

الاتجاه الاجتماعي للاتصال  
في مجالات  
الإبداع الفني الجماهيري



بالإضافة إلى المدخل الاتصالي الذي يؤكد على السمة الاجتماعية للعملية الاتصالية بصفة عامة، بالإضافة إلى ذلك، فإن هناك العديد من الداخل التي تؤكد الأبعاد الاجتماعية للعمل الفني الجماهيري، بوصفه رسالة في عملية اتصالية بين الفنان المبدع وجمهور المثقفين.

ومن هذه المداخل النظرية الاجتماعية للإبداع الفني، التي هاجمت الأحكام المعيارية في الفن وقالت بأن الفن وليد المجتمع - ومن دعواتها تين - فالفن حسب هذه النظرية<sup>(١)</sup> ليس إنتاجاً فردياً، بل هو ضرب من الصناعة أو الإنتاج الجمعي. حتى أن المعايير الفنية هي معايير حضارية ذات أصل اجتماعي، وكذلك فإن الصنعة الفنية والتكنيكية مستتطة بقوانينها وقواعدها من الحياة الجمالية للجماعة. وبذلك يصح الحكم الجمالي الذي تصدره الجماعة على العمل الفني بمثابة شهادة بنجاحه. وعلى هذا تعتبر القيم الفنية اجتماعية بالدرجة الأولى، أي أنها بحاجة إلى شهادة المجتمع. والفنان ليس كائنًا منعزلاً عن المجتمع بل كائن اجتماعي يعيش في بنية جمالية ذات صبغة اجتماعية يستجيب لمؤثراتها ويخضع لشدة التيارات الجمالية السائدة فيها.

ويوجز «دوركاييم» اتجاهات المدرسة الاجتماعية بصدد الفن بقوله «إن الفن ظاهرة اجتماعية وأنه نتاج نسي يخضع لظروف الزمان والمكان». وعلى هذا فالفنان في نظر دوركاييم لا يعبر عن «الأنا» بل عن «نحن» أي عن المجتمع بأسره ويقوم الإبداع الفني على مقومات ثلاثة هي:

- المؤثرات الحضارية وهي البيئة الطبيعية والجنس ثم التيارات الجمالية السائدة.

- أساليب الصنعة والتقاليد الفنية، أى التكنيك والتراث الفنى والتقاليد الموروثة عبر

الأجيال.

- الوعى الجمالى للمجتمع فى عصر الفنان والمعايير الجمالية السائدة فى المجتمع.

وكذلك يتطلب فهم العمل الفنى الربط بين ثلاث طرق، لا يكفى أى منها وحده لفهم

العمل الفنى<sup>(٢)</sup> وأول هذه الطرق: هو تاريخ الفن الذى يتتبع النشاط الفنى من عصر

إلى عصر، وفى الحضارات المختلفة. فيوضح التأثيرات التى يتلقاها الفن من النظم

الاجتماعية والدينية والسياسية.. إلى اخره، ويحاول الكشف عن القوانين التى تفسر

تطور الأساليب الفنية.

وذلك بالإضافة إلى الدراسة من خلال سيكولوجية الفن، ومن خلال النقد الفنى.

لتكتمل الطرق الثلاثة لفهم العمل الفنى.

وبالإضافة إلى المداخل أو الاتجاهات التى تفسر العمل الفنى فى إطار المنظور

الاجتماعى، فإن هناك رأيا بأن الفن بصفة عامة هو افراز اجتماعى لرغبات الإنسان

ومتطلباته، شأنه شأن الظاهرة الفنية التى تعتبر حصيلة مكونات اجتماعية تضع

بصماتها بالضرورة على كل ما يقع فى إطارها.<sup>(٣)</sup>

وبالنسبة للإبداع بصفة عامة أيضا، فإن الحكم الأخير على إبداع ما، هو التقويم

الاجتماعى. وأن تقويم الأثر يكون وفق المرحلة الاجتماعية/التاريخية التى انتج

خلالها<sup>(٤)</sup>

وبالإضافة إلى ذلك فإننا لا يمكن أن نغفل الإتجاه الاجتماعى للاتصال بصفة عامة،

والاتصال الجماهيري بصفة خاصة، والتي تمثل الأعمال الفنية الجماهيرية الرسالة الأساسية في هذه العملية، وسواء نظرنا إلى الاتصال الجماهيري في المجتمع بوصفه عملية اجتماعية شأنها شأن كل العمليات الاجتماعية، فتؤثر في سمات الأفراد وسمات المجتمع وتتأثر بهما في نفس الوقت (٥). أو نظرنا إلى المؤسسات التي تقوم بإنتاج الأعمال الفنية الجماهيرية في إطار عملية الاتصال الجماهيري بوصفها مؤسسات اجتماعية يجتمع لها المفهوم المؤسسي الذي يجتمع له الضرورات الفكرية بجانب الضرورات المادية والبشرية التي تشكل كيان أو بناء هذه المؤسسات، إذا نظرنا إلى المؤسسات في إطار المفهوم المؤسسي institutionalization الذي يفرض عليها القيام بعدد من الوظائف في المجتمع، حيث تعتبر المؤسسات في هذه الحالة تنظما له عناصره الفكرية والمادية، يقوم بوظيفة اجتماعية، باعتبارها بناءات لنشر الأفكار العامة وإمتداد الحاجات الانسانية (٦).

والنظرة إلى إنتاج الأعمال الفنية الجماهيرية في إطار المفهوم المؤسسي يعنى بالتالى أنها تؤثر وتتأثر في نفس الوقت بالنظم الاجتماعية الأخرى في المجتمع من جانب، وجمهور المثقفين لأعمالها، والذين يمثلون جمهور النظم الاجتماعية الأخرى، من جانب آخر، وهو ما سنوضحه تفصيلا بعد.

وهذه الداخلى - ونميرها - تشكل في مجموعها الإتجاه الاجتماعي للاتصال في مجالات الابداع الفنى الجماهيري، فتطبع عناصره بهذا الطابع، الذى يؤثر في اتجاه الحركة وأهدافها في العملية الاتصالية سواء من جانب الفنان المبدع، أو جمهور

المتلقين، أو المؤسسة الفنية كلها، والتي تؤثر أيضا وتتأثر ببعضها في إطار السياق الاجتماعي العام للمجتمع الكل.

ويتطور الإتجاه الاجتماعي في رسم الخصائص والسلوك والأهداف الخاصة بكل من الفنان المبدع، وجمهور المتلقين، والمؤسسات الفنية. والذي يضع بصماته على خصائص الرسالة الاتصالية وأهدافها والتي تتجسد في الاعمال الفنية الجماهيرية، وهو ما يظهر في تأثيرات الدور الاجتماعي للفنان، وتأثير الخصائص الاجتماعية والثقافية لجمهور المتلقين، والتأثيرات الخاصة بالنظم الاجتماعية في علاقاتها بنظام المؤسسات الفنية كنظام اجتماعي.

## الدور الاجتماعي

### للفنان المبدع

يقوم البناء الاجتماعي على انتظام أعضائه في مواقع أو مراكز position معينة، وتفرض هذه المواقع على هؤلاء الأعضاء سلوكا معينا. هذا السلوك المرتقب والقيم المتصلة به تمثل مجموعة الوظائف التي يقوم بها العضو في موقعه. وتمثل بالتالي الدور role الذي يقوم به الفرد داخل الجماعة أو المجتمع.

فالدور الاجتماعي هو عبارة عن الوظائف العملية التي يتطلبها المركز، ومجموعة الحقوق والواجبات المتصلة به، أو هو عبارة عن نمط منظم من المعايير فيما يختص بسلوك فرد يقوم بوظيفة معينة في الجماعة. أو هو الجانب الدينامي لمركز الفرد أو وضعه أو مكانته في الجماعة، أو هو مجموعة متسقة من الأنشطة أو الافعال المتعلمة

يقوم بها الفرد في مواقف تفاعله وتبادلته مع الغير. (٧)

وتوزع الادوار في نسق معترف به، يحقق وظائف اجتماعية، ويشبع في نفس الوقت حاجات نفسية للعضو في الجماعة، ويساعد الجماعة بالتالي على تحقيق اهدافها ومن أمثلة الادوار الاجتماعية: دور الأب، ودور الأم، ودور المدرس، ورجل الدين، والطبيب، ورجل الاعلام... إلى أخره. وفي كل منها هناك أنماط من السلوك المتوقع، أنماط من الحقوق والواجبات في علاقة كل دور بالآخرين وبالمجتمع.

وحيث أن الابداع لا يبدأ من فراغ، ولكنه استجابة هادفة لمؤثرات بيئية وحياتية. وأن الفن هو ظاهرة اجتماعية - كما سبق أن أشرنا - ونتاج نسبي يخضع لظروف الزمان والمكان. والفنان المبدع كائن اجتماعي يعيش في بنية جمالية ذات صبغة اجتماعية يستجيب لمؤثراتها. ويرى المجتمع في الابداع الفني أداة لتحقيق عدد من الوظائف والحاجات الاجتماعية.

لذلك كان للفنان المبدع موقعا أو مركزا اجتماعيا في النسق الكلي، يقوم من خلاله بالدور الذي يستهدفه المجتمع من هذا الموقع. ويرتب للفنان حقوقا وواجبات ترتبط بهذا الدور الاجتماعي.

وتصدر أنماط السلوك لهذا الدور. تفاعل الفنان مع بيئته الاجتماعية، ليس بوصفها مصدرا للفكر والالهام فقط. ولكن بوصفها أيضا إطارا للحركة والأهداف فالمشروع الابداعي الفني يستهدف تعبئة الطاقات من أجل الاستمرار والتجديد، وبذلك فإنه يعمل في تناغم مع المشروعات الاجتماعية الأخرى لتحقيق هذا الهدف.

وقد يشور الفنان بحكم هذا الدور على سلبيات المجتمع وقصور حركته. ولكنه يظل متمسكا بمفهوم الثورة التي تهدف الى تغيير الأوضاع من أجل الوصول إلى صورة أفضل. يراها الفنان متمثلة أمامه من خلال الخبرة والتجربة المختزنة والتي تراكمت لديه بفعل إنتمائه وتفاعله مع هذا المجتمع بسلبياته وإيجابياته. وإذا كان من حق الفنان أن يطمح إلى التغيير أو التطوير أو التجديد بتأثير المفهوم الابداعي. فإنه مما يؤثر في تقويم هذا الطموح التجزى، أو تقديم الصورة المتبسرة في محاولة لاعادة تشكيل الحقائق الاجتماعية، متأثرا بالمفاهيم الذاتية فقط، أو وفق مزاجه النفسى الخاص. والذي قد يبعد بالفنان عن الواقع ويتجه به الى التجريد فى رؤية الحقائق والاشياء.

وإذا كان الإتجاه الأخير يمثل إتجاها فنيا فى رؤية الحقائق وإعادة تشكيلها، إلا انه يحد من تفاعل الفنان مع المجتمع، وبذلك يؤثر فى وظائف الفنان باعتبارها تجسيديا للدور الاجتماعى، الذى يفرض عليه تفاعلا مع الواقع الموضوعى، والتمرد عليه أو دعمه من خلال رؤيته التى تتأثر بتراكم الخبرات والمعرفة الاجتماعية ولا يعتبر الإتجاه الاجتماعى قيديا على حرية الفنان، ولكنه تحديد للدور المرتقب منه فى المجتمع.

وبفرض الدور الاجتماعى على الفنان المبدع اكتساب الخصائص والسمات الاجتماعية التى تشكل الاطار الثقافى للمجتمع، بحيث تسهم هذه المكتسبات فى دعم الاطار العام للفنان المبدع، وتسهم بالتالى فى تقويم الوقائع والحقائق التى يعيشها فى المجتمع، فتكون واقعا للابداع. حيث يحدد هذا التقويم موقفه الخاص من هذه الوقائع والحقائق، مؤيدا أو رافضا لها، يدعمها أو يعمل على تغييرها من خلال ما يستلهم منها

من أفكار أو معان يقوم بصياغتها فى شكل من أشكال العمل الفنى الجماهيرى. وبذلك فإن الدور الاجتماعى للفنان المبدع يتأثر بهذه الخصائص والسمات الاجتماعية شأنه شأن الأدوار الاجتماعية. حيث تطع هذه الخصائص والسمات الاجتماعية سلوكه وآراءه بطابعها، وذلك مثل تأثير المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة فى المجتمع، وتتصدرها أنماط القيم والتقاليد والاعراف السائدة التى تؤثر فى السلوك الاجتماعى بصفة عامة، وسلوك الأدوار بصفة خاصة.

وبذلك فإننا نجد أن هذه الخصائص والسمات الاجتماعية التى تشكل الإطار الثقافى للمجتمع بجانب أنها تعتبر مصدرا أو منهلا للفنان المبدع فى تكوين وتشكيل الخبرة والتجربة الاجتماعية المتراكمة والناجمة عن الاتصال والتفاعل الاجتماعى، بجانب ذلك فإنها تشكل قيادا على حركة الفنان وحرية فى رسم الصورة الإبداعية، وصياغة العمل الفنى الإبداعى. حيث يلتزم الفنان فى إنتاجه بهذه الخصائص أو السمات التى تطبع العمل الفنى بطابع الاصاله، ويعتبر خروجه عليها أو عدم التزامه بها خروجا على قيم المجتمع وتقاليد وأعرافه، وبالتالي يعبر عن عدم تمسكه بالدور الاجتماعى وإتجاهه إلى العزلة أو اغترابه عن المجتمع.

وفى هذه الحالة فإننا نفرق بين ما استقر فى وجدان المجتمع، ونال القبول الجمعى بوصفه موجها للسلوك من قيم أو تقاليد راسخة. وبين ما يقبل التمرد عليه أو تغييره بوصفه عقبة فى طريق التجديد والتطوير، وبذلك فإنه اذا كانت القيم الروحية نمطا مقبولا من أنماط القيم توجه السلوك الفردى والاجتماعى وتضبطه وبالتالي يصبح الإلتزام

بها أمرا مقبولاً، فإن هناك الكثير من العادات أو التقاليد الموروثة التي لم تصل بعد إلى مستوى القيمة الاجتماعية والتي قد يرى الفنان في تغييرها أو التمرد عليها سبباً للتطور والتقدم الاجتماعي. والتراث الثقافي للمجتمع يمكن أن يحدد إلى مدى بعيد اتجاه القيم السائدة التي يصر المجتمع على التمسك بها أو تلك التي يتسامح المجتمع في الخروج أو التمرد عليها أو محاولة تغييرها.

ويشير هذا الالتزام الذي يفرضه الدور الاجتماعي تساؤلاً حول اتجاه الفنان المبدع ببصره نحو المجتمعات الأخرى، والتي قد تكون أكثر تقدماً، تحقق من خلال تقدمها عوامل الجذب وتثير لدى الفنان الرغبة في محاكاة حياتها أو سلوك أفرادها أو أنماط القيم السائدة منها، باعتبارها نموذجاً يحتذى أو قدوة يتمثل بأدائها الآخرون. والفنان المبدع في هذه الحالة قد يرى في هذا النموذج هدفاً للتغيير أو التجديد، أو قيمة وسلوكه أداة لهذا التغيير أو التحديد، ولا يرى في هذه الحالة تناقضاً بين هذه الرؤية ووظائف الدور الاجتماعي التي يهدف إلى تحقيقها.

وإذا كان هذا الإتجاه يهدف إلى نقل التجربة الخارجية إلى المجتمع، مع الالتزام بمقومات وثقافة البيئة المحلية فإنه لا يؤثر على نور الفنان المبدع في هذا المجال، إلا أن خروج الفنان تماماً على موروثات البيئة المحلية، واتجاهه إلى دعم ما استورده من أفكار أو معانٍ أو قيمٍ أجنبية سيؤدي بالتالي إلى تنازل الفنان للمبدع عن دوره الاجتماعي باعتباره من بيئته وثقافته.

وبذلك فإن الدور الاجتماعي للفنان المبدع لا يتعارض مع إتجاهه إلى الاستفادة من

المعرفة والخبرة الاجنبية، التي تسهم فى صقل المعرفة والخبرة الحلية ولا تحل محلها بل تعمل معها بتوافق فى سبيل تحقيق وظائف الدور الاجتماعى، والتي يتصدرها تعبئة الطاقات الابداعية للنهوض بالمجتمع والارتقاء بالانسان فيه.

والاتجاه الاجتماعى لدور الفنان المبدع هو الذى يؤكد الحاجة الى الاتصال الاجتماعى، حتى ينظر الفنان الى ابداعاته ليس بوصفها اعمالا جديدة او مبتكرة فقط، ولكنه ينظر اليها فى اطار ما تحققه من اهداف او وظائف ترتبط بطبيعة الدور الذى حدده المجتمع للفن، ومركز الفنان فى هذا السياق الاجتماعى.

وبذلك فإنه فى اطار الدور الاجتماعى تصبح الاهداف الاجتماعية ملزمة، ويصبح السلوك الذى تحدده المعايير الاجتماعية للدور الاجتماعى ملزما إلى حد كبير للفرد الذى يقوم بهذا الدور. وهو ما ينطبق على الفنان المبدع الذى يجب أن يلتزم بالاهداف الاجتماعية والسلوك الاجتماعى فى أدائه لدوره الاجتماعى، ذلك أن تقويم المجتمع لأداء الدور الاجتماعى وسلوكه يكون فى اطار ما يتوقعه المجتمع من سلوك واداء يرتبط بطبيعة الدور وخصائصه، وهو السلوك المرتقب من الدور الاجتماعى.

ولعل الدور الاجتماعى للفنان المبدع من الادوار المحدودة التى لا يدفع الى الابداع فيه، كسبا ماديا يحتل أهمية كبيرة، بل إن التقدير المادى فى كثير من الاحوال يحتل مرتبة ثانوية فى ترتيب الدوافع الخارجية التى تدفع الى الابتكار والتجديد. ولكنه على الجانب الاخر يتوقع من الاخرين الدعم والتأييد المعنوى الذى يدفع بالفنان المبدع الى الاستمرار فى العطاء والتميز فى الابتكار والتجديد. وهو ما يمثل السلوك المرتقب من

الآخرين بالنسبة للدور الاجتماعي للفنان.

ويتوقع من المجتمع توفير الظروف الملائمة والمناخ المناسب للإبداع الفني للقيام بدوره الاجتماعي، وتمثل الظروف والمناخ الملائم في توفير قدر الحرية والتسامح الذي يسمح للفنان المبدع بتوظيف الطاقات الإبداعية لديه للكشف والجدل الذي يفرز الصورة الفنية التي يتخيلها الفنان أقرب إلى تصوير الواقع ومشكلاته وتقديم الحلول المقترحة لهذه المشكلات وتجاوزها. ولذلك فإن الإبداع الفني وتفاعله مع المجتمع لايزدهر إلا في مناخ الحرية ومساندة النظم السياسية والاجتماعية لهذا المناخ ودعمه. بدءاً من حرية التواصل الاجتماعي واستقاء المعلومات وتوفير المعرفة، إلى حرية إنتاج الأفكار الإبداعية وعرضها على الجماهير، ما دامت قد تمت في إطار متطلبات الدور الاجتماعي التي تتفق مع المعايير الاجتماعية السائدة في المجتمع.

ذلك أن من أهم صعوبات الإبداع الفني بوصفه أداء للدور الاجتماعي للفنان المبدع، القيود والضغوط التي تضعها السلطة - خارج إطار المعايير الاجتماعية - على حركة الدور الاجتماعي للفنان المبدع وسلوكه.

وإختلاف الإداء والسلوك للدور الاجتماعي من فرد إلى آخر، لا يعني اختلافاً في الدور الاجتماعي، ولكنه اختلاف أو تباين يرتبط بخصائص الشخصية التي تقوم بهذا الدور، والتي قد تختلف من فرد إلى آخر، باختلاف محددات الشخصية أو خصائصها وقدرتها على التعامل مع المثيرات الاجتماعية، وهذا ما يفسر أيضاً مستوى الإبداع

وقيمة الناتج الابداعى وتباينه من فرد إلى آخر على الرغم من وحدة الدور الاجتماعى للفرد المبدع.

وذلك ما يفسر الضرورات التى تحتم اتفاق خصائص الشخصية الواقعية ومع خصائص شخصية الدور الاجتماعى، ولذلك فإن الدور الاجتماعى للفنان المبدع يتطلب بداية توفير مقومات الابداع والقدرة على المبادأة والابتكار، والتقمص ومعايشة الواقع، والتواصل الاجتماعى... وغيرها من خصائص الشخصية التى تسهم إلى حد كبير فى قيام الفرد بالدور الاجتماعى للفنان المبدع ونجاحه فى هذا الدور وبالتالي رضا المجتمع عنه، ودعمه لاعماله وانتاجه الابداعى الفنى، وكما أن الفرد يقوم بعدد من الادوار الاجتماعية فى إنتمائه إلى المجتمع، فإن التوافق بين هذه الادوار يصبح مطلباً ضرورياً لتجاوز الصعوبات او المشكلات الناتجة عن عدم التوافق أو صراع الأنوار، ولذلك فإن الفنان لا ينجح فى دوره الاجتماعى المتصل بطبيعة الابداع الفنى، إذا ما قام بدور التاجر أو رجل الأعمال نظراً لتأثير نمط القيم ومحددات السلوك التى تختلف بين الدورين، ويؤدى الصراع بين الدورين إلى إخفاق الفرد فى أيهما على حساب الاخر. أو فى الدورين معاً.

ولذلك فإن الدور الاجتماعى للفنان المبدع بجانب أنه يفرض عليه سلوكاً محدداً، والتزاماً معيناً باطار المعايير الاجتماعية التى تحكم سلوك الدور وحركته، فإن الفنان المبدع نفسه يجب أن يتجه بسلوكه الى تحقيق التوافق والتوازن مع شخصية الدور الاجتماعى الذى يقوم به، وكذلك بين الادوار المتعددة التى يقوم بها بحكم كونه عضواً

فى المجتمع تتعدد له الانوار بتاثير تعدد إنتماءاته فى المجتمع.

## السمات الاجتماعية

### لجمهور المتلقين

بجانب الدور الاجتماعى للفنان البدع الذى يضع بصماته على خصائص وسلوك الفنان فى علاقته بالعملية الاتصالية، فإن الاتجاه الاجتماعى للاتصال يضع بصماته على خصائص وسلوك المتلقين أيضا.

هذه الخصائص أو السمات التى ترسم إتجاه التقويم الاجتماعى للعمل الفنى الجماهيرى، فى إطار ما يحققه من أهداف تتفق وحاجات الافراد المتلقين من جانب، وحاجات وأهداف المجتمع من جانب آخر، وهذه الاهداف التى تحدد مبدئيا خصائص وسمات العمل الفنى الجماهيرى بوصفه رسالة اتصالية، تتأثر بالاتجاهات النفسية والاجتماعية لكل من الفنان وجمهور المتلقين.

ولذلك كانت البداية دائما فى صياغة الرسائل الاتصالية هى رسم خصائص وسمات جمهور المتلقين باعتبارها المدخل الى ادراك هذه الرسائل وتفسيرها.

وعلى الرغم من أن البدايات الأولى للأعمال الفنية الجماهيرية، سواء فى المسرح أو الموسيقى أو السينما كانت تأخذ فى اعتبارها اتجاه المتلقين نحو هذه الاعمال، وكان المسرح بصفة خاصة يعتبر جمهور النظارة - المشاهدين - جزء من بناء العمل المسرحى، وكانت الموسيقى تستهدف جمهور المواطنين وتستثير عواطفهم الكامنة وشعورهم القومى فى الكثير من أعمالها وتجسد من خلال ذلك فكرة الانتماء القومى

والوطني. وكذلك السينما التي تطورت كثيرا لتدخل ميدان التسجيل التاريخي - من خلال الابداع الفني - للكثير من العارك والمواقف البطولية للشعوب، وتجسد ايضا فكرة الانتماء والاعتزاز بالروح الوطنية والقومية.

على الرغم من ذلك فإن علماء الاتصال الجماهيري ظلوا لفترة طويلة ينظرون الى جمهور وسائل الاتصال الجماهيري على انهم مجرد أعداد مشتتة من الافراد الذين لا تجمعهم خصائص أو سمات واحدة، يتسمون بالعزلة الاجتماعية ولا يملكون القدرة على العمل كوحدة او تنظيم اجتماعي متماسك، وبالتالي فانهم يتأثرون بوسائل الاتصال الجماهيري بشكل فردي. (٨)

ولكن مفهوم العزلة وغياب التواصل الاجتماعي كسمة من سمات هذا الجمهور، لم تجد قبولا بعد ذلك بين علماء الاجتماع والاتصال، لان الفرد في جمهور المتلقين لا يتعامل مع وسائل الاتصال الجماهيري كشخصية منعزلة، ولكن كعضو في الجماعات التي ينتمى اليها ويتفاعل معها، وأن سلوكه الاتصالي هو جزء من السلوك الاجتماعي ونادرا ما يكون مجهول الهوية لانه عضو في شبكة من الجماعات الأولية والثانوية مثل العائلات وجماعات الاصدقاء، ودوائر العمل.. إلى آخره، التي تؤثر في السياق الاجتماعي لاتجاهات الفرد وارائه حتى لو تعرض منفردا إلى وسائل الاعلام. وبذلك فإن عمليات وتأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري يجب أن تفسر في ضوء مفهوم جمهور المتلقين، النشط، الذي يبحث عما يريد، ويرفض ما لا يتوقعه، ويتفاعل مع اعضاء الجماعات المرتبط بها (٩).

هذا الاتجاه تأثر بكثير من المفاهيم التي سادت بعد ذلك نتيجة النظر الى الاتصال الجماهيري كعملية اجتماعية - كما سبق أن قدمنا - وكذلك النظر الى الاتصال الجماهيري كنظام اجتماعي يعتبر الجمهور الذي يتسم بالتنوع والانتماء الى طبقات وفئات متعددة أحد عناصر هذا النظام. ويتأثر الجمهور في تحديد الدور الذي يقوم به في هذا النظام بمتغيرات عديدة يتصدرها حاجات واهتمامات افراده والفئات الاجتماعية المتنوعة التي ينتمى اليها وطبيعة العلاقات الاجتماعية بين هؤلاء الأفراد، والتي تشير بدورها إلى حركة السلوك واتجاهاته. التي تحدد أنماط واهتمام الجمهور وتفسيراته، واستجابته الى نوع معين من الرسائل الاتصالية. (١٠)

بالإضافة إلى تطور النظرة إلى جمهور وسائل الاتصال الجماهيري، وعلاقاته المتبادلة مع كل من النظام الاجتماعي بثقافته وبنائه، واتجاهات الحركة فيه من جانب، وكذلك وسائل الاتصال الجماهيري من جانب آخر، وارتباط هذه العلاقات المتبادلة بالتأثيرات الخاصة على سلوك الجمهور واهتماماته، وذلك في نموذج موحد يحدد طبيعة هذه العلاقات واتجاهاتها ونتائجها على كل من النظام الاجتماعي، ونظام وسائل الاتصال الجماهيري والجمهور (١١) ولذلك لا يمكن أن نفعل الطبيعة الاجتماعية لجمهور المتلقين في الاختيار والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيري. والاعمال التي تعرضها ودوافع استخدامها. (١٢) كما لا يمكن أن نفعل السمات الفردية أو خصائص الشخصية أو السمات النفسية للجمهور audience psychographics خصوصا عندما لا تصبح السمات العامة أو الخصائص السكانية كافية للتخطيط أو

تفسير رد الفعل نحو الاعمال الفنية الجماهيرية- بوصفها رسالة اتصالية- من جانب اخر (١٣) بالاضافة إلى أن دراسة المهارات والسمات الشخصية ونمط الحياة لافراد جمهور المتلقين، بجانب السمات العامة تعتبر احد المدخلات او المتغيرات المستقلة فى عملية الاتصال الاتقاعى عند تحليلها كمدخل فى تخطيط الحملات التى تستهدف الاتقاع وتوجيه السلوك من خلال وسائل الاتصال الجماهيرى. (١٤)

ولذلك تطورت دراسة الجمهور فى اتجاه الوصف الدقيق للسمات الاجتماعية والنفسية واتجاهات التفضيل، لعدم كفاية الابعاد التفسيرية لبحوث تركيب الجمهور أو المسوح الروتينية لها، التى تقدمت فى دراسة الفئات الرئيسية للسمات العامة مثل السن، والنوع، والتعليم، والمهنة، والدخل، ولكنها لم تتجه الى معرفة التركيب الاجتماعى ولم تركز بدرجة كافية على الانسجة المشتركة فى حياة الجماعات التى يندمج من خلالها الفرد فى المجتمع الاكبر.

وأتجه البحث الى دراسة عضوية الفرد فى الجماعة، كعامل يتخلل عملية الاتصال، وكذلك إلى تأثير السياق الاجتماعى والنفسى الذى يعيش فيه الفرد، واتجه ايضا الى دراسة تأثير أنماط القيم، والمشاركات والادوار الاجتماعية، فى توجيه الافراد الى ما يروونه أو يشاهدونه.

وهذا الاتجاه ساهم فى تقديم التفسيرات الخاصة بالاتصال الجماهيرى، فى اطار علاقة الفرد ببيئته، وتفسير الاثر فى اطار الدور الذى تقوم به وسائل الاتصال الجماهيرى، مادام متفقا مع العلاقات والاتجاهات الأكثر رضا للفرد فى علاقته بذاته

والعالم الذي يعيش فيه. (١٥)

وهذا الاتجاه الاجتماعى فى دراسة جمهور المتلقين يفيد فى تحقيق المطالب الآتية:  
- دراسة السمات الاجتماعية لجمهور المتلقين، بغرض الكشف عنها وإتخاذها  
معيارارا لتصنيف هذا الجمهور، والتعرف على السمات الشائعة، حتى يمكن البناء  
الامثل لعناصر النموذج الاتصالى فى تحقيق أهدافه.

ذلك أن الفنان المبدع فى حاجة إلى رسم اطار الخبرة، ودلالة المعانى لدى الافراد  
المتلقين. حتى يمكن صياغة رموز العمل الفنى الجماهيرى بما يتفق مع هذا الاطار،  
الذى تسهم فى تحديده الخصائص والسمات الاجتماعية اكثر مما ترسمه الخصائص  
والسمات العامة أو الاولى كالعمر أو التعليم أو الحالة الاقتصادية، وإن كانت الاخيرة  
يمكن أن تشير الى اطار الدلالة أو الخبرة ايضا فى علاقاتها بالخصائص والسمات  
الاجتماعية، حيث ثبت أن الافراد الذين يتوحدون فى هذه السمات العامة والأولية غالبا  
ما يتوحدون ايضا فى الدور أو المركز الاجتماعى، الذى يسهم بالتالى فى رسم اطار  
الدلالة والخبرة المكتسبة. التى تؤثر فى إدراكه للرموز الاتصالية وتفسيره لها.

ويعتبر اطار الخبرة ودلالة المعانى مدخلا للصياغة السليمة لرموز العمل الفنى  
الجماهيرى التى تقوم بدورها فى رسم حدود النجاح أو الفشل فى قبول هذا العمل.  
بناء على نموذج الاتصال الذى قدمه ويلبورشرام وأهتم فيه بإطار الخبرة المشتركة  
بين كل من المرسل أو القائم بالاتصال، والمتلقى أو المستقبل، هذا الاطار الذى يتجسد  
فى اختيار الفنان للرموز التى يمكن أن يدركها المتلقى بنفس المعنى أو الدلالة التى

يستهدفها الفنان في صياغته للعمل الفني الجماهيري.

- ومن جانب آخر فإن هذه السمات أو الخصائص الاجتماعية هي التي تحدد الى مدى بعيد إتجاه السلوك الاجتماعي للفرد الذي يتأثر بمعايير المجتمع وجماعات الإلتماء وإطارها المرجعي. ويؤثر بالتالي في السلوك الاتصالي للفرد، أحد مظاهر السلوك الاجتماعي.

وعلى هذا فإن التعرف على هذه السمات أو الخصائص الاجتماعية يساعد الفنان المبدع على رسم التوقعات الخاصة بسلوك الافراد المتلقين نحو الاعمال الفنية الجماهيرية وكذلك تفسير السلوك في علاقته بهذه الاعمال.

وغياب هذه المطالب أو وجودها هو الذي يفسر الى حد بعيد، فشل الاعمال الفنية الجماهيرية أو نجاحها، والذي يحدد قبول جمهور المتلقين لهذه الاعمال أو رفضها لعدم اتفاق هذه الاعمال أو رموزها مع حاجات جمهور المتلقين وإطار خبراته وتجربته التي يكتسبها بتأثير الخصائص والسمات الاجتماعية لافراد هذا الجمهور.

ولذلك فإن الدراسات المسبقة للكشف عن الخصائص الاجتماعية لجمهور المتلقين، وتصنيفه في فئات، هذه الدراسات تضع أمام الفنان المبدع صورة اجتماعية لهذا الجمهور تجعله يربط بينها وبين أهداف العمل الفني ورموزه، وكذلك تجعله يتوقع مسبقا باتجاهات السلوك الاتصالي نحو هذه الاعمال عند عرضها، فيضع بذلك أولى دعائم النجاح والقبول لهذه الأعمال.

وعلى الرغم من تعدد السمات الاجتماعية التي تخضع للدراسة في مجال علوم

الاجتماع، وعلم النفس الاجتماعي، والاتصال، فإننا نرى أن أهم السمات الجديرة بالدراسة هي السمات ذات العلاقة بالسلوك الاتصالي مع وسائل الاتصال الجماهيري. وأهمها ما يلي:

## Loneliness and social be- longingness

ففي حالة غياب الانتماء الاجتماعي بين افراد الجمهور، يصعب على القائم بالاتصال توقع سلوك أو رد فعل أفراد الجمهور المنعزلين، لأن سلوكهم في هذه الحالة - حالة العزلة - سوف يتمثل في سلوك الحشد crowd الذي يصعب احتواؤه في اطار المعايير العامة للمجتمع، والقواعد الاجرائية للسلوك المنظم، حيث يحدد الافراد المعزولون الذين يميزون الحشد، إهتمامهم بسرعة دون الحاجة إلى الأدلة المرتبطة بالتفاعل القائم على التفكير بين الافراد، وأهم ما يميز سلوك الحشد، أنه لا يعتمد على التواصل بين الافراد، ويتم بعفوية دون الاعتماد على المنطق، ويتميز بميكانيكية النقل بين افراده. (١٦)

بينما يساعد الانتماء الاجتماعي على تنميط السلوك الاتصالي في اطار السمات المميزة لجماعات الانتماء، وبالتالي سهولة التخطيط له وتوقع اتجاهاته. وقد اكدت البحوث والدراسات الخاصة بجمهور المتلقين على العلاقة بين الانتماء والسلوك الاتصالي، حيث اشارت على سبيل المثال - كما سبق أن رأينا - إلى أن الذهاب الى السينما عادة ما يتم في جماعات، وأن التلفزيون يشاهد كثيرا بجماعات

العائلة التي كثيرا ما يتفاعل افرادها مع بعضهم بطريقة أو اخرى خلال عرض مفرداته.

### - جماعات الانتماء membership groups

ينتمى الفرد إلى جماعات عديدة بطريقة جبرية أو إختيارية، فهو عضو في الجماعات الديموغرافية أو السكانية جبريا من خلال تصنيفه في إحدى الفئات الخاصة بالسماة السكانية مثل السن والنوع والاصول العرقية... إلى اخره.

وينتمى أيضا خلال تاريخ حياته إلى جماعات أخرى بطريقة اختيارية يتألف معها، مثل الجماعات التعليمية، الجماعات الاجتماعية، الجماعات الوظيفية والتنظيمات السياسية، ويوصف الفرد من خلال مفهوم كل الجماعات التي ينتمى إليها، ويترتب على ذلك وجود العديد من الافراد يحملون نفس الصفات التي يستهدفها القائم بالاتصال (١٧)

وتعتبر جماعة الانتماء، هي الجماعة المرجعية reference groups التي يشارك الفرد اعضاءها في الدوافع، والميول والاتجاهات، ويتمثل قيمهم ومعاييرهم في سلوكه الاجتماعي. وعندما تمتلك وسائل الاتصال الجماهيرى أو القائم بالاتصال فيها المعلومات الاساسية حول الجماعات المرجعية لافراد الجمهور المستهدف، فإنه يسهل التخطيط للأعمال وصياغة الرسائل على أساس سليم، خاصة أن هذه الجماعات تقر أنماط السلوك والمعتقدات لأعضائها، ويصبح بالتالى من السهولة استشارة الأفراد إلى السلوك المستهدف من خلال هذه المعلومات. (١٨)

والجماعات المرجعية إما أن تكون الجماعات التي ينتمى إليها الفرد فعلا، أو لا

يكون عضوا فيها، ولكنه يتخذها نمطا لاتخاذ أحكامه وسلوكه.

وهي إما جماعات موجبة يطمح الفرد في الانتماء إليها، أو سالبة يرفضها. وعلى الرغم مما يثيره هذا التقسيم حول عدم الحاجة إلى دراسة الجماعات التي لا ينتمى إليها الفرد، أو السالبة التي يرفضها، مع موضوعية مطلب دراسة جماعة الانتماء الموجبة. إلا أننا نرى أنه في تخطيط السياسات الاعلامية، وصياغة الرسائل الاتقاعية، نجد أن إدراك القائم بالاتصال لأنماط هذه الجماعات يضع حدودا لهذه الرسائل ويقدم بعدا في استمالة الفرد. ذلك أن رفض قيم ومعايير الجماعات المرفوضة يكون مدخلا اتقاعيا سليما لاستمالة الفرد العضو في جماعة الانتماء الموجبة، أو في تلك التي لا ينتمى إليها ويرجع إليها في تقدير أحكامه وسلوكه.

وهناك أيضا الجماعات ذات المصلحة interest groups التي تميل إلى رؤية كل الاحداث وتفسيرها في إطار مفهومها الضمني لاهتمامها المشترك الذي تجمعت حوله. وهذه الجماعات تجذب كثيرا من الأفراد إلى صفوفها، يؤمنون بمعتقداتها وأفكارها وإتجاهاتها، وتطبع سلوك الأفراد الذين ينتمون إليها بما يحقق ترويج وجهات نظر واءاء المنتجين وبرامجهم. الذين يشكلون أعلى قمة في تنظيم هذه الجماعات والذي يتكون من المنتجين ثم الموزعين ثم المستهلكين لهذه الافكار والاراء والبرامج. وهذا التنظيم يعكس البناء الاجتماعي لهذه الجماعات.

والبناء الاجتماعي في مثل هذه الجماعات يقوم بدور كبير في تسهيل عملية الاتقاع، وتنميط السلوك خلال قنوات الاتصال، للوصول الى الجماهير العامة التي تؤمن بأفكار

هذه الجماعات واتجاهاتها.

ويرتبط بتحديد جماعات الانتماء، درجة الانتماء الى هذه الجماعات، ذلك أن مجرد الانتماء، في حد ذاته ليس كافيا، ولكن الانتماء يجب أن يكون مصحوبا بالتفاعل النشط داخل هذه الجماعات، الذي يؤخذ في الاعتبار عند صياغة الرسائل الاتصالية. نظرا لتأثير هذه الجماعات وأفكارها واتجاهاتها على ادراك وتفسير الفرد لهذه الرسائل. وبالإضافة إلى ضرورة التعرف على جماعات الانتماء، ودرجة الانتماء إليها والتمسك بها، يضاف الى ذلك أيضا ضرورة التعرف على نمط التفاعل الاجتماعي السائد داخل الجماعات، والذي يعكس درجة التماسك والاتصال داخل الجماعة، ومستوى انتقال المعرفة بين اعضائها وقبولهم لمعاييرها أو رفضهم لها. ويشير نمط التفاعل الاجتماعي إلى اتجاهات التأثير المتبادل بين الافراد، وتأثير رأي الاغلبية واتجاهات السلوك نحو الافراد وبعضهم، وبالتالي تأثير ذلك على السلوك الاتصالي نحو وسائل الاتصال الجماهيري وما تقدمه من اعمال أو مفردات أو رسائل اتصالية.

**الأطر المرجعية والمعايير الثقافية السائدة: -Frame of referenc-**

**es and cultural norms**

يكتسب الفرد بصفته عضوا في جماعات متعددة جبريا أو اختياريا خلال مراحل النمو في حياته، العديد من المعارف والخبرات والمهارات، نتيجة تفاعله واتصاله مع الآخرين سواء في جماعات الانتماء أو الجماعات المرجعية أو خارجها. وهذه المكتسبات تشكل له أحكاما مسبقة ومقاييس أو قواعد نمطية. تصبح إطارا يرجع إليه الفرد في

ادراكه واتجاهاته وسلوكه الاجتماعى.

وتعتبر المعايير الاجتماعية أيضا من أهم الأسس فى بناء هذا الاطار المرجعى،  
والتي تضم عددا كبيرا من نتائج التواصل الاجتماعى بين الاجيال السابقة والحاضرة،  
وتواصلها مع غيرها من الشعوب والثقافات فتشمل التعاليم الدينية والاخلاقية والقيم  
والاعراف والعادات والتقاليد السائدة... إلى أخره. من الأمور التي استقر المجتمع أو  
الجماعة على قبولها فى تحديد ما هو مقبول أو مرفوض اجتماعيا، ويرجع إليها الفرد  
فى سلوكه الاجتماعى.

وهذه المعايير هي التي تتخذ أساسا فى تعريف الثقافة الخاصة بالمجتمعات، وتعتبر  
هي ذاتها المعايير الثقافية التي تشمل فيما تشمل المعانى والقيم التي تميز الجماعات  
والمجتمعات خلال مراحلها التاريخية. (١٩)

وتعتبر نظرية المعايير الثقافية أحد الأدلة الأساسية فى عملية التأثير، وتقوم على  
أساس ارتباط ما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيرى وما تؤكد عليه بالمعايير الثقافية  
السائدة، أو النماذج التي يلتزم بها جمهور المتلقين لموضوع معين أو مركز معين. وذلك  
لأن السلوك الفردى أيضا يسترشد عادة بهذه المعايير أو النماذج. ومن هنا يتضح  
إتجاه كل من وسائل الاتصال الجماهيرى والجمهور إلى تبني الموضوعات والأفكار  
التي ترتبط بهذه المعايير. (٢٠) وتظهر أهمية معرفة الفنان المبدع للمعايير الثقافية  
السائدة، فى كونها مرشدا فى صياغة العمل الفنى الجماهيرى، واختيار رموز ودلالات  
المعنى التي يحتويها، وذلك حتى يحقق الاثر المطلوب لارتباط ادراك الفرد لرموز العمل

ودلالتة بالأطر المرجعية بصفة عامة والمعايير الثقافية بصفة خاصة.

كما أن ادراك المعايير الثقافية والتمسك بها يقدم دليلا على الانتماء الاجتماعى للفرد وعدم العزلة. وبالتالي توافر مقومات الجمهور المتلقى المتفاعل والنشط فى هذا الفرد، بينما يعتبر عدم ادراكها أو رفضها دليلا على العزلة التى تؤثر فى السلوك الاتصالي، ودوافعه.

ومن المعروف أن هذه المعايير ليست ثابتة ولكنها تتعرض للتغيير نتيجة تواصل المجتمع وأفراده مع المجتمعات والثقافات الأخرى، ونتيجة تغير الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التى تعكس معايير جديدة ترتبط بهذه التغيرات.

ولذلك يعتبر الكشف عن التغير الثقافى culture change مطلباً أساسياً، لأن هناك بعض الأفراد الذين سيكون لديهم الاستعداد لقبول المعايير الثقافية الجديدة. بما يقتضى معرفة حجم هؤلاء الافراد فى المجتمع، والتغيرات التى شملت معاييرها الثقافية. والأطر المرجعية هى الكل الذى يشمل كافة التغيرات التى رجع إليها الفرد فى بناء احكامه، وسلوكه ومنها الجماعات المرجعية ومعاييرها، والتغيرات الخاصة بالعوامل او السمات العامة او السكانية.

وكذلك المعايير الثقافية التى يتبناها الفرد والجماعة فى الحكم على الاشخاص والاشياء والمواقف. فى اطار مفهوم القيم Values التى يكتسبها الفرد، ويضمها الى اطاره المرجعى فى الحكم والسلوك.

ويصبح تصنيف المعايير الثقافية الى فئات فى اطار تصنيف القيم السائدة هو

أقرب التصنيفات ذات العلاقة بمخرجات الاتصال الجماهيري. وهذا التصنيف يرتبط باتجاهات الفرد أو الجماعة في الحكم على الأشياء والمعاني وأوجه النشاط الانساني والتي تجعله يتبنى نمطا أو انماطا معينة من هذه المعايير.

ويتفق هذا التصنيف مع الاتجاهات الاساسية للتعريف الذي ساقه ادوارد تيلور. E. Taylor في البدايات المبكرة. والذي يعتبر أساسا للعديد من التعاريف المستخدمة لمفهوم الثقافة والحضارة، والتي تركز على المفهوم الوصفي لعناصر الثقافة التي تشمل المعارف والمعتقدات والعادات والمهارات والاخلاقيات والقانون، وأي قدرات أخرى أو سلوكيات يكتسبها الفرد بصفته عضوا في المجتمع.

ويتفق أيضا مع الاتجاهات الاساسية لكل من نظرية الانماط الثقافية pattern theory of culture التي تهتم بالتركيز على العناصر الظاهرة والخفية للسلوك ومصادره المكتسبة والتوارثة، التي تحدد النمط الثقافي للجماعات والمجتمعات ونظرية البناء الاجتماعي social structure التي تهتم بنظم العلاقات الاجتماعية والتي تشمل تواصل الجماعات الاجتماعية وتباين الطبقات والنظم الاجتماعية. ولا تنظر الى العناصر الثقافية كعناصر مجردة، ولكن في اطار علاقتها المباشرة وغير المباشرة بالبناء الاجتماعي، وكذلك في كونها مرجعا يعتمد عليه أو يؤثر في العلاقات بين الأفراد والجماعات. (٢١)

وبناء على ذلك يمكن تصنيف المعايير الثقافية الى فئات كالآتي:

١- الاتجاه العلمي: وهو الذي يحكم على الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه

النشاط الإنساني في إطار القوانين والنظريات والعلاقات العلمية، ويصبح الإطار المعرفي هو الأساس في النظر إلى القيمة من خلال هذا الاتجاه. ولذلك فإن أصحاب هذا الاتجاه يتأثرون في قبول أو رفض الأعمال الفنية بمعيار الاتفاق أو الاختلاف مع المعايير العلمية. وكذلك بقيمة ما يضيفه العمل إلى المعرفة الإنسانية. ويتأثر هذا الاتجاه بمستوى التحصيل العلمي المنظم، وكذلك بسعة الإطلاع على العلوم والثقافات المختلفة.

**٢- الاتجاه المادى أو العلمى:** والذي يصدر أحكامه في إطار المنفعة المباشرة والعائد المادى، وكذلك بمفهوم الجزاء المباشر للسلوك الاتصالي، مثل الحصول على المعرفة المتخصصة التي تفيد الفرد في اتخاذ قراراته اليومية.

**٣- الاتجاه المعنوى:** وهذا الاتجاه عكس الاتجاه السابق تماما، حيث تتأثر أحكامه بالمنفعة أو العائد المعنوى الذى يتمثل في التوافق والانسجام والاشباع الوجدانى والعاطفى، ويتركز إهتمام اصحاب هذا الاتجاه حول مصادر التوافق والاشباع الوجدانى، مثل الجمال والابداع الانسانى الذى يكون مصدره الفن. والمعايير السائدة في هذا الاتجاه هي المعانى والرموز التي تدعم الحب والخير والسلام والاخوة والتعاضف والمودة والألفة، وغيرها من المعانى والرموز الايجابية في العلاقات الإنسانية في اطارها المعنوى.

**٤- الاتجاه الاجتماعى:** ويرتبط باطار الاحكام التي تتوارثها الجماعات والمجتمعات لنمط سائد للتقاليد والأعراف والعادات التي تحكم علاقة الفرد بغيره داخل

الجماعات بانواعها المختلفة، مثل العلاقات داخل الاسرة، أو الجيران أو الاصدقاء،

وهذا التصنيف لا يقدم حدودا كاملة بين هذه الفئات لاحتمال تداخل الفئات بعضها مع بعض عند الأفراد. ولكن اختيارها قد يشير إلى سيادة اتجاه معين في التمسك بانماط معينة من المعايير الثقافية والتي يمكن اتخاذها أساسا للتفسير في العلاقات والسلوك الاتصالي.

وفي إطار علاقة جمهور التلقين بوسائل الاتصال الجماهيري قدم جون ميلر J. Miller. تقسيما لهذا الجمهور، يقترب من نتائج التصنيف السابق، ويقوم على الاتجاهات الأساسية في تبني نمط المعايير الثقافية. (٢٢)

#### الجمهور الأمي illiterate -

وهذا الجزء، من الجمهور ممن يقرأون ويكتبون، ولكنهم لا يميلون إلى ذلك، ولاؤهم لوسائل الاتصال الجماهيري ذاتيا، يبحث عن الترفيه والاثارة. ليس صاحب اتجاهات فكرية، غالبا ما يبحث عن الرضا الوقتي أو اللحظي momentary satisfaction كسؤل، يميل إلى المشاهدة فقط وليس إلى القراءة، ترضيه الصور السطحية للمجتمع دون حاجة إلى التفسير أو فهم الاحداث أو الراء. وبالتالي لا يميل إلى التعرض إلى الاعمال الفنية التي تدفعه إلى ذلك. بهتم فقط بدوافعه الخاصة للهروب من روتين الحياة، غالبا ما تكون احوالة الاجتماعية والاقتصادية لهذا الجمهور متدنية، أو في أسفل الطبقة الوسطى.

## - الجمهور النفعى أو المادى، العلى practical, paragmatic

يميل هؤلاء، الى الاندماج فى الية المجتمع، مشاركون، يملون الى التنظيمات، من اصحاب الهوايات، يتعرضون الى وسائل الاتصال الجماهيري، يرغبون فى الارتفاع بمستواهم وزيادة دخولهم، يهتمون كثيرا بالمركز أو المنزلة التى تمثلها الملكية المادية، ولذلك يهتمون بتراكم الثروات واللكيات وهذا يدفعهم إلى ان يكونوا عملاء للرسالة الاتصالية.

ونظرا أنهم يريدون التقدم بصفة مستمرة، فإنهم يتعرضون الى وسائل الاتصال الجماهري بانتظام للتعرف على كغية الوصول الى المقدمة، ويحثون عن المعرفة التى تساعدهم على التقدم وتجعلهم متميزين بين الآخرين، ولذلك فهم يملكون السبب العلى لعاداتهم الاتصالية، ويتميزون بأنهم عمليون واجتماعيون ومقتنعون بتقدمهم، يتعالون بدون ميرر على من هم أدنى منهم، وهم يشبهون الأميين كثيرا فى أنهم لا يميلون الى التفكير، ولا إلى الافكار، ويميلون باتجاهاتهم إلى الاشياء المادية. وإلى فلسفة الاشياء والتحليل الدقيق. وغالبا ما يتجهون الى المحتوى الجاد لانهم يتوقعون أن يعرفوا شيئا حول اهتماماتهم، يظهرون اهتمامهم بالاراء والافكار كمظهر فقط، لانهم يشعرون ان ذلك ينفعهم فى الاجل الطويل، أو لأسباب عملية جدا.

## ٣- الفكرى intellectuelle

وكونون أقل نسبة من جمهور وسائل الاتصال الجماهيري، يهتمون بالاراء ووجهات النظر والمشكلات الفلسفية والمفاهيم والاحداث الفنية والجمالية ولا يهتمون بالماديات

ويترفعون عنها، مفكرون مبدعون، وهذا الجزء من الجمهور ليس معارضا للحياة الاجتماعية، كما انه ليس اجتماعيا، يتركز حول ذاته، يبحث عن الصحة ولكنه ضد مفهوم الجمهور العام general publics ديكتاتور فى اتجاهاته الاساسية رغم انه ينكر ذلك يعتبر نفسه من الصفوة. يبحث عن المجتمع الافضل من خلال الاهتمامات النظرية، أقل اهتماما بوسائل الاتصال الجماهيرى لانه لا يهتم بالمجتمع الجماهيرى. وهذه الوسائل من وجهة نظره تستهدف السطحية بسبب انخفاض مستواها، لانها تعطى الجماهير العامة ما ظهر أنها تريده، ولا تستهدف الارتفاع بها.

ويلاحظ فى عرضنا للخصائص والسمات الاجتماعية أنها شديدة الارتباط ببعضها، بحيث يكفى معرفة احداها للاستدلال حول باقى الخصائص والسمات ووصف جمهور المتلقين والتعرف عليه، ليكون هذا الوصف مدخلا الى صياغة الاعمال الفنية الجماهيرية وانتقاء رموزها الاتصالية التى تتفق مع هذه الخصائص والسمات، وبالتالي مؤشرا لنجاح العمل الفنى الجماهيرى وقبول جمهور المتلقين له، مادام قد جاء متفقا مع معطيات هذه الخصائص والسمات الاجتماعية متى سادت فى وصف المجتمع أو فئة من فئاته يستهدفها الفنان المبدع بصياغة العمل الفنى واختيار رموزه.

## تأثير

### النظم الاجتماعية

من الحقائق العلمية أن نشأة وسائل الاتصال الجماهيرى وتطورها، جاءت ملية لعدد من الحقائق التى تميز المحددات الأساسية للمجتمعات وتطورها. وعلى سبيل

المثال نجد أن تطور الصحافة وظهور صحافة الرأي قد ارتبط بالحقائق التاريخية الخاصة بنمو الرأي العام الجماهيري ودعم المشاركة الشعبية في نظم الحكم، كما ارتبط ظهور الصحف المركزية والاقليمية بالحقائق الجغرافية للمجتمعات، وكذلك تم تمييز الصحف الشعبية عن الصحف المحافظة في اطار العلاقة بين الخصائص الديموغرافية للشعوب.. وكذلك تم اختراع الراديو والتليفزيون لتحديد من تأثير المسافات والمساحات الجغرافية على نشر الأفكار والرأي والتواصل بين المجتمعات. وبالمثل كان الفصل بين الأعمال الفنية الجماهيرية ذات الذوق المرتفع، والذوق المنخفض بتأثير الخصائص الديموغرافية أيضا للشعوب والمجتمعات، التي فرضت سيادة نوع معين من الأعمال على الأخرى تلبية لفتات الجماهير التي ارتبطت بها هذه الأعمال في مرحلة من المراحل.

ولذلك فإنه لا يمكن عزل وسائل الاتصال الجماهيرى وما تقدمه من أعمال عن خصائص وسمات المجتمع الذى تعمل فى إطار نسقه العام. خاصة وأن وسائل الاتصال الجماهيرى تنشأ وتتطور بتأثير عدد من الحاجات يتصدرها الحاجات الاجتماعية. وهذا المبدأ هو الذى يفسر تقديم وسائل الاتصال الجماهيرى لمحتوى معين فى مرحلة معينة من مراحل نمو المجتمعات، وعلاقة هذه المرحلة بطبيعة النظام الاجتماعى السائد فيها.

وفى اطار تأثير النظم الاجتماعية على وسائل الاتصال الجماهيرى قدم ميلفين ديفلير M. Defleur نظريته عن وسائل الاتصال الجماهيرى التى تدور فى اتجاهين

رئيسيين.

الأول: اعتبار وسائل الاتصال الجماهيرى نظما اجتماعية. ذات محددات خاصة بها، وتقوم بتحقيق عدد من الوظائف التى تسهم فى استمرار هذه النظم وبقائها. (٢٣)

الثانى: التأثير المتبادل بين نظم وسائل الاتصال الجماهيرى، والنظم الاجتماعية وبينهما وبين جمهور المتلقين باعتباره أحد عناصر نظم وسائل الاتصال الجماهيرى، والنظم الاجتماعية. (٢٤)

أولا: وسائل الاتصال الجماهيرى كنظم اجتماعية. ويقوم النظام على توزيع الادوار بين عناصره بناء على أنماط معينة، تستقر تباعا حتى تصبح محددات لهذا النظام، ويبنى الغير توقعاته للسلوك أو النتائج بناء على هذه الانماط المستقرة، وهذه الادوار والسلوك المتوقع يرتبط أساسا بالقيم والاطار الثقافى المشترك الذى يجتمع حوله النظام متأثرا بالرموز أو الافكار التى تسهم فى تحقيق وظائفه.

وبذلك فإن النظام الثقافى والاجتماعى ونظم الشخصية للقائمين بالأدوار داخل النظام توفر تفسيرات صادقة لحركة هذا النظام. نظرا لاستقرار السلوك الذى يسهم فى وصف النظام وعناصره، ويسهم أيضا فى استقراره داخل المجتمع.

ولا يشترط أن تكون عناصر هذا النظام هى عبارة عن افراد فقط، ولكنها يمكن ان تكون نظما فرعية، تسهم بسلوكها وحركتها فى استقرار هذا النظام.

ولو أننا طبقنا هذا المفهوم على المؤسسات التى تقوم بانتاج الاعمال الفنية الجماهيرية لوجدنا أن عناصرها - بوصفها نظاما اجتماعيا - تتكون من

عناصر التمويل، وعناصر الانتاج، وعناصر التوزيع على سبيل المثال. وكل من هذه العناصر سوف تعمل وفق سلوك نمطى يتأثر بالاطار الثقافى والاجتماعى الذى يحكم حركة هذه العناصر فى مرحلة معينة، وهذا السلوك الذى يتوقعه الآخرون نتيجة تحليل العلاقة بين النظم الفرعية ومخرجاتها فى الاطار الاجتماعى العام هو الذى يوفر استقرار النظام واستمراره فى تحقيق وظائفه فى المجتمع.

وهذه العناصر تستهدف فى تعاونها عنصرا آخر من عناصر هذا النظام، وهو جمهور الملتقين الذى يستجيب الى مخرجات هذا النظام وفق تأثير عدد من المتغيرات، يتصدرها الاختلافات الفردية، والفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية، التى تؤثر فى استجابته الى نوع معين من الاعمال الفنية الجماهيرية، يتفق وهذه المتغيرات وتبدأ حركة النظام فى دراسة الخصائص والسمات العامة والاجتماعية لفئات الجمهور التى يستهدفها النظام ككل، لأنها ستشكل المصدر الاساسى لعائد العرض الجماهيرى للعمل الفنى.

والمول، والموزع من جانبهما - كعناصر فرعية فى النظام - لن يخاطرا بتقديم الدعم المالى الى اعمال لا تحقق اهتماما كبيرا من جانب جمهور الملتقين الذى يشكل المصدر الاساسى لتوفير الضمان المادى لدورة رأس المال وتحقيق العائد الجزى. ونتيجة لذلك فإن عنصر الانتاج وفريق العمل، الذى يعتمد فى تنفيذ اعماله على الدعم المالى للممول او الموزع، سوف يقبل اتجاهات الآخير فى اختيار الاعمال التى يراها من وجهة نظره تحقق اهتماما اكبر من جانب جمهور الملتقين الذى يمثل العنصر الاساسى فى

توفير الدعم المالى لاستمرار العمل داخل نظام انتاج الاعمال الفنية الجماهيرية. وبذلك فإن الممول أو الموزع بداية يحدد قبوله لدعم الاعمال الفنية الجماهيرية، بناء على توقعاته لاستجابة الجمهور إلى هذه الاعمال، والتي تتأثر بداية بالخصائص والسمات العامة لهذا الجمهور بجانب خصائصه وسماته الاجتماعية. ولذلك يمكن أن نفسر الاثر الذى أحدثه انتشار التليفزيون على صناعة السينما فى البداية، نتيجة انصراف قطاع كبير من جمهور المشاهدين عنها الى هذا الاختراع الجديد وقتئذ. حتى اننا يمكن ان نقول إنه قد احدث تمزقا فى نظام الانتاج السينمائي لفترة حتى استعاد النظام توازنه فى استمالة جمهور المشاهدين مرة اخرى بشكل مباشر أو غير مباشر. أو دخول التليفزيون نفسه كعنصر من عناصر النظام فى تمويل ودعم الاعمال السينمائية وعرضها من خلاله.

وهذا الاتجاه فى النظر الى السينما - على سبيل المثال - والمسرح ايضا، كنظام اجتماعى يفسر الاتجاه الى تقديم الاعمال الهابطة والمتدنية فى الذوق العام، التى تخاطب رغبات السواد الاعظم من الجمهور الذى يستجيب لهذه الاعمال متأثرا بالخصائص والسمات الاجتماعية ويتصدرها الاطار الثقافى ونمط المعايير الثقافية السائدة لدى هذا الجمهور، حيث أن هذا الجمهور هو الذى يمثل مصدر الدعم المالى الأساسى الذى يحافظ على ضمان استعادة الاموال المستثمرة فى انتاج هذه الاعمال بجانب العائد المادى الجزئى الذى يتحقق نتيجة هذا الاستثمار.

وبذلك فإن تقديم هذه الاعمال ذات المحتوى الهابط هو الذى يحافظ على استقرار

هذا النظام وتوازنه، ما دامت النظرية الأساسية الى هذا النظام يحكمها الفكر الاقتصادي البحث الذي يدور حول تحقيق دوران رأسمال وتحقيق العائد الجزى، وليس الفكر الاجتماعى الذى يهتم بتحقيق العائد المعنوى الذى يتمثل فى تلبية الحاجات الاجتماعية للمجتمع وأهدافه.

وهذا التفسير لا يعتبر تعميما ينطبق على كل المراحل او المجتمعات، ولكنه ينطبق بالدرجة على المجتمعات التى تسود فيها الثقافة المادية والمراحل التى تتميز بسيادة هذه الثقافة، وعلى الجانب الاخر تعتبر الاجهزة التشريعية والتنفيذية ذات العلاقة بنظام انتاج الاعمال الفنية الجماهيرية من عناصر هذا النظام ايضا، تتدخل فى حركته ايضا من خلال الضوابط او القيود أو اتجاهات الدعم المختلفة، التى تسهم من وجهة نظرها فى استقرار هذا النظام واستمراره، وتضع ايضا فى اعتبارها الجمهور بخصائصه العامة والاجتماعية بجانب الحاجات والاهداف الاجتماعية.

وبذلك فإنه فى أى من النظم المختلفة، يعتبر جمهور المتلقين للاعمال الفنية الجماهيرية العنصر الاساسى الذى يحافظ على استقرار النظام واستمراره فى اداء دوره باستجابته الى الاعمال التى تتفق ورؤيته فى ترتيب حاجاته واهتماماته الخاصة بالاقبال أو العزوف عن هذه الاعمال بتأثير خصائصه وسماته العامة والاجتماعية واطار معايير الاجتماعية والثقافية.

وتصبح خصائص نظام انتاج الاعمال الفنية الجماهيرية جزءا من اجزاء النظام الثقافى السائد، المميز لثقافة المجتمع فى مرحلة من مراحل.

ثانيا: التأثير المتبادل بين نظم وسائل الاتصال الجماهيرى، والنظم

### الاجتماعية، وجمهور المتلقين:

كما تتأثر نظم وسائل الاتصال الجماهيرى فى صياغة رسائلها الاتصالية، وتحديد اهدافها بخصائص جمهور المتلقين ودرجة اعتماده عليها. فإنها فى نفس الوقت تؤثر فى هذا الجمهور بدورها فى دعم المعرفة والمشاعر الوجدانية والسلوك الاجتماعى لهذا الجمهور، عندما تصبح وسائل الاتصال الجماهيرى مصدرا اساسيا من مصادر المعرفة بالنسبة له.

وفى نفس الوقت فإن النظم الاجتماعية السائدة فى المجتمع (سياسية/اقتصادية/اجتماعية) كما تتأثر ايضا بخصائص افراد المجتمع - الذين يشكلون جمهور المتلقين بالنسبة لوسائل الاتصال الجماهيرى - فإنها ايضا تستهدف هؤلاء، الافراد بدورها فى تحقيق التآلف مع هذه النظم والتوحد مع اتجاهاتها واهدافها. وتستخدم فى نفس الوقت وسائل الاتصال الجماهيرى فى تحقيق هذه الوظائف والادوار.

وبذلك تلتقى كل من نظم وسائل الاتصال الجماهيرى والنظم الاجتماعية فى اتجاهها نحو افراد المجتمع، متأثرين بهم ومؤثرين فيهم فى نفس الوقت. وفى نفس الوقت ايضا فإن خصائص نظم وسائل الاتصال الجماهيرى (البناء والاهداف) ووظائفها، وسياساتها الاتصالية، تتأثر ايضا بالنظم الاجتماعية السائدة فى المجتمع. بتأثير السياق الاجتماعى الكلى. الذى يشمل:

- البناء الثقافي: الاساس المادى / الرموز / القيم/ الاعراف.

- التفاعل الاجتماعى: الاتفاق/ الصراع/ التكيف/ التغير.

- البناء الاجتماعى: الجماعات/الادوار/ المعايير/ الضبط الاجتماعى/ المراكز.

وتقوم وسائل الاتصال الجماهيرى بصياغة رسائلها الى جمهور المتلقين والتي تستهدف تشكيل الحقائق الاجتماعية، وتعتمد فى تحقيق تأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية على مدى اعتماد هذا الجمهور على وسائل الاتصال الجماهيرى.

هذه التأثيرات التى تنعكس بعد ذلك على خصائص جمهور المتلقين، العامة والاجتماعية، وحاجاتهم الاتصالية، وتنعكس ايضا على اطار السياق الاجتماعى وتشكيل الحقائق الاجتماعية التى تميزه عن غيره فى المجتمعات الاخرى.

وبذلك نلاحظ دائرية العلاقة والتاثير بين العناصر الثلاثة فى السياق الاجتماعى الكلى، والتى تشمل كل من النظم الاجتماعية ونظم وسائل الاتصال الجماهيرى وكذلك أفراد المجتمع بوصفهم أعضاء فيه من جانب، وبوصفهم أعضاء فى جمهور المتلقين لمخرجات وسائل الاتصال الجماهيرى من جانب اخر.

وكما سبق أن اوضحنا فإن الاعمال الفنية الجماهيرية بوصفها مخرجات نظم الانتاج الفنى الجماهيرى فى هذه الحالة تعتبر نقطة اللقاء الذى تلتقى عندها العلاقة بين هذه العناصر وبعضها.

ذك ان نظم الانتاج الفنى فى هذه الحالة لن تتاثر فى صياغة رسائلها بنمط التوقعات الخاصة بجمهور المتلقين فقط، ولكنها سوف تتاثر ايضا ببناء هذه النظم

وأهدافها ووظائفها وسياساتها التي تتأثر بداية بالنظم الاجتماعية فى إطار السياق الاجتماعى الكلى، وتعود تأثيرات هذه الاعمال مرة أخرى الى جمهور المتلقين لتقوم بدورها فى دعم خصائص وسمات جمهور المتلقين وحاجاتهم الاتصالية من جانب، والى المجتمع الكلى من جانب آخر لتقوم بدورها أيضا فى دعم البناء الثقافى والاجتماعى وأنماط التفاعل الاجتماعى فى هذا المجتمع.

وتأثير النظم الاجتماعية بهذا الشكل يفسر الضرورات والضوابط الاجتماعية التي يعمل فى إطارها الفنان المبدع فى صياغته للاعمال الفنية الجماهيرية، ويفسر أيضا قبول او رفض هذه الاعمال فى مجتمع ما، أو مرحلة من المراحل التاريخية لهذا المجتمع وتجب فى نفس الوقت على الكثير من التساؤلات الخاصة باتجاه المجتمع الى فرض الولاية على صياغة الاعمال الفنية الجماهيرية، بما تقوم به النظم السياسية من اجراءات او ضوابط لتحديد مسار انتاج الاعمال الفنية الجماهيرية فى الاتجاهات التي تتفق ورؤيتها الى الحقائق الاجتماعية السائدة فى المجتمع وعلاقة النظم الاجتماعية المختلفة بأفراد هذا المجتمع. والأهداف التي تراها فى صالح دعم أفكارها ورائها من استمرار نظم الانتاج الفنى الجماهيرية فى علاقتها بجمهور المتلقين الذين يمثلون أفراد هذا المجتمع بنظمه المختلفة.

## هوامش

### الفصل الرابع

١- تعتبر النظرية الاجتماعية أحد أربع نظريات للإبداع الفنى خلال العصور المختلفة، وهى نظرية الالهام أو العبقرية أو الحدس، والتي ترى أن الوحي أو الالهام من عالم مثالى هو مصدر الفن. وكذلك النظرية العقلية التي تنتقد مدرسة الالهام وتذهب إلى القول بأن الإبداع الفنى هو فى حقيقته جهد واع وتمثّل ناقد واردة بناءً وليس الذاكرة أو الخيال فقط قدرة على إنتاج أى عمل فنى، وبالإضافة إلى النظرية الاجتماعية فإن المدرسة السيكلوجية والتحليل النفسى ترى أن الأعمال الفنية ليست سوى وسائل للتنفيس أو لآحداث التوازن النفسى عن رغبات الفنان المكبوتة.

راجع بالتفصيل:

محمد عزيز نظمى سالم: الإبداع الفنى، الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة

١٩٨٥ ص.ص ٤٥-٥٠.

٢- يوسف مراد: علم النفس فى الفن والحياة، كتاب الهلال العدد ١٨٧ القاهرة:

دار الهلال ١٩٦٦ ص.ص ٧٦-٧٧

٣- صلاح رضا: ملاحم وقضايا فى الفن التشكيلى، سلسلة الألف كتاب (الثانى)

القاهرة والهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٩٠ ص ١٠

٤- الكسندر وروشكا؛ مرجع سابق - ص.ص ٢٦-٢٧

٥- يتفق هذا التفسير مع مدخل «العملية الاجتماعية» social process الذى يتجه

إليه الكثير من علماء الاجتماع فى دراستهم للفرد والمجتمع فى علاقاتهم بالعملية الاجتماعية: راجع بالتفصيل:

George J.McGall and Simmons J.L., Social Psychology: A Sociological Approach., New York: The Free Press and Macmillan Publishing Company, Inc 1982 P.P 13-14.

7- John C.Merrill and Ralph L,Lowenstien., op.,cit P.P 81-83.

٧ - راجع بالتفصيل:

- حامد زهران: علم النفس الاجتماعى ط٢، القاهرة: عالم الكتب ١٩٧٧ ص.ص ١٣٧ - ١٤٤.

- صفية مجدى: صورة المرأة فى السينما المصرية، وصف أشكال السلوك من خلال مفهوم الأدوار الاجتماعية، فى: الانسان المصرى على الشاشة: مجموعة أوراق، تقديم هاشم النحاس، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، سلسلة الألف كتاب الثانى، ١٩٨٦ ص.ص ٣٦ - ٣٨.

8- Charles R. Wright., op.cit P.3.

٩- راجع بالتفصيل:

- Eliot Freidson "Communication Research and Concept of Mass" In: Wilbur Schram and Donald F-Roberts, (eds) op.cit P.P.201-205.

- Kathleen K.Reardon., Persuasion: Theory and Cntext,  
California and London: SAGE. Publication, 1981, P.P  
194-195.

10- Milvin L-Defleur and Sandra-Ball,Rokeach, Theo-  
ries of Mass Communication., 3rd ed., New York, Long-  
man 1975 P.122.

11- Ibid P.P.281.

12- Steven M.Chaffee, "the Interpersonal Context of  
Mass Communication" In: Gerald Kline, and Phillip J.  
Techenor, (eds) Current Perspective in Mass Communica-  
tion Research., London: Beverly Hills-SAGE Publica-  
tion1972 P.98.

13- John R.Bittner op.cit p.347.

14- William J.McGuire, "Theoretical Foundation of  
Campaigns" In: Ronald E.Rice and William J. Paisly, (eds)  
Public Communication Campaigns., London: Beverly-  
Hills - SAGE Publication 1981 P.45.

15- Dines. Mc Quil, Toward a Sociology of Mass Com-  
munication.,London: Collier. Macmillan Publishers, 1969.,

p.72.

16- Lewis A. Penner., Social Psychology: A Contemporary Approach., New York: Oxford University Press 1978, P.P 332-330.

17- Erwin P. Bettenghans., Persuasive Communication., New York: Holt, Rinehart and Winston Inc 1978 P.31.

18- Ibid., P.47.

19- James Curran, Michael Gurevitch and Janet Wollacot., "the study of Media: Theoretical Approaches" In: Michael Gurevitch, et al., (eds) culture, Society and the Media., London: Methner 1982 P.27.

20- Denis Mc Quail, "The Influence and effect of Mass Media" In: Ibid., P.P 75-76.

21- David L.Sills (ed), International Encyclopedia of Social Sciences., New York: The Macmillon Company and Free Press, 1972. Vol 3 P.P 527-541.

22- John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein., op.cit P.P 110-116.

23- Melvin L. De Fleur and Sandra Ball-Rokeach., The-

ories of Mass Communication., 3rd edition., New York:

David Mckay Company 1975., p.p 162-182.

24. *Ibod.*, p.p. 261-279.