها ، والفوائد التي يحصلون عليها بعد احتكارها أو شرائها ، وقد تكون هذه المعلومات ذات فائدة كبيرة لتطوير أساليب المعيشة والحياة والدخل الاقتصادي . وهذا ما ظهر كثيراً من خلال بيع المنتجات التكنولوجية والإلكترونية وغيرها من السلع والخدمات الأخرى .

## ٣- الوظيفة الاقتصادية :

يقصد بهذا الوظيفة أن للإعلانات تأثير قوي على زيادة الحركة التجارية الاقتصادية وتؤدي إلى تحقيق فوائد اقتصادية متعددة سواء للأفراد والشركات أو المؤسسات أو الدول أو المجتمع العالمي .

## ٤- الوظيفة الترفيهية :

تعتبر الوسائل الإعلامية من أهم الوسائل التي تقوم بوظيفة الترفيه للإنسان في المجتمع الحديث . وقد توجه إعلانات متخصصة في المجال الترفيهي مثل الرحلات الترفيهية ، والمناطق السياحية .

## ٥- الوظيفة الاجتماعية :

تكمن أهمية الاعلان في وظيفتها الاجتماعية المتعددة والتي قد تسهم في عمليات التعليم والتثقيف للفرد وإعطائه معلومات لاقتناء سلع وخدمات معينة تساعده على تغيير نمط الحياة ،

- اشرح المسئوليات الأخلاقية والمهنية للمؤسسات الاعلامية.

تم بلورة مفهوم الحرية والمسئولية الاجتماعية لمؤسسات الاتصال والاعلام والعاملين فيها ، وظهرت مجموعة من القوانين والقواعد السلوكية والتنظيمية التي تحدد آداب المهن والمهام الوظيفية والاجتماعية التي يجب أن تقوم عليها مؤسسات وتنظيمات الاتصال والاعلام . كما حددت مجموعة من الإلتزامات التي ينبغي أن تقوم عليها أنشطة وأفعال وسائل الاتصال تجاه الجماهير ، وتجاه ذاتها كمؤسسات مهنية وإنتاجية وخدمية ، وايضاً تجاه المجتمع وقواعده وقوانينه وفعالية وقيمة ، في نفس الوقت ركزت اهتمامات أصحاب نظرية المسئولية الاجتماعية على ضرورة أن تقوم مؤسسات الاتصال والاعلام بتحقيق وظائفها وأهدافها في ضوء مجموعة القوانين والقواعد المتعارف عليها من قبل أصحاب هذه المهن ، ونوعية الأهداف العامة التي تحدد نشاط مؤسساتهم والقوانين العامة التي توجد في المجتمع ، وتحدد كل من السلوك المهني والأخلاقي للأفراد والمؤسسات والتنظيمات باعتبارها تنظيمات اجتماعية من الدرجة الأولى .

يجب ان تقن عمليات الإشباع لكل من الجمهور وايضاً للمؤسسات الاعلامية . كمؤسسات إنتاجية تقوم على الربح وتعمل في إطار متغيرات السوق الحر المتعطش لإشباع حاجات جماهيرية ، وأهدافه المؤسساتية . كما يجب أن تتم عمليات الإشباع الجماهيري والمؤسساتي ، في إطار مفهوم الحرية الليبرالية والاجتماعية والأخلاقية والمهنية ، الذي يشمل مجموعة من الإلتزامات والمسئوليات والحقوق والواجبات ، التي يجب أن تقوم بها مؤسسات الاتصال والاعلام والقائمين على العملية الاتصالية تجاه مؤسساتهم الوظيفية ، وإشباع حاجات جماهيرهم ومجتمعاتهم في ضوء القواعد والأخلاقيات والقوانين التي تنظمها هذه المجتمعات باعتبارها النسق الأكبر والمنظم لسلوكها وأهدافها المهنية والاجتماعية .

- وضح تطور دراسة المؤسسات الاعلامية.

تطورت الدراسات السوسيولوجية المتخصصة بوسائل الاتصال الجماهيري والإعلامي ، مع البدايات الأولى من القرن العشرين ، حيث الكثير من الأقسام الأكاديمية والعملية بالجامعات ومراكز البحث العلمي التي انتشرت في الولايات المتحدة ، وأوروبا الغربية على وجه الخصوص .

وخلال عقدي الستينات والسبعينات تم تعزيز عملية دراسة إدارة المؤسسات الإعلامية بصورة أكثر تركيزاً وتعمقاً من الدراسات السوسيولوجية الإعلامية ، ذات المنظور الشامل لتركز على دراسة عدد من القضايا والمشكلات التي تندرج تحت إطار ما يسمى بالوحدات التحليلية الصغرى بعد أن تعرضت الدراسات السوسيولوجية الشاملة والكبرى لكثير من عمليات النقد لإغفالها الكثير من المشكلات والظواهر الفرعية ، التي تلعب دوراً أساسياً في تشكيل وسائل الاتصال والإعلام والعملية الاتصالية ككل. ومن أهم القضايا التي أهتم بهذا النوع من الدراسات ، دراسات الرأي العام ، والتي تعالج مدى اختلاف وتباين وسائل الاتصال الجماهيري ، مثل الصحافة ، والإذاعة، والتلفزيون وغيرها ، والتي تؤثر في إحداث تغييرات على الرأي العام وتشكيله وتطوره .

ومنذ بداية الثمانيات حتى الوقت الحاضر ، تم تطوير مجالات سوسيولوجيا الاتصال والإعلام واهتمامها بتحليل العمليات الداخلية والبناءات التنظيمية في مؤسسات الاتصال والإعلام الجماهيري ولاسيما بعد تطور هذه المؤسسات ، وظهور ما يعرف بصناعة الاتصال والإعلام ، وأصبحت هذه الصناعة تحتاج لدراساتها وتحليلها ومعرفة مكونات أو ما يعرف عموماً بمدخلات ومخرجات عملية تصنيع الاتصال والإعلام وعموماً ، لقد نشطت دراسات إدارة المؤسسات الإعلامية ، وإن كانت هذه الدراسات المتخصصة في مجال سوسيولوجيا الاتصال والإعلام اتسمت بالبطء النسبي في دراسة هذه المؤسسات ، بالرغم من اعتراف علماء الاجتماع والعلوم الاجتماعية والاتصال عموماً ، بأهمية دراسة مؤسسات ووسائل الاتصال الاجتماعي باعتبارها نظم ومؤسسات اجتماعية . ويقصد بهذا البطء ، ان التراث العلمي في مجال إدارة المؤسسات الإعلامية لايزال ضئيلاً نسبياً مقارنة بدراسة المؤسسات الاجتماعية الأخرى مثل المصانع والشركات والمستشفيات ، والسجون والجيوش ، والجامعات ولاسيما هذه النوع من الدراسات التي تخصص في إدارة ونظم هذه التنظيمات . وهذا ما تم ملاحظته من خلال اهتمامنا بمجال تخصص علم اجتماع التنظيم خلال الربع قرن الماضي أو الاخير من القرن العشرين والذي يعد الاهتمام الاول بالنسبة لنا .

وأخيراً ركزت الدراسات الحديثة ودراسات عمليات صنع واتخاذ القرار داخل المؤسسات الإعلامية وعمليات تعديل البرامج او وضع الخطط الإعلامية أو اختيار الأخبار وتنظيمها ، وتحليل أنماط القوة والصراع ، وعمليات التخطيط الإعلامي ، وتحليل المؤسسات الإعلامية كتنظيم للقوة . كما اهتمت عدد من الدراسات الأخرى بتحليل المسؤوليات البيروقراطية ، وايضاً الأخلاق المهنية ، عمليات صنع وإنتاج برامج التليفزيون ، أو عمليات اختيار أعداد تدريب الفئات المهنية العاملة داخل المؤسسات . علاوة على ذلك ظهرت دراسات متعددة حول الكفاءات والفاعلية ، والضبط والسيطرة والتحول نحو العالمية ، وظهور شركات الاتصال والمعلومات ، تحت ظاهرة الإعلام الدولي وغير ذلك من الدراسات التي نسعى لدراستها وتحليلها خلال هذا الفصل في إطار اهتمامنا بإدارة المؤسسات الإعلامية

- قارن بين نظرية النسق الاجتماعي ونظرية العلاقات الاجتماعية في إدارة المؤسسات التعليمية

### نظرية النسق الاجتماعي :

ترتبط نشأة هذه النظرية بالنظرية البنائية الوظيفية السوسولوجية التي ظهرت في الولايات المتحدة وأوروبا خلال بداية الخمسينات من القرن العشرين ، ولقد انتشرت باستخدام هذه النظرية على أيدي عالم الاجتماع الأمريكي " تالكوت بارسونز " الذي بلور هذه النظرية من الناحية السوسولوجية والتي لا تزال ترتبط بأفكاره حتى الوقت الحاضر . وأن كانت اسهامات عدد من علماء الاجتماع البارزين من أمثال " دور كايم " و" كارل مانهايم " وغيرهم آخرون يمكن أن تندرج تحت إطار هذه النظرية إلا أن أفكار عالم الاجتماع الأمريكي " روبرت ميرتون " وعالم الاجتماع الاقتصادي " نيل سملسر " ، قد اسهمت كثيراً في تطور هذه النظرية وذلك من خلال دراستهما على المؤسسات التربوية والثقافية والاقتصادية عموماً وذلك عند محاولتهم لدراسة العلاقة بين الأنساق التربوية والاقتصادية والثقافية والأنساق الاجتماعية الأخرى في المجتمعات الحديثة . كما تعتبر المحاولات الحديثة لكثير من المتخصصين والعلماء في مجال الاتصال والإعلام من أمثال " ميلفن دوفلير " و "ساندرا روكاش " وغيرهم آخرون ، من المحاولات التي ركزت بالفعل على استخدام نظرية الأنساق الاجتماعية ، عند تأكيدهم على اعتبار انساق وتنظيمات الاتصال والإعلام أنساق اجتماعية ، ودراستهم بالفعل لكثير من المؤسسات الإعلامية الحديثة في الولايات المتحدة ولاسيما المؤسسات الصحفية ، والإذاعة ومحطات التلفزيون ، وذلك في محاولة لفهم دور هذه المؤسسات كتنظيمات اجتماعية في الحياة الاجتماعية والثقافية الاقتصادية والحضارية ككل في المجتمع الأمريكي والغربي . في نفس الوقت لقد أكدت دراساتهم وغيرهم من الباحثين الذين تنبوا نفس فكرة النسق الاجتماعي ، على تحليل الدور الوظيفي الذي تلعبه مؤسسات الإعلام والاتصال في المحافظة على الاستقرار والتوازن والانسجام بين هذه المؤسسات وغيرها من التنظيمات والمؤسسات الاجتماعية الأخرى ، كما اهتمت دراساتهم بدراسة التأثير المتبادل بين هذه المؤسسات كأنساق اجتماعية . وتحقق من حدة الصراع مظاهر العنف التي تحدث بين الفئات الاجتماعية الأخرى ، نتيجة للاختلاف في الجنس والنوع والسلالة .

### نظرية العلاقات الاجتماعية

مالقيتها في المحاضرة ٠٠