



كلية التربية النوعية

دور يناير : ٢٠١٦م

الفرقة : الأولى

قسم الإعلام التربوي

المادة : مدخل إلي الاتصال بال جماهير

الزمن : ساعتان

التاريخ : ٢١/١/٢٠١٦م

كود المادة : ١٠٣ عل

(٢٠ درجة)

إجابة السؤال الأول:

– ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة وعلامة (×) أمام العبارة الخاطئة مع التصويب ؟

١. تعريف الاتصال القائم علي الاشتقاق اللغوي يجعل من الاتصال ثنائي الاتجاه من الفرد إلي آخر أو آخرين. (×)
التصويب : تعريف الاتصال القائم علي الاشتقاق اللغوي يجعل من الاتصال أحادي الاتجاه من الفرد إلي آخر أو آخرين.

٢. المرسل في الاتصال الجماهيري قد يكون مؤسسة أو منظمة أو أشخاصا. (✓)

٣. الدعاية البيضاء هي الدعاية الواضحة المكشوفة المصدر التي تسعى إلي إحداث تأثير سلبي علي أفراد الجمهور.
(×)

التصويب: الدعاية البيضاء هي الدعاية الواضحة المكشوفة المصدر التي تسعى إلي إحداث تأثير إيجابي علي أفراد الجمهور.

٤. يعد التلفزيون أقرب وسيلة للاتصال المواجهي. (✓)

٥. حدوث الأثر في عملية الاتصال يتمثل في رجع الصدى الفوري . (×)

التصويب: حدوث الأثر يتمثل فيما هو أبعد من رجع الصدى الفوري ، حيث يتمثل على سبيل المثال في اكتساب المعلومة ، أو الاقتناع بالفكرة أو الرأي .

(٦٠ درجة)

إجابة السؤال الثاني:

أ – اذكر كل من ؟

– عوامل قوة تأثير التلفزيون كأداة إعلامية .
الاجابة :

١. المصدقية والمقدرة على الإقناع.

٢. السرعة في نقل الأخبار والأحداث.

٣. مجانية الخدمة.

٤. تغير أنماط الترفيه والتسلية الجماعية .

٥. سعة الانتشار.

٦. القدرة على التحدث والمتابعة .

٧. تعدد مصادر التغذية التلفزيونية.

٨. التأثير الإدماني للتلفزيون.

٩. تنوع المادة الترفيهية المعروضة.

- أهم وظائف نظريات الاتصال .

الاجابة :

- تنظيم المعرفة ووضعها في نسق يقربها من الفهم.
- تسليط الضوء علي بعض الظواهر الغامضة أو الجديدة بما يضيف معارف جديدة للسلوك الاتصالي.
- الوصول إلي بعض المبادئ العامة التي قد تحكم السلوك الانساني وتفيد في ممارسة العمل الاعلامي.
- التنبؤ بما سيحدث من قبل الجمهور.
- تحقيق الاتصال الفكري بين الباحثين في الاتصال الجماهيري.

- معايير تقييم نموذج الاتصال وتحديد صلاحيته .

الاجابة :

- مدي إمكانية تعميم النموذج ، وذلك من خلال كفاية بياناته التي تحقق الهدف من صياغته .
- مدي فائدة النموذج، وإمكانية المساعدة علي التفسير والتوجيه واكتشاف علاقات أو حقائق أو طرق جديدة.
- مدي أهمية النموذج في ميدان البحث وقدرته في المساعدة علي التنبؤ، واتفاقه مع مرحلة التطور في هذا الميدان.
- مدي دقة المقاييس التي يمكن تطويرها من خلال النموذج .

ب- وضح كل من ؟

- العوامل التي تؤدي إلي حدوث عمليات التشويش أثناء عملية الاتصال .

الاجابة :

قد يكون هذا التشويش ميكانيكيا يتعلق بسلامة ودقة وسيلة النقل أو ظروف البيئة التي يتم فيها الاتصال، وقد يكون دلاليا راجع إلي اختلاف دلالات الرموز بين المرسل والمستقبل كاختلاف اللغة أو المعاني أو الإشارات والحركات .

- عمليات الدفاع الإدراكي لدي المتلقي التي تقلل من فعالية تأثير وسائل الاعلام .

الاجابة :

- التعرض أو الانتباه الإختياري أو الإنتقائي أو النوعي والذي يتمثل في اتجاه المتلقي إلى قراءة أو مشاهدة أو سماع وسائل معينة والانتباه إلى بعض هذه الوسائل ، بما يتفق مع ميوله واتجاهاته واهتماماته وثقافته .
- الإدراك أو التحريف الإختياري أو الإنتقائي أو النوعي والذي يتمثل في الإدراك أو التفسير الخاطئ للمعنى المقصود في الرسالة من قبل المتلقي بطريقة تجعل هذا المعنى مختلفاً عن المعنى الذي قصده المرسل .

- التذكر الإختياري أو الإنتقائي أو النوعي ، والذي يتمثل فى قدرة المتلقي على نسيان أو تذكر موضوعات معينة أو أجزاء معينة من بعض الموضوعات أكثر من غيرها بسبب تأثيرها فى بعض المفاهيم والحاجات والقيم الإنسانية لديه .
- القرار الإختياري أو الإنتقائي والذي يتمثل فى قدرة المتلقي للرسالة على التأثير بمضمونها بالطريقة والأسلوب الذى استهدفه المرسل ، ونظراً لوجود اختلافات متنوعة بين أفراد الجمهور فإن درجة تأثيرهم بالرسالة واستجابتهم للدعوة المتضمنة فيها تختلف بالتالي .
- وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن المتلقي يمكن أن يقاوم الاتصال الذى لا يتوافق مع خبراته ومفاهيمه واتجاهاته بعدة طرق تتمثل فى تجنب هذا الاتصال ، وتحريف معناه ، ونسيانه ، وعدم التأثير بما تضمنته الرسالة من دعاوى ومقاصد . وتؤدى هذه العوامل إلى التقليل من قدرة وسائل الاتصال الجماهيري على إحداث التأثير الإقناعى .

- يتحقق الاعتماد على وسائل الإعلام إذا حدث شرطينوضحهما ؟
الاجابة :

الشرط الأول

- إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة في المجتمع وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور، زاد ذلك من اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام .

الشرط الثاني.

- ارتفاع حدة الصراع والحروب والتغييرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والانقلابات العسكرية والكوارث الفجائية يزداد فيها درجة الاعتماد على وسائل الإعلام. أى أن العلاقة طردية بين حدوث كوارث وحروب وصراعات وبين زيادة درجة الاعتماد على وسائل الإعلام .

ج - وضح الفرق بين كل من ؟

- الاتصال الجماهيري وعملية الاتصال المباشر ؟

الاجابة :

يتمثل الاختلاف الرئيسي بين عملية الاتصال الجماهيري وعملية الاتصال المباشر في أن الاتصال الجماهيري أكثر تعقيداً : فالمنظمة أو المؤسسة الكبيرة التي تدخل في سلسلة الاتصال مثل الجريدة أو محطة الإذاعة تتميز بأن لها مشاكل اتصال خاصة بها لأن لها اتصالاً داخلياً خاصاً .

وكذلك يكمن أساساً الاختلاف بين الاتصال الجماهيري والاتصال المباشر في رجوع الصدى حيث يكون رجوع الصدى في الاتصال المباشر كبيراً بينما يكون في الاتصال الجماهيري بسيطاً. بينما من النادر أن يتحدث أو يرد على جهاز التليفزيون أو جهاز الراديو أو يكتب خطاباً إلى صحيفة، ويمكن معرفة رجوع الصدى من خلال البحوث الميدانية التي تجري على المستمعين أو المشاهدين أو القراء.

- الإعلام والاتصال .

الإجابة :

بداية نشير إلي أن هاتين الكلمتين تتقاطعان بحيث نجد البعض يستعمل أحدهما بدل الآخر . ولكن علي العموم يمكننا القول أنه إذا كان الإعلام يعني أساسا الإخبار والمعرفة ، فالإتصال يستلزم الحوار ووجود علاقات . وإذا كان مفهوم الإعلام يعبر عادة عن شئ ثابت (محتوي ، حالة) فالإتصال في الغالب عبارة عن عملية (علاقة) إنه يفعل الإعلام بجعله أمرا عمليا ، بل قد يوصف الإعلام بأنه يشكل إحدي وظائف الإتصال .ومن ثم فقد يوجد إعلام دون علاقة اتصالية ولكن لا يمكن أن يكون هناك اتصال دون إعلام .

وهنا قد يكون الفرق الأساسي بين الإتصال والإعلام :

حيث تتضمن العملية الاعلامية عنصرين أساسيين : المرسل والمستقبل ، بينما يكون دور المستقبل سلبيا (علاقة قوية بين الأشخاص والأحداث). وذلك بخلاف العملية الاتصالية التي تشترط قيام المستقبل بدور إيجابي بتفاعله مع المرسل (علاقة قوية بين الأشخاص).

وعلي ذلك فمن الخطأ المساواة بين مفهومي الإعلام والاتصال ، لأن الإتصال تواصل تفاعلي بالضرورة . والإعلام - حتي بمعناه الواسع الذي يتوافر فيه رد فعل المستقبل - لايشترط ذلك . والغالب أن الإتصال أعم وأشمل من الإعلام .

د- اشرح بايجاز كل من ؟

- دعائم الإتصال الناجح .

الإجابة :

تتلخص دعائم الإتصال الناجح في العناصر السبعة التالية :

- 1- مصداقية المصدر : الثقة العالية من جانب الجمهور في المصدر هي أساس التعرض للرسالة والقابلية للاقتناع بها ، وهذه الثقة تنشأ من تخصص المصدر ومقدرته علي معالجة الموضوع بالإضافة إلي مهاراته الاتصالية ، ومركزه الاجتماعي .
- 2- التعبير عن الواقع: ينبغي أن تتفق الرسالة مع الواقع المحيط بها وأن تتمشي مع الأحداث التي تجري في المجتمع .
- 3- المعلومات التي لها مغزى : فالمستقبل لابد أن يجد في الرسالة مضمونا يعنيه ويتفق مع نظامه القيمي . كما أن الأفراد يتابعون مواد الإتصال التي تحقق لهم أكبر فائدة وتشبع عندهم رغبات معينة ، وهذا هو معني العبارة التي تقول أن المضمون يحدد الجمهور وأن لكل شعب صحافته التي يستحقها .
- 4- الوضوح : يجب أن تصاغ الرسالة في عبارات سهلة، وأن تعني للمستقبل نفس ما تعنيه لقائم بالاتصال .
- 5- الاستمرارية والاتساق : الإتصال عملية مستمرة لا تنتهي ، كما أن التكرار ضروري لضمان نسبة التعرض للرسالة وإدراكها علي النحو المقصود . والتنويع في التكرار ضروري لزيادة المثيرات الاقناعية التي تتسق مع ظروف الأفراد والجماعات .

٦- إمكانات المستقبل : ينبغي أن يضع القائم بالاتصال في اعتباره قدرات الجمهور المستهدف علي استيعاب الرسالة ، أو يعرف بمهارات المستقبل في إكمال العملة الاتصالية من حيث المعرفة، والقدرة علي القراءة، وعادات الاتصال .

٧- الوسائل المناسبة: ينبغي اختيار الوسائل التي يتعرض لها الجمهور المستهدف والتي تصلح لتناول الفكرة المطروحة تبعا لمرحل انتشارها فالالاتصال الجماهيري له دور فعال في إثارة الانتباه إلي الفكرة .

- أنواع التأثيرات التي تحدثها الوسائل الإعلامية علي المتلقي .

الاجابة :

١- **تغير الموقف و الاتجاه** : حيث يغير المرء موقفه من قضية ما بناءً على المعلومات التي توفرها هذه الوسائل للإنسان المتلقي ، ومن خلال هذه الرسائل الإعلامية يبقى الإعلام العامل الرئيسي في عملية تغير الموقف والاتجاه ، سواء على مستوى الأشخاص أو القضايا أو على مستوى القيم والسلوك .

٢- **التغير المعرفي** : إذ تؤثر وسائل الإعلام في التكوين المعرفي للأفراد من خلال التعرض الطويل لوسائل الإعلام كمصدر موثوق للمعلومات ، فتقوم بتوجيهه متناغم حسب الاتجاه الذي تريده ، فتغير في أسلوب المرء وطريقة تفكيره وقناعاته لأن القنوات حصيلة المعرفة المكتسبة .

٣- **التنشئة الاجتماعية** : ذلك أن كل ما نسمعه أو نراه أو نقرأه لا يخلو من هدف بل هو مشحون بالقيم ، وهذا هو الذي يعرف عنه (بالتنشئة الاجتماعية) ، فيعمل على تلقين المُستقبل مجموعة من المعارف لتشكيل الهوية الثقافية ، فالتعرض المستمر للرسائل الإعلامية المشحونة بالقيم ، إذ تُعرض بقوالب جذابة تسمح لها بالتسلل إلى اللاشعور لتشكل اتجاهاً معيناً - دون وعي كامل من المتلقي - فليس هنالك أخبار محايدة ولا ترفيه بريء ! بل كلّ يحمل في طياته وبين سطوره كثيراً جداً من القيم الخفية التي يراد ترويجها إلا أنها لا تُقبل في العلن بل تقابل بالرفض ، فيلجئ إلى هذا الأسلوب المغلف ، ليظهر أثر هذه القيم على المتلقي عبر المدى البعيد .

٤- **الإثارة الجماعية** : حيث تعدد الوسائل الإعلامية على إثارة الجماهير وتحريكها لتتكيف مع ظرف ما ، وأنجح ما يكون مثل هذا الأسلوب في أوقات الأزمات و الكوارث ، فينتج عنه تحرك الجماهير و استنفارها لتحقيق هدف معين .

٥- **الاستثارة العاطفية** : للعواطف نفوذ قوي يسيطر على سلوك الإنسان ، وقد منح هذا الأمر فرصة كبيرة للإعلام للتأثير على عواطف المُستقبل للمواد الإعلامية ، ليؤثر ذلك على سلوك الإنسان و توجهه ، وكذلك تعمل وسائل الإعلام على استثارة الغرائز لدى الجمهور مؤثرة بذلك على مشاعره و طبيعته الشخصية .

٦- **الضبط الاجتماعي** : يتجلى دور وسائل الإعلام في عملية الضبط الجماعي من خلال قيامها بتوحيد الناس على ثقافة واحدة يصبح الخروج عنها أمراً صعباً ، حيث تصبح مع مرور الوقت عرفاً و تصبح جزءاً من ثقافة المجتمع ، حيث أصبحت وسائل الإعلام هي التي تحدد للناس ما يصلح وما لا يصلح من خلال الإعلان عن آراء معينة ، و التكتيم على أخرى ، فيخلق ذلك عند الناس ما يشبه العرف الذي يُقبل و يتبع ويحذر من مخالفته .

٧- **صياغة الواقع** : تؤثر وسائل الإعلام من هذا الباب عبر قيامها بعرض جزء صغير من حقيقة الواقع ، ليبقى في أذهان الجمهور على أنه هو الواقع الحقيقي الكامل !! ، وبذلك تعمل على صياغة الواقع حسب الرؤية التي تريدها ، وتعمل أيضاً على صياغة نمط حياة من صنعها لتقدمه للناس على أنه هو الواقع المثالي ، و توحى

للجمهور بتقليده عبر نشر صورته الإيجابية الجميلة فقط !! فتختزل كل تفاصيل الحقيقة في هذا الجزء الصغير الذي تم عرضه فقط .

٨- **تكريس الأمر الواقع** : فبعكس النقطة السابقة قد تعمل وسائل الإعلام على تركية ما هو قائم و تكريس ما هو موجود ، فتجعل الجمهور يقبله دون نقاش ، فأقرار الأمر الواقع و تبريره و تقديم المسوّغ له من قبل وسائل الإعلام يعمل على صنع رأي عام شبه موحد ، فلا يمكن لأي شخص أن يثير تساؤلاً حول صحة ما يجري .

- وظائف الاتصال الجماهيري .

الاجابة :

- الإعلام أو الإخبار : الوظيفة الإخبارية: تعني قيام وسائل الإعلام الجماهيرية بنقل الأحداث والقضايا المهمة، ومتابعة تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع .
- التفسير والتوجيه : هذه الوظيفة تتصل بتفسير ما يعلم به في الوظيفة الأولى وتوجيهه وجهه معينة بهدف الربط بين أجزاء المجتمع من ناحية ، والربط بينها وبين المجتمع كله من ناحية ثانية ، والربط بين المجتمع كله .
- الدعاية : تستهدف الدعاية استمالة الجماهير إلى الأهداف أو الاتجاهات أو الآراء بشكل عمدي ومقصود .
- التثقيف: هدفه زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام.
- الترفيه عن الجمهور وتسليته : تقوم وسائل الإعلام فيما تقوم به من وظائف بمهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل ومرفه.
- الإعلان : تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين .
- التعليم والتنشئة الاجتماعية : تهدف وسائل الاتصال إلى تزويد الأفراد بالخصائص الثقافية والمعرفية والتأكيد عليها، حتى يتم تحقيق التماسك الاجتماعي والإجماع حول الرموز والأهداف الوطنية.

مع أطيب التمنيات بالتوفيق ،،،

د/ السيد محمود عثمان