

الباب الثاني

عرض سريع
لأهم نماذج الاتصال

obeikandi.com

محاولات علماء المسلمين لتحليل عملية الاتصال

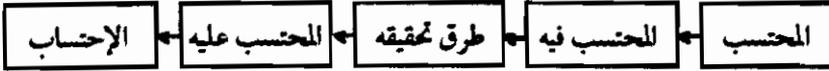
نود أن نؤكد أن الإتصال عملية مستمرة عبر الزمن، وليس له نهاية، كما أنه ليس له بداية، والإتصال مثله مثل بعض العمليات الأخرى ظاهرة مستمرة، أى أنه مثل النهر عبر الزمن، وأنه مثل التجربة لا نهاية لها لأنه يليها دائماً شئ ما^(١)، ولكي نوضح هذه الصورة فإننا نرى أنه من الأفضل أن نجسد الحركة في هذا الفيلم المستمر، بحيث نمزل بعض عناصر عملية الإتصال ويمكن أن نرى العناصر التى توجد عادة وبصفة أساسية فى أى حدث إتصالى وهى: المصدر والرسالة والوسيلة والمستقبل والأسس الفنية للإقناع والتأثيرات الناجمة عن الإتصال ورجع الصدى.

ولاشك أن نجاح عملية الإتصال أو الدعوة وفشلها يتوقف على درجة صلاحية كل خطوة من الخطوات السابقة، بمعنى أن أى إهتزاز أو عدم وضوح فى الفكرة التى لدى المصدر، أو أى خطأ أو عدم إكمال فى صياغة الرسالة، كل هذا أو واحدة منها يؤدي إلى أن تكون الفكرة فى مرحلتها النهائية لدى المستقبل أو لدى المرسل إليه مخالفة للفكرة التى لدى المصدر أو المرسل.

ومنذ أن حلل أرسطو عملية الاتصال أو الخطابة إلى ثلاثة عناصر أساسية: هى الخطيب والخطبة والمستمعون. ومحاولات العديد من الباحثين لا تنتهى لدراسة الجوانب الميكانيكية والهندسية للإتصال، أو الإهتمام بالجوانب الاجتماعية، وتطوير نماذج تحليلية لوصف عملية الاتصال. ويعنى النموذج^(٢) طاقم أو إطار كاف من المفاهيم لتفسير الأبعاد المختلفة لعملية الاتصال.

ولم يتخلف العلماء المسلمون عن هذا الركب، فقد كانت لهم محاولاتهم لتحليل عملية الاتصال الإسلامى، فقدم لنا (الإمام الغزالي) فى كتاب (الإحياء لعلوم الدين) نموذجاً لتحليل هذه العملية يعكس فيه الطبيعة الخاصة للدين الإسلامى باعتباره دين دعوة، فنجدته يسمى القائم بالاتصال: المحتسب، والمستقبل: المحتسب عليه، أما المضمون فهو المحتسب فيه. كما يحدد الهدف أو الاحتساب.

وطرق تحقيقه كما يوضح الشكل التالى: -



شكل رقم (١) يبين عناصر عملية الإتصال الإسلامى لدى الإمام الغزالى

١ - فالمحتسب - هو المكلف بالقيام على حدود الله بالإذن من الوالى أو الإمام (القائم بالإتصال).

٢ - والمحتسب فيه: - هو كل منكر معلوم إنكاره موجود وظاهر للمحتسب من غير تجسس (الفكرة).

٣ - طرق تحقيقه: - هى درجات المنع وهى التعريف ثم النهى ثم الوعظ والنص ثم التعنيف ثم التعبير بالقوة.

٤ - المحتسب عليه: - هو الإنسان البالغ العاقل الذى يتعاطى المنكر (الجمهور أو المستقبل).

٥ - الإحساب: هو منع المنكر (الهدف)^(٣).

والى جانب هذه المحاولة، توجد مئات المحاولات للعلماء المسلمين تناولت بعض الجوانب الخاصة بعمليات الإتصال، وإن كانت ركزت بصفة خاصة على عنصر الرسالة الإعلامية التى كانت محل إهتمام علوم البلاغة والبيان، وكان المعين الذى لا ينضب لكل هؤلاء هو كتاب الله العظيم الذى لا تنفى سرائره، وسنة رسول الله ﷺ بما حويا من أسرار الدعوة وطرائفها وفنونها ونماذج الدعاة وأسس الإقناع وطرق التأثير الشئء الكثير.

وبالرغم من كثرة هذه المحاولات، إلا أنها لم تجمع حتى الآن فى إطار نظرى يحدد لنا الملامح الأساسية لنظرية الإتصال الإسلامى أو ما يسمى بالدعوة.

وقبل أن نتعرض لتحليل عملية الدعوة أو الإتصال الإسلامى ستعرض لأهم النماذج الحديثة التى حاولت تحليل عملية الإتصال:

١. نموذج لازويل وتعديلاته:

فى سنة ١٩٤٦ اقترح «هارولد لازويل» عالم السياسة الأمريكى نموذجاً لتحليل عملية الاتصال يتكون من العناصر الآتية:

من؟

يقول ماذا؟

بأى وسيلة؟

لمن؟

بأى تأثير؟

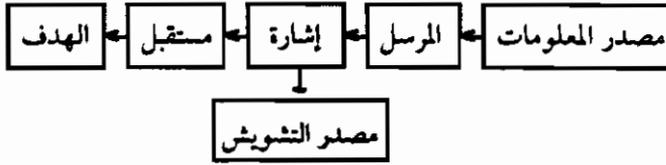
ويقول «لازويل» إن دراسة الاتصال علمية تحاول أن تركز على الإجابة على سؤال واحد أو أكثر من تلك الأسئلة:^(٤). ومفهوم «لازويل» للعملية أقرب ما يكون إلى الإعلام بمعنى أنه يسير في خط واحد من المرسل إلى المستقبل دون إعتبار للعناصر الوسيطة وإيجابية المستقبل المتوقعة على الأبعاد النفسية والاجتماعية.. وقد كانت دراسات «لازويل» متصلة بتأثير الدعاية على الرأى العام، كما ارتبطت بتحليل المضمون.

ولكن «ريمون نيكسون» عدل من عبارة لازويل الشهيرة وأضاف شيئاً جديداً يتصل بالموقف العام للإتصال والهدف من العملية الاتصالية، فأصبحت العبارة على هذا النحو: من يقول؟.. ماذا؟.. لمن؟.. وما هو تأثير ما يقال؟ وفى أية ظروف؟.. ولأى هدف؟... فلا يمكن أن تقوم العملية الإتصالية إلا على أساس الهدف الذى نسعى لتحقيقه. ويلفت «فيرنج» النظر إلى أهمية هذه القضية قائلاً: إنه ليس من الممكن تبسيط عملية الاتصال إلى حد اعتبارها مجرد نقل معلومات من مصدر إلى آخر، ولذلك فإنه يصر على إعتبار المستقبل مفسراً وليس مجرد جهاز تسجيل.

ومن ناحية أخرى يشير «كولمان» و «مارش» نقطة هامة وهى وحدة العملية الاتصالية: فالمرسل والمضمون والوسيلة والمستقبل والإستجابة هى جميعاً حلقات متصلة فى سلسلة واحدة، وتتهار عملية الإتصال كلها إذا وجدت نقطة ضعف معينة فى أى حلقة من هذه الحلقات الخمس^(٥).

٢. نموذج شانون وويفر:

وضع «شانون» و «ويفر» إطاراً آخر لمفاهيم الإتصال يحدده الشكل التالى:-



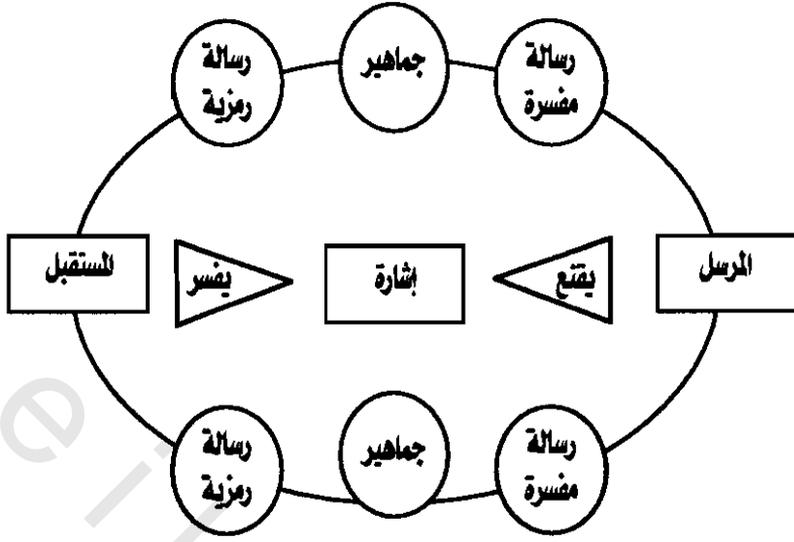
شكل رقم (٢) يبين عناصر عملية الاتصال لدى شانون وويفر

وهنا يختار مصدر المعلومات رسالة مرغوبة من بين مجموعة كبيرة من الرسائل المختلفة، ويحملها للمستقبل خلال قناة إتصالية كالصوت أو الإشارات السلكية واللاسلكية والصور وما شابه ذلك، ولكن مصدر المعلومات يضع في إعتباره وجود تشويش أو ضوضاء قد يحدث نتيجة لعوامل معنوية أو نفسية أو ميكانيكية وحينما يحدث الضوضاء أو التشويش فإن الرسالة المستقبلية سوف تكون متضمنة لتحريفات وأخطاء معينة، بالإضافة إلى بعض المواد الغريبة والغير جوهرية، مما يؤكد وجود إضطراب وعدم يقن بفعل عوامل الضوضاء والتشويش.

ومن الواضح أن هذا الإطار الذي طوره «شانون» و«ويفر» يغلب عليه الطابع الرياضى والميكانيكى، إلا أنه فى كثير من جوانبه ينطبق على الاتصال بوصفه عملية إنسانية^(٦).

٣. نموذج شرام:

قدم «ويلبور شرام» نموذجاً لعملية الاتصال يصور فيه: أولاً: المصدر أو صاحب الفكرة، وقد تكون هذه الفكرة واضحة بصورة كافية بحيث تعتبر صالحة للتوصيل إلى المستقبل، والعنصر الثانى: هو التعبير عن الفكرة وصياغتها فى رموز لتكوين الرسالة أو الإشارة. والعنصر الثالث: هو المستقبل الذى يفك رموز الرسالة كما تتلقاها الجماهير المختلفة بصورة غير مباشرة. والعنصر الرابع: هو الاستجابة. ثم رجع الصدى الذى قد يصل إلى إنتباه مرسل الرسالة الأصلية^(٧). وإذا وصلت هذه الأرجاع وفسرها المرسل تفسيراً صحيحاً فإن الدورة الإتصالية تكتمل، وتتكرر هذه الدورة بطبيعة الحال إلى ما لا نهاية. وهذه التفاعلات هى نسيج البناء الاجتماعى والثقافى نفسه. ويمكن تصوير هذه الدورة الإتصالية على النحو الآتى: -



شكل رقم (٣) بين عناصر عملية الاتصال لدى «ويلبور شرام»

ولا بد للمرسل أن يضع رسالته في شكل معين أو صيغة معينة محددة من الرموز أو الكلمات. ومن الطبيعي أن تحتاج هذه الكلمات إلى أجهزة نقل أو وسائل إعلام كالصحف والإذاعة والتلفزيون وغيرها لكي تنتشر بسرعة في أماكن عديدة، وبمجرد أن ترسل الرسالة المعروضة تصبح طليقة وليس لصاحبها سلطان عليها. وكثيراً ما يتساءل بعد إرسال خطاب معين ووضعه في صندوق البريد هل يصل إلى المرسل إليه، وهل يفهمه بالطريقة التي يريد.

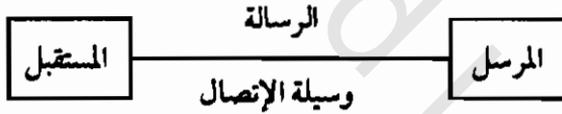
وهذا كله يتوقف بطبيعة الحال على مدى التناغم والتوافق بين المرسل والمستقبل، فإذا كان المرسل ضعيفاً في كتابته أو غير واثق من نفسه أو ليست لديه المعلومات الكافية عن موضوعه فإن ذلك يؤثر على الإتصال، وإذا كانت الرسالة غير مصاغة بالطريقة الفعالة فإنها تقف في سبيل نجاح الإتصال، كما أن الوسيلة نفسها لا بد وأن تكون من القوة والمرونة بحيث تصل الإشارات إلى المستقبل في الوقت المناسب والمكان المناسب مهما حدث من تداخل أو تنافس من الرسائل الأخرى، كما أن

المستقبل نفسه وقدرته على حل الرموز بالطريقة المطلوبة من أهم العناصر لإتمام الدورة الإتصالية. فكفاءة المرسل وقدرته على معرفة الهدف والوصول إلى النتائج المطلوبة واتقان الصياغة وفعالية وسيلة الاتصال وقدرة المستقبل على حل الرموز لا بد وأن ينظر إليها على أنها عناصر متعددة لعملية واحدة.

ولا يكفي للتناغم بين المرسل والمستقبل أن تكون الرسالة مصاغة في لغة يفهمها الطرفان بل ينبغي أن تكون الخبرات مشتركة أيضا فالمستمع إلى أى محاضرة باللغة العربية عن نظرية النسبية «لانشتين» لن تسعفه معرفته للغة العربية في فهم المضمون ما لم يكن قد درس شيئا عن علم الطبيعة والرياضيات، حتى يتمكن من متابعة المحاضرة وهذا ما يعبر عنه بالإطار الدلالي فكلما كان المرسل والمستقبل يتفاهمان في إطار دلالي واحد كلما كان ذلك أقرب السبل لإستيعاب وفهم الرسالة.

٤. نموذج ديفيد برلو.

يتكون نموذج «ديفيد برلو» من أربع حلقات هي :- المرسل - الرسالة الوسيطة - المستقبل كما في الشكل التالي :-



شكل رقم (٤) يبين عناصر عملية الاتصال لدى برلو

ويرى صاحب هذا النموذج أن هدف القائم بالاتصال أن يحصل على إستجابة، ولذا فهو يأمل أن تكون مقدرة إتصاله عالية، وظهور التشويش يقلل من هذه الفاعلية. والتشويش كما عرفه «شانون» و«ويفر» هو العوامل التي تحرف أو تقلل من نوعية الإشارة. ويتسع مفهومه لدى «برلو» بحيث يتضمن عوامل موجودة في كل عنصر من عناصر الإتصال. فتأخذ في الإعتبار في كل عنصر العوامل التي تقلل من فاعلية الإتصال.

وإهتمامنا الأساسى بالنسبة للتشويش وكفاءة النقل العالية ينحصر فى إحتياجنا إلى أن نمزل العوامل الموجودة فى كل عنصر من عناصر عملية الإتصال التى تؤثر على فاعليته. فيجب أن نحدد تلك العناصر العوامل التى يجب أن نأخذها فى الإعتبار، والطرق التى يعمل بها كل عنصر من العناصر فى أى ظروف الإتصال.

وبالنسبة للمصدر،

فإنه يجب أن تكون لديه القدرة على إستخدام اللغة فى شكل جيد بحيث يصبح المعنى واضحاً للمستقبل، وعلى وضع كلماته بأكبر قدر من الفاعلية، والتعبير عن المعانى بوضوح. كما يجب أن يكون إتجاهه حول نفسه إيجابياً، وأن يؤمن بفائدة الموضوع الذى ينقله، وأن تجعله إتجاهاته نحو مستقبل رسالته محبوباً لديهم، وأن يكون قدر المعرفة الذى لديه مقبولاً وذلك حتى يستطيع أن ينقل رسالته بفاعلية.

وتتأثر فاعلية الإتصال أيضاً بمركز المصدر فى النظام الاجتماعى والثقافى، فنحن فى حاجة إلى أن نعرف أنواع النظم الاجتماعية التى يعمل فى إطارها، ومكانته فى النظام الاجتماعى، والأدوار التى يؤديها، والمهام التى يجب أن يقوم بها، والوضع الذى يراه الناس فيه، والإطار الثقافى الذى يعمل فيه، والمعتقدات الثقافية والقيم المسيطرة عليه، وأنواع السلوك المقبولة أو غير المقبولة فى ثقافته ونحن فى حاجة إلى معرفة توقعاته أو توقعات الآخرين عنه، والجماعات التى يتسمى إليها، والقيم والمستويات التى تعلمها، وفهمه لمكانته فى العالم، ومركزه فى طبقته الاجتماعية. فكل هذه الأشياء تؤثر على سلوكه الاتصالى.

المستقبل الذى يفك كود الرسائل،

والفرد فى بداية الاتصال والفرد فى نهاية العملية متماثلين تماماً، وأحياناً يكون المرسل والمستقبل فى واقع الأمر فرداً واحداً ويمكن النظر إليه كمصدر، فى أى ظرف إتصالى معين. ويتصرف المستقبل عادة كمصدر ومستقبل، وإذا أخذنا وجهة النظر هذه فى الإعتبار نستطيع أن نتحدث عن المستقبل الذى يفك رموز الرسائل على ضوء

مهارات الاتصال، فإذا لم يكن لدى المستقبل قدرة على الاستماع وعلى القراءة وعلى التفكير فإنه لن يستطيع أن يستقبل كود الرسائل التي نقلها إليه المصدر.

ونستطيع أن نتحدث عن المستقبل على ضوء اتجاهاته، فالطريقة التي يفك بها كود الرسالة تحدد جزئياً اتجاهاته نحو نفسه ونحو المصدر ونحو مضمون الرسالة ونستطيع أن نتحدث عن المستقبل على ضوء مستوى معرفته فإذا لم يعرف أى شىء عن مضمون رسالة ما ربما لا يستطيع إدراكها أيضاً. فإذا لم يفهم طبيعة عملية الاتصال نفسها يزداد احتمال عدم إدراك الرسائل إدراكاً صحيحاً، أو احتمال أن يخرج باستنتاجات غير صحيحة عن أهداف أو نوايا المصدر، أو احتمال ألا يعمل وفقاً لما تتطلبه مصلحته الذاتية.

وأخيراً نستطيع أن نتحدث عن المستقبل على ضوء ثقافته ومركزه فى النظام الاجتماعى، فوضعه الاجتماعى وعضويته فى الجماعات، وأساليب سلوكه العادية تؤثر على الطريقة التي يدرك بها ويفسر رسائله. ويجب أن نضيف إلى ما ذكره أن للمستقبل أهمية كبرى، فالمستقبل هو أهم حلقة فى عملية الاتصال - إذا لم يصل المصدر إلى المستقبل بالرسالة يصبح وكأنه يتحدث إلى نفسه، ومن أهم الأمور التي تؤكدنا نظرية الاتصال ضرورة الاهتمام بالشخص الموجود فى نهاية السلسلة أى المستقبل.

الرسالة:

هى التاج المادى الفعلى للمصدر الذى يضع فكره فى كود. وهناك ثلاثة عوامل لها صلة بالرسالة، وهى: الكود والمضمون والمعالجة. فنحن فى حاجة إلى أن نركز اهتمامنا على مجموعة من الرموز يستخدمها المصدر فى رسالته ونحلل المعالجة أو الطرق التي يعد بها المصدر المضمون الذى يختاره، وأسباب الاختيار، وما هو التأثير الذى يسعى لتحقيقه.

ولتحليل العوامل الثلاثة: الكود والمضمون والمعالجة، نحن فى حاجة إلى إختيار وحدات معينة أو عناصر معينة، فنحن فى حاجة إلى تحديد أي عناصر يتم إختيارها،

وأى عناصر لن تخنار. وأى مكونات للعناصر تم إستخدامها، وأى تكوينات لم نستخدم. وسيحدد إختيارنا لمستويات العناصر والتكوين هدف إتصالنا ومستواه.

الوسيلة:

الوسيلة هى الأداة التى تحمل الرسالة، وفى عملية الإتصال يكون على المصدر أن يختار الوسيلة التى تقوم بحمل رسالته. وهناك أمور كثيرة كما يقول «برلو» تتداخل فى إختيار الوسيلة وهى :-

١ - الوسائل المتوفرة.

٢ - مقدار المال الذى نستطيع أن ننفقه.

٣ - الوسائل التى تصل إلى كل الناس وبأرخص التكاليف والأكثر تأثيرا والتى تناسب مضمون الرسالة.

هذا فضلا عن أهمية فهم وسيلة الإتصال، ودراسة إمكاناتها وخصائصها سواء كانت بصرية، أو سمعية، ومدى موافقتها لمضمون الرسالة ولقدرة المصدر على إستخدامها. فإختيار الوسيلة عنصر هام فى تحديد فاعلية الإتصال ومصدره^(٨).

الأبعاد الاجتماعية والنفسية للإتصال:

اقتصرت النماذج السابقة على تحليل عملية الإتصال باعتبارها عملية تقنية بحتة ولم تتجاوزها إلى المجالات النفسية والاجتماعية والثقافية المتصلة بها والتى تمثل الاهتمام الأساسى لعلماء النفس والاجتماع والأنثروبولوجيا، وأهمية هذه الدراسات ترجع إلى مساعدتها لنا على فهم العملية الاجتماعية التى من خلالها يتجج الإتصال الجماهيرى أو يحدث تأثيرا، أو على فهم أوضح لتأثير هذا الإتصال من حيث أنها لا ترى أن هناك علاقة مباشرة وبسيطة بين الإتصال والتأثير وإنما تدخل فى الاعتبار المتغيرات النفسية والاجتماعية التى يجرى الإتصال وفقا لها ويمارس تأثيره من خلالها وهى :-

أولاً، الأبعاد الاجتماعية للاتصال الجماهيري:

حينما نتعرض للأبعاد الاجتماعية للاتصال الجماهيري لا يمكن أن نغفل هذه الأبعاد. ونعنى بها هنا وقع الاتصال الجماهيري على الناس وعلاقاتهم الاجتماعية من حيث كونهم يلعبون أدواراً اجتماعية معينة، ويحتلون بالتالي مكانة معينة أيضاً.

ونستطيع أن نقرر ابتداءً، أن المجتمع الإنساني لا يستطيع الحياة دون إتصال كما أن الإتصال لا يمكن أن يحدث إلا من داخل ومن خلال نسق اجتماعي معين.

ولذلك فإن الحملات الإعلامية التي تنشأ النجاح ينبغي أن تضع في إعتبارها مسائل هامة جداً كفهم الجمهور الموجهة إليه الرسالة وإنجازاته العميقة أو البسيطة وعاداته وتقاليده، ولقد لاحظ «جورج سمبل» ذلك، حيث نجده يندد بالتأثيرات السلبية التي تتركها الجماهير على القائمين بالاتصال، ويقول: إن الجماهير في الواقع ليست مجرد حاصل جمع من الأفراد. إذ أنها ظاهرة جديدة قد تكونت ليس من الخصائص الكلية لأفرادها، ولكنها مكونة فقط من تلك الشظايا المستخلصة من كل واحد منهم والتي يتمشى مع الآخرين فيها ويتشابه معهم أو بمعنى آخر مكونة فقط من الجوانب الاجتماعية التي تتعلق بكل فرد والتي يتمشى مع الآخرين فيها، وهذه الشظايا المشتركة بدائية جداً. ومن هنا فإنها لا ينبغي أن تؤثر على القائمين بالاتصال. أما الجمهور الذي ينبغي وضعه موضع الاعتبار الدائم فهم جمهور المتعلمين والمثقفين^(٩).

إلا أن هناك بعض علماء الاجتماع مثل: «تشارلز كولي» و«جورج ميد» و«توماس» قد عارضوا هذا الرأي وقدموا تفسيرات حديثة حول الأدوار الاجتماعية للإنتاجات والقيم، فلقد أكد بعضهم متأثراً بالاتجاه الديمقراطي القائم على المساواة: - المجرى الاتصالي الصاعد والهابط بين الناس وقادتهم في عملية تبادل الأفكار والقيم والمعتقدات، حيث أنه من خلال هذه المبادلات الفكرية سوف يظهر الاتفاق والإجماع الذي يهدف إلى الرفاهية المشتركة.

ولقد طور توماس فكرة غاية في الأهمية بالنسبة لدراسة الاتصال الجماهيري وهي

تمثل فيما يسمى بالتعريف الاجتماعي للموقف بقصد تفسير مركب للعلاقات بين الاتجاهات والبناء الاجتماعي، حيث يوجه اهتمامنا إلى العلاقة المتبادلة والدور المتبادل بين الشخصية والثقافة والبناء الاجتماعي بوصفه المجال الحقيقي لدراسة الإتصال^(١٠).

ثانياً: الأبعاد النفسية:

ينحصر محور مناقشتنا للأبعاد السيكولوجية لعملية الإتصال على مفاهيم مثل:-
الدوافع - الإنتقاء.. الإدراك. وهنا نشير إلى أن الدوافع تمثل أهمية خاصة كبعد سيكولوجي من أبعاد الإتصال الجماهيري، فقد لاحظ «برلسون» مثلاً إفتقاد القراء للصحيفة أثناء إضراب موزعي الصحف بالخارج، وقد خرج بنتيجة مؤداها أن الصحف اليومية تعتبر مصدراً للأمان في عالم مزعج. كذلك أوضح «هيرزوج» أن الإستماع إلى الراديو بالنسبة للنساء قد يوحى إليهم بأنماط السلوك الملائمة.

وبالنسبة للإنتقاء الذاتي فإن الجمهور عندما يتمتع بحرية الفعل فإنه يختار مسائل معينة يقرأها. وقد وجد «روبنسون» في دراسة له عن الفلاح أن الراديو غير مؤثر في آراء الفلاحين لأن سكان المناطق الريفية أن ينصتوا إلى الأفكار التي لا يؤمنون بها.

وحيثما نأثى إلى بعد الإدراك فإننا نجد أن المستقبل لن يدرك إلا ما يريد هو أن يستوعبه، يحدث ذلك بشكل يتوافق مع حاجاته وقيمه وعواطفه وخبراته السابقة. مثال ذلك أن القراء المتعصبين يميلون إلى تجنب المقاطع التي تدعو إلى التسامح في الرسالة الإعلامية.

ومعنى ذلك أيضاً أن إدراك وسائل الإتصال الجماهيرية إنما هو إدراك إنتقاء يوافق العمليات السيكولوجية والبناء السيكولوجي للمستقبل، وليس إدراكاً عشوائياً. وهذا الإنتقاء قد يجد من مجال تأثير الإتصال الجماهيري طالما أن المستقبل يختار ما يوافق بناءه النفسي الواقعي.

الأبعاد النفسية الاجتماعية:

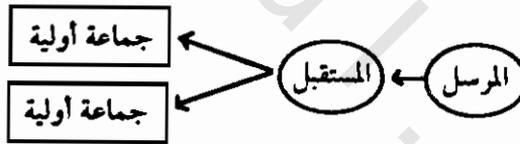
أما من حيث الأبعاد النفسية الاجتماعية فقد أوضحت التجارب التي أجراها

«مظهر شريف» و «آثر» احتمال وجود إرتباطات معينة بين الإدراك وعلاقة المدرك بالبناء الاجتماعي، فالأفراد يميلون إلى الموافقة على أحكام الآخرين في الجماعة سواء كانت هذه الأحكام صائبة أم غير صائبة، فإجماع الجماعة أو إتفاقها يمكن أن يقف كإطار مرجعي لأحكام الأفراد وإذا كانت قيم المستقبل تتشكل من خلال الجماعات الأولية التي ينتمى إليها فإنه من الأفضل فهم إستيعابه للرسالة واستجابته لها في حدود علاقته بهذه الجماعات الخاصة وقيمها.

ومن المهم أن نعلم أن الفرد لا ينتمى إلى جماعة واحدة، بل هو ينتمى إلى جماعات متعددة وربما تظنى جماعة على أخرى، وإذا كانت قيم هذه الجماعات متفقة أو متصالحة فإننا نتوقع غياب الصراع أو إنعدامه، أما إذا كانت هذه القيم في حالة صراع وتنافر فإن الفرد حينئذ سيكون في موقف صراع أو ضغوط متعارضة.

ويرجع السبب في ذلك التجانس الذى نجده بين أعضاء الجماعة إلى أن أعضاء الجماعة يشعرون بالشواب أو الجزاء عندما تتحد مواقفهم أو تتعمق، ومن ثم يميلون إلى التأثير على بعضهم البعض ليصلوا إلى مواقف متشابهة.

ويوضح الشكل التالى الفرق بين النظرة التقليدية والنظرة السيكولوجية: -



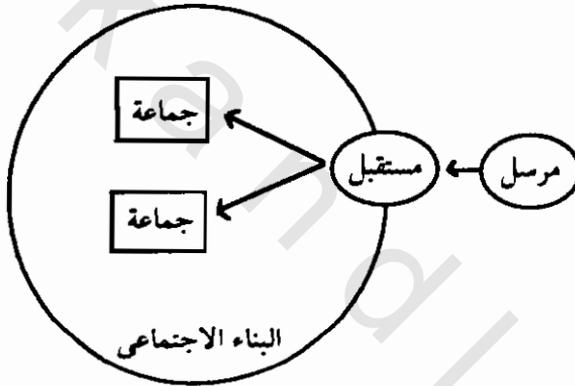
شكل رقم (٥)

ويلاحظ أن النظرة التقليدية تركز على إنتقال الرسالة من المرسل إلى المستقبل، أما النظرة السيكولوجية فإنها تضع فى الاعتبار الجماعات الأولية التى تساهم فى صياغة قيم الفرد وتحديد سلوكه.

والى جانب تلك الدراسات حول المستقبل وجماعاته الأولية يوجد إتجاه يمكن أن نطلق عليه الإتجاه السيكولوجى البحث. وقد بدأ هذا الإتجاه يستكشف البناء

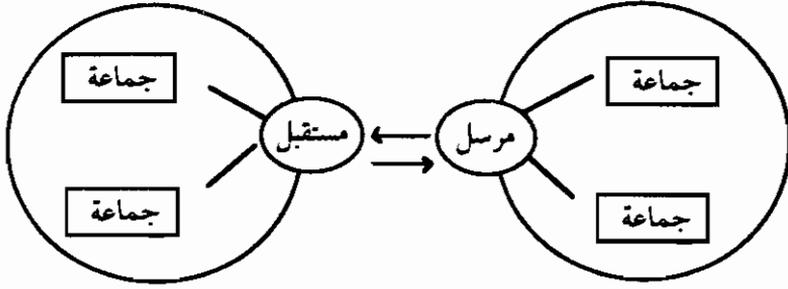
الاجتماعى الأكثر شمولاً للتنظيمات والمؤسسات الاجتماعية التي تحيط بالمستقبل. فإذا كان دور المستقبل يتأثر بفهم وأهداف الجماعات المرجعية المختلفة فكيف تقوم هذه الجماعات ذاتها بصياغة قيمها وأهدافها؟.. أو من أين تأتي هذه القيم والأهداف وما هي هذه الروابط بين هذه الجماعات الأولية؟.. وكيف تتكامل داخل البناء الاجتماعى الأكثر شمولاً وفي إطار العملية الاجتماعية الأكبر؟.

ومن هنا تتجه هذه الدراسات إلى التركيز على البناء الاجتماعى الأكبر بدلاً من التركيز على المستقبل وجماعته الأولية، فهي تدرس أولاً العلاقات المتبادلة بين الجماعات الأولية، ثم تبحث ثانياً عن وضع المستقبل فى ذلك الإطار الكلى ويوضح الشكل التالى هذا الإتجاه:



شكل رقم (٦) يبين وضع المستقبل فى إطار البناء الاجتماعى وجماعته الأولية

وبتطوير هذا الشكل تتضح العملية حيث يلعب رجل الإتصال أو المرسل دوره كجزء فى البناء الاجتماعى الأكبر. ويوضح الشكل التالى هذه العملية:



شكل رقم (٧) يبين وضع كل من المرسل والمستقبل في البناء الاجتماعي والعلاقات المتبادلة بين الجماعات الأولية.

ومن هذا الشكل يلاحظ أن النظرة السبولوجية تعنى وضع المرسل والمستقبل في ضوء جماعاتهما الاجتماعية التي يتمون إليها وفي ضوء البناء الاجتماعي الأكبر الذي يضم هذه الجماعات، ووفقاً لهذه النظرة نلاحظ أن هناك اعتماداً متبادلاً بين المرسل والمستقبل، وحيث أن الرسائل متبادلة بينهما إلا أن هذا التبادل يتميز بحجم ضئيل في الاتصال الجماهيري. كما تعنى النظرة السبولوجية أيضاً أن كلا من المرسل والمستقبل له وضع محدد في البناء الاجتماعي. وعلى ذلك فإن الاتصالات المختلفة التي تسرى من فرد إلى جماعة أو من جماعة إلى أخرى ليست بأفعال عشوائية ولكنها عنصر في نمط كلي من التفاعلات المستمرة^(١١).

مراجع الباب الثانى

- (١) د. شاهيناز طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية - القاهرة - الانجلو المصرية - ١٩٨٠ م - ص ٨.
- (٢) د. محمود عودة: مرجع سابق ص ٢١.
- (٣) الإمام الغزالي: احياء علوم الدين.
- (٤) د. جيهان رشتى: الإعلام ونظرياته فى العصر الحديث - دار الفكر العربى - القاهرة - ١٩٨١ - ص ٧٢ - ٧٣.
- (٥) د. إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجمامير - الانجلو المصرية ١٩٦٩ - القاهرة ص ١٣٠ - ١٤٠.
- (٦) Claude Shonnon. W. Weaver, Mathematical Theory of Communication. p. 98. 99. 1949.
- (٧) Schramm, "How Communication Works in the Process and Effects of Mass Communication, Urbana Iuionios, University of Iuionios p.
- (٨) د. جيهان رشتى: مرجع سابق ص ١١٦ - ١٣٦.
- (٩) د. محمود عودة: مرجع سابق ص ٦١.
- (١٠) د. محمود عودة: مرجع سابق ص ٦٧.
- (١١) د. محمود عودة: مرجع سابق ص ٦٨.