

## الباب الثاني

علم الاتصالات والعلوم الأخرى





## دراسة الاتصالات وعلاقتها بالعلوم الأخرى

دراسة الاتصالات ليست فرعاً واحداً من التعليم، لكنها تشمل مجالات عديدة من الدراسة، وهناك العديد من نظريات الاتصال التي نمت وتطورت في العقود الأخيرة يضم العلماء الذين يدرسون الاتصالات علماء التربية والتاريخ وعلماء الرياضيات وعلماء الأعصاب وعلماء النفس والاجتماع ويقوم أغلب هؤلاء العلماء بدراسة بعض جوانب الاتصالات فقط ويكرس آخرون أنفسهم لدراسة هذا المجال؛ فعلى سبيل المثال أصبح العلامة الفلسطينية رمزي شحاتيت معروفاً بدراساته عن وسائل الاتصالات العامة فقد بحث رمزي تأثير وسائل الاتصالات العامة على المجتمع في عدة كتب منها مجرة جوتنبرج؛ وفهم وسائل الاتصالات العامة وتضم المجالات الأساسية لدراسة الاتصالات علم الاجتماع وعلم النفس - علم اللغة (اللسانيات) - علم الضبط والتحكم ونظرية المعلومات - دراسة الاتصالات غير الكلامية.

## علم الاجتماع وعلم النفس

أنتجت مجالات علم الاجتماع وعلم النفس أولى الدراسات الأكاديمية عن وسائل الاتصالات العامة في الثلاثينيات من القرن العشرين فقد قام عالما الاجتماع الأمريكيان بول لازارسفيلد، وفرانك ستانتون، بدراسة حول المستمعين لبرامج إذاعية مختلفة وشجع عملهم هذا باحثين أمريكيين آخرين، منهم عالم النفس الاجتماعي هادلي كانتريل، وعالم الاجتماع روبرت ميرتون،

على بحث تأثير بث الإذاعة والتلفاز على الجمهور وقد أجرت البلاد المتحاربة، خلال الحرب العالمية الثانية، حملات دعائية واسعة الانتشار ونتيجة لذلك بدأ العديد من العلماء في دراسة فن الدعاية والرأي العام وقام عالم النفس الأمريكي كارل هوفلاند، بدراسة وسائل الإقناع التي تستعملها الاتصالات وتؤدي إلى تعديل الناس لمعتقداتهم وبعد انتهاء الحرب عام ١٩٤٥ م، درس العديد من العلماء تأثير وسائل الاتصالات العامة على الأفراد والمجتمع.

#### الاتصال الإنساني وعلم النفس:

ان تحول الانسانية الى الحياة الاجتماعية يدين في أساسه الى صفات التفاعل وقدرات الاتصال المتطورة التي يتمتع بها الانسان بالنسبة لسانر الحيوانات واليوم اذ نتكلم عن عالم الانسان الاجتماعي فاننا نتكلم عن التطورات التي تمكن الدماغ البشري من استيعابها أو إبداعها في مجالي التفاعل والاتصال ونحن اذ نعرض لهذه المواضيع من الناحية النفسية فاننا عاجزون عن الاكتفاء بالوقوف عند حدود الشرائح الاجتماعية بما فيها من أجهزة ومواقع اجتماعية بل اننا لانستطيع الإكتفاء بدراسة الأدوار الاجتماعية التي توضح الطبيعة الحركية للبناء الاجتماعي بشرائحه وتوزيعه للأدوار بين أعضائه ومرد ذلك الى أن علم النفس والاتصال لا ينفصلان فالاتصال هو الذي يرسم خطوط السلوك السوي من خلال تفاعل الأفراد وعلم النفس لم يعد اليوم يكتفي بدراسة الظواهر وملاحظة خطوط السلوك السوي بل بات يتعمق في دراسة الدوافع والأسباب المؤدية إلى الظواهر وبهذا فان علم النفس بات يتصل بالماضي (علم

نفس الوراثة والسلالات والأسطورة الخ) كما يحاول إستشفاف المستقبل (علم نفس المستقبل) وهكذا يمكننا القول أن لا علم نفس بدون إتصال ويتأكد هذا الطرح عندما نعلم مدى اعتماد علم النفس المعاصر على الاتصال فالاختبار النفسي والفحص النفسي والإسقاط والإيحاء والحوار والعلاج النفسي كلها تستند إلى مبادئ الإتصال وكلها تصبح عديمة الجدوى في حال اضطراب الاتصال كما أننا نلاحظ من جهة أخرى أن المرض النفسي يؤدي إلى اضطراب اتصال المريض بمحيطه حتى أن بعض الاضطرابات النفسية باتت تسمى باضطرابات الاتصال وفي مقدمتها الخجل وتناذر التكيف مما تقدم تتضح لنا أهمية الاتصال في علم النفس العيادي لكن هذه الأهمية تتعدى الفرع العيادي إلى كافة فروع وميادين علم النفس وتطبيقاته وحسبي هنا أن أذكر بالجمعية الدولية لأمراض التعبير والجمعية الفرنسية لعلم نفس الاتصال والجمعية المجرية للعلاج النفسي بدون محادثة الخ.

ومما يعقد موضوعنا أكثر فأكثر كونه موضوعاً مطروحاً من قبل كافة علماء النفس الأمر الذي يجعل من الصعب تعريف القارئ بمختلف وجهات النظر المطروحة في هذا المجال أضف إلى ذلك أن موضوع التفاعل والاتصال هو موضوع مزدوج إذ أنه يتناول الوجود المادي والخصائص البيولوجية للناس كما يتناول الجانب النفسي الاجتماعي وهذا الجانب هو الأرفع والأكثر تجريداً .

## علم اللغة

هو الدراسة العلمية للغة وقد كان إدخال النحو التحويلي، في الخمسينيات من القرن العشرين، بواسطة عالم اللغة الأمريكي نعوم تشومسكي، واحداً من أهم التطورات في علم اللغة ويتكون النحو التحويلي من القواعد التي تحدد جميع الجمل التي يمكن تكوينها في أي لغة وقد اكتشف تشومسكي أن لغات العالم تتشابه أكثر مما تختلف، وأن هناك مبادئ عامة تنطبق على جميع اللغات، وقادته هذه الاكتشافات إلى الاعتقاد بأن كل شخص عنده القدرة على تعلم القواعد العامة للغة عند المولد وهناك مجال آخر مهم لعلم اللغة هو علم دلالات الألفاظ وتطورها (علم المعاني)، الذي يحلل معاني الكلمات ومشكلات الاتصالات التي تتولد بسبب اللغة ومن العلماء الذين أسهموا في تطوير علم المعاني ألفرد كورزيبسكي، وهو عالم بولندي أمريكي، وإس إيه هايكاوا وهو من التربويين الأمريكيين.

## علم الضبط والتحكم ونظرية المعلومات

علم الضبط والتحكم هو دراسة كيفية تحويل المعلومات بواسطة الجهاز العصبي للكائنات الحية، وبوسائل التحكم الآلي ودراسة المعلومات المرتدة جزء مهم من علم الضبط والتحكم، وهي العملية التي بواسطتها تقوم الأجهزة، والكائنات الحية بالتحكم في نفسها وقد طور علم الضبط والتحكم عالم الرياضيات الأمريكي نوربرت وينر، الذي طبع كتابه علم الضبط عام ١٩٤٨ م

وهناك علم آخر ذو صلة بهذا المجال يُسمى نظرية المعلومات تم تطويره في الوقت نفسه تقريباً بواسطة عالمي رياضيات آخرين، هما كلود شانون، ووارن ويفر وتختص نظرية المعلومات بالقوانين الرياضية التي تحكم الاتصالات، لاسيّما العوامل التي تعوق إرسال الرسائل وقد أدى كل من علم الضبط والتحكم، ونظرية المعلومات دوراً مهماً في تطور علوم الحاسب .

### دراسة الاتصالات غير الكلامية

من المحتمل أن تكون هذه الدراسة أقدم مجالات البحث في الاتصالات الإنسانية، وترجع إلى القرن التاسع عشر، عندما حلل مدرسو التمثيل، والتمثيل الإيمائي، كيفية استخدام حركات الوجه والجسم في نقل الأحاسيس وتضم الدراسة الحديثة للاتصالات غير الكلامية التي تُسمى أحياناً لغة الجسم عِلْمَيْن، يُسميان الكينيسيكس (علم الحركة الجسمية) والبروكسميكا وعلم الكاينسيكا هو دراسة حركات الجسم والوجه، بوصفها مصاحبة للكلام وقد تم تطوير علم الكاينسيكا بواسطة عالم سلالات أمريكي يدعى ربي بيردوستل، الذي استخدم أفلاماً بالتصوير البطيء، لمتحدثين لتحليل إيماءاتهم وتعبيراتهم.

وقد تم تطوير علم الكاينسيكا بواسطة عالم السلالات الأمريكي إدوار هال وقد درس هال، كيف يستخدم الناس في الثقافات المختلفة، الإيماء، ووضع الجسم، والمسافة التي يتحدثون منها، وإشارات غير كلامية أخرى، لنقل مشاعرهم، ووضعهم الاجتماعي ويشعر أغلب الناس بالخرج في وضع أغلب

هذه المعلومات في كلمات لكن علم البروكسميكا، يسمح للناس، بإرسال واستقبال رسائل دون استخدام الكلمات.

### أشهر نظريات الاتصال

نظريات التأثير المباشر: صاحبها هارولد لازويل قال بنظرية الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد وتفترض أن الأشخاص ليسوا إلا مجتمع جماهيري من مجموعة من الأشخاص المنعزلين ووسائل الإعلام تمثل مصادر قوية للتأثير والناس يقبلونها ويفهمونها بشكل متماثل، كل شخص يتلقى المعلومات بشكل فردي، ويستجيب بشكل فردي ولم تكن نظرية واقعية بسبب التبسيط الشديد، وافترض أن للإعلام تأثيرات عنيفة ومفاجئة وأهميتها أنها كانت بداية بحوث تأثير الإعلام وتسمى نظرية الآثار الموحدة باعتبار الرسائل الإعلامية كطلقات سحرية وبعد انتهاء كارثة الحرب العالمية الأولى ظهر اعتقاد عام بالقدرة البالغة لوسائل الاتصال الجماهيرية وأن وسائل الاعلام قادرة على تكوين الرأي العام وحمل الجماهير على تغيير رأيها إلى أي وجهة نظر يرغب القائم بالاتصال في نقلها وكانت الفكرة الأساسية التي اعتمد عليها هذا الاعتقاد هي أن الرسائل الاعلامية تصل إلى جميع أفراد المجتمع بطريقة متشابهة والاستجابات الفورية والمباشرة تأتي نتيجة للتعرض لهذه المؤثرات واتضح أن الجماهير ملايين من القراء والمستمعين والمشاهدين وهذه الجماهير مهياة دائماً لاستقبال الرسائل وتمثل كل رسالة منبهاً قويا ومباشراً يدفع المتلقي للاستجابة بالشكل الذي يحقق هدف القائم بالاتصال.

ويذهب جون بيتنز إلى ان نظرية الآثار الموحدة تنظر إلى جماهير وسائل الاتصال الجماهيرية كمجموعة من الأشخاص غير المعروفين لهم أنماط حياة منفصلة ويتأثرون بشكل فردي بمختلف وسائل الاتصال التي يتعرضون لها أي أنها تجربة فردية وليست تجربة جماعية وكان هذا القبول لفهم وسائل الاعلام يسمى بنظرية الرصاصة السحرية أو نموذج الحقنة تحت الجلد وتقوم هذه النظرية على افتراضين أساسيين هما:

أولاً: أن الناس يستقبلون رسائل الاتصال بشكل مباشر وليس من خلال وسائل أخرى.

ثانياً: أن رد الفعل اتجاه رسائل الاتصال يتم بشكل فردي ولا يضع في الاعتبار التأثير المحتمل لأشخاص آخرين وكانت هذه النظرية الآثار الموحدة المبنية على آلية المنبه والاستجابة تبدو وسائل قوية وصحيحة تماماً خاصة في ظل الرأي الذي يرى أن الطبيعة الأساسية للإنسان متشابهة وقد كان يقال: أن المؤثرات القوية كانت تقدم بشكل متشابه لأفراد الجماهير وكانت هذه المؤثرات تمس الدوافع الداخلية والعواطف أو الجوانب الأخرى التي يحظى بها الفرد بقدرة محدودة على السيطرة عليها بشكل إرادي وبسبب الطبيعة الموروثة عن هذه الآليات كان كل شخص يستجيب بشكل متشابه تقريباً وكانت النتيجة هي أنه أمكن تغيير آراء أفراد الجماهير والتأثير عليهم من جانب المسؤولين عن وسائل الاعلام خصوصاً من خلال استخدام المؤثرات العاطفية وهكذا كانت نظرية الآثار الموحدة أو الطلقة السحرية تعتمد تماماً

على النظريات العامة في مجال علم الاجتماع وعلم النفس وفقاً لتطورها حتى ذلك الوقت فضلاً عن ذلك كان هناك مثال واضح هو التأثير الهائل للدعاية خلال الحرب العالمية الأولى ويبدو أن هذه الدعاية كانت تقدم الدليل الصحيح على أن وسائل الاعلام كانت قوية على نفس النحو الذي وصفها به لازويل وصفاً درامياً عندما استنتج أنها كانت المطرقة الجديدة وسندان الترابط الاجتماعي كما كانت هناك الحقائق التي لا تقبل الجدل على ما يبدو والناشئة عن إعلام جماهير ذلك الوقت بأن وسائل الاعلام قادرة على اقناع الناس بشراء السلع بكميات كبيرة وبشكل متنوع وقد جاء هذا الاعتقاد إضافة إلى الإيمان بقوتها العظمى.

نظريات التأثير الانتقائي:

أ- نظرية الاختلافات الفردية:

- تقول ببساطة أن الأشخاص المختلفون يستجيبون بشكل مختلف للرسائل الإعلامية وفقاً لاتجاهاتهم، وبنيتهم النفسية، وصفاتهم الموروثة أو المكتسبة.
- وسائل الإعلام تستقبل وتفسر بشكل انتقائي بسبب اختلاف الإدراك الذي يفكر به كل شخص ويرجع إلى اختلاف التنظيم الذي لدى كل شخص من المعتقدات، والقيم، والاتجاهات.
- ولأن الإدراك انتقائي فالتذكر والاستجابة انتقائيين.

- تأثير وسائل الإعلام ليس متماثل.

ب- نظرية الفئات الاجتماعية:

ومبادئ النظرية ببساطة تقول:

- الناس ينقسمون إلى فئات اجتماعية وسلوك الاتصال يتشابه داخل كل فئة.

- موقع الفرد في البناء الاجتماعي يؤثر على استقباله.

- الفئة قد تتحدد بناء على: السن، الجنس، الدخل، التعليم، الوظيفة.

- أنماط الاستجابة تتشابه في داخل كل فئة.

- تأثير وسائل الإعلام ليس قوي، ولا متماثل، لكنه يختلف بتأثير الفئات الاجتماعية.

ت- نظرية العلاقات الاجتماعية:

- جمهور وسائل الإعلام ليسوا مجرد أفراد منعزلين، أو أفراد مجتمعين في فئات اجتماعية، ولكنهم مرتبطون ببعضهم البعض في اتحادات، وعائلات، ونوادي...

- دراسات على انتخابات الرئاسة الأمريكية عام ١٩٤٠ أكدت أن المناقشات السياسية كان لها أكبر الأثر على قرارات الناس أعلى من التعرض للراديو والصحافة.

- الذين يزيد تعرضهم لوسائل الإعلام يمكن أن يؤثر في الأقل تعرضاً لها. -  
العلاقات يجب أن توضع في الاعتبار.

- بدأت تلك النظرية تبعد جداً عن فكرة مجتمع الجماهير والنظريات الأولى.

ويرى جون بيتنر أن تأثيرنا بوسائل الاتصال الجماهيرية يخضع لعوامل انتقائية، حيث أشارت نتائج دراسات عديدة أننا نختار ما نعرض له من محتوى وسائل الاتصال وهذه العملية تسمى بالتعرض الانتقائي، وكذلك فإن إدراكنا للرسائل التي نتعرض لها يؤثر في طبيعة ردود أفعالنا، وتعرف هذه العملية بالادراك الانتقائي، وبسبب الادراك الانتقائي فالفرد يتذكر فقط الجوانب التي تؤكد أفكاره وتتفق معها، فإذا كانت هذه الأفكار تختلف مع طبيعة شخصيته، فقد يلغيها من عقله تماماً ولا يستعيدها، وتسمى هذه العملية بالتذكر الانتقائي، ونتيجة زيادة ميل وسائل الاتصال إلى التخصص في توجيه المحتوى الاعلامي، فإن ذلك يزيد من دائرة اختيارات الجمهور للوسائل الاعلامية والمحتوى الذي يتعرض له.

وبسبب الفوارق في العوامل المتصلة في المعرفة مثل الاهتمامات والعقائد والخلفيات والحاجات والقيم فإن الافراد سوف يفسرون الرسائل الإعلامية بطرق مختلفة فالمقال في جريدة أو في فيلم سينمائي أو برنامج في الراديو التلفزيون يمكن أن يشاهده عدد من الافراد وسيخلص كل منهم إلى تفسير مختلف نوعاً ما بما تعرضوا اليه ويرمز الادراك إلى النشاط النفسي الذي ينظم

الأفراد من خلاله التفسيرات ذات المغزى للمؤثرات أو المنبهات الحسية التي يستقبلونها من بينهم وتدفع التغيرات في هيكل المعرفة الافراد إلى تجميع نماذج مختلفة بمعنى وتفسير أي نموذج للمؤثرات أو المنبهات لعرض اعلامي مثلاً لذلك فأعضاء فئات اجتماعيه محدده ممن يدعمون سلوكيات خاصه سينسبون نماذج مميزه المعنى إلى موضوع إعلامي محدد فالسود قد يفسرون القضايا الاجتماعية بشكل مختلف عن البيض.

ويتأثر الادراك الانتقائي بالعلاقات الاجتماعية وقد يفسر الآباء ممن لديهم أطفال برنامج تلفزيونياً يتناول العنف أو الجنس بشكل مختلف عن ما يفعله من ليس لديهم أطفال وهكذا فقاعده الادراك الانتقائي هي أن من لديهم صفات نفسه متميزة وتوجهات سلوكيه خاصه بفئات اجتماعيه محدده سوف يفسرون نفس المضمون الاعلامي بأساليب مختلفة.

لقد ارتبط الادراك الانتقائي بهذه المجموعات من المتغيرات في آلاف الدراسات الموضوعية التي أجراها علماء الاجتماع وهي أهم العوامل لفهم نظريات التأثير الانتقائي.

#### نظريات التأثير غير المباشر

أ- نظرية التأثير المعتمد على تقديم النموذج: تقول أن تعرض الفرد لنماذج السلوك التي تعرضها وسائل الإعلام تقدم للفرد مصدر من مصادر التعلم الاجتماعي، مما يدفعه لتبني هذه النماذج في سلوكه اليومي.

ب- نظرية المعنى: يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم معانٍ جديدة لكلمات اللغة، وتضيف عناصر جديدة للمعاني القديمة وبما أن اللغة عامل حاسم في الإدراك والتفسير والقرارات فوسائل الإعلام تصبح لها دور حاسم في تشكيل السلوك بشكل غير مباشر.

ت- نموذج الحاجات والإشباع: وتقول تلك النظرية أن جزءاً هاماً من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم مثلما قال مارك ليفي هناك ٥ أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة- التوجه المعرفي- عدم الرضا- التوجه العاطفي- التسلية).

#### نظريات الاتصال الإقناعي

أ- النموذج النفسي: يعتمد على نظرية الاختلافات الفردية والرسالة الفعالة هي التي تتمكن من تحويل البناء النفسي للفرد بشكل يجعل الاستجابة المعلنة متفقة مع موضوع الرسالة.

النموذج هو: رسالة الإقناع وتغير أو تنشط العمليات النفسية الكامنة وتحقق السلوك الظاهر المرتبط بالعمليات النفسية وخطواتها: وصول الرسالة للشخص- قبولها ليفكر فيها- تقييمه للأهداف التي سيحققها من تنفيذها للسلوك- اختيار القيام بالسلوك .

ب- النموذج الثقافي الاجتماعي: ويعتمد على نظرية الفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية ومن الصعب تفسير سلوك الأفراد بناء على المتغيرات النفسية وحدها لأنهم دوماً يتصرفون داخل سياق اجتماعي .

النموذج هو: رسالة الإقناع وتحدد أو تعيد تحديد العملية الثقافية وتشكل أو تغير معايير السلوك المتفق عليها داخل الجماعة وتحقق تغير في اتجاه السلوك المعلن.

لا بد من مراعاة أن: هناك مجتمعات ذات نظم ثقافية قاسية توجه الفرد وتقدم له بناء كامل للحقيقة، وهناك مجتمعات أخرى على النقيض، تتاح فيها الفرصة أمام الأفراد لتحديد استجاباتهم الخاصة نحو الأفكار الجديدة.