



دور: يناير 2017م

الفرقة : الأولى

قسم : الإعلام التربوي

المادة : مدخل إلي الاتصال بالجمهور

الزمن : ساعتان

التاريخ : 2017/1/24م

كود المادة : 103عل

كلية التربية النوعية

أجب عن السؤالين الآتيين :

السؤال الأول:

( 20 درجة )

- ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة وعلامة (×) أمام العبارة الخاطئة مع تصويب الخطأ ؟
1. لم يعد مقبولا تعريف الاتصال علي أنه نشاط انساني . ( )
  2. استعمال تعبير الإعلام كمرادف للإتصال الجماهيري هو في الواقع تقليص لمعني الأخير ولدوره ولوظائفه. ( )
  3. تري نظرية إثارة الحوافز العدوانية أن العنف المتلفز يعزز أنماط السلوك الموجود أصلا عند المشاهد . ( )
  4. غياب ترجيع الأثر يعني الاحساس الفوري بواقع الكلمات أو الرسائل الإعلامية علي الجمهور المستهدف. ( )
  5. يعد التلفزيون أقرب وسيلة للاتصال المواجهي . ( )

السؤال الثاني:

( 60 درجة )

أ - اذكر كل من ؟

- مجموعة الحلول التي اقترحها روجرز في مجال تضيق فجوة المعرفة .
- المراحل الأساسية التي تشكل عملية الاتصال بالجمهور.
- الفرض الرئيسي لنظرية الحقنة ( الرصاصة الإعلامية ) .
- أنواع التأثيرات التي تحدثها الوسائل الاعلامية علي المتلقي .

ب- وضح كل من ؟

- يؤدي استخدام الوسيلة في الاتصال الجماهيري إلي بعض النتائج السلبية التي لا يشهدها الاتصال الشخصي .... وضحها؟
- يرجع فشل الرسالة الدعائية في اختراق الإطار المرجعي للجمهور والتأثير علي أمرين ..... وضحهما ؟
- يتأثر الجمهور بالمضمون الإعلامي إذا ما توافرت مجموعة من الشروط ..... وضحها ؟
- العوامل التي تؤدي إلي حدوث عمليات التشويش أثناء عملية الاتصال .

ج - وضح الفرق بين كل من ؟

- الفرق الأساسي بين الاتصال والإعلام ؟
- الفرق بين مصطلح تجزئة الجمهور والجمهور العام ؟

د- اشرح بإيجاز وظائف الاتصال الجماهيري ؟

هـ- بما تفسر قد يصبح الإعلان سلاحا ذا حدين ؟

مع أطيب التمنيات بالتوفيق ،،،

د/ السيد محمود عثمان



دور: يناير 2017م

الفرقة : الأولى

قسم : الإعلام التربوي

المادة : مدخل إلي الاتصال بالجمهور

الزمن : ساعتان

التاريخ : 2017/1/24م

كود المادة : 103عل

كلية التربية النوعية

إجابة السؤال الأول: ( 20 درجة )

- ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة وعلامة (×) أمام العبارة الخاطئة مع تصويب الخطأ ؟

6. لم يعد مقبولا تعريف الاتصال علي أنه نشاط انساني . (✓)
7. استعمال تعبير الإعلام كمرادف للإتصال الجماهيري هو في الواقع تقليص لمعني الأخير ولدوره ولوظائفه. (✓)
8. تري نظرية إثارة الحوافز العدوانية أن العنف المتلفز يعزز أنماط السلوك الموجود أصلا عند المشاهد . (×)
- التصويب : تري نظرية التعزيز أن العنف المتلفز يعزز أنماط السلوك الموجود أصلا عند المشاهد .
9. غياب ترجيع الأثر يعني الاحساس الفوري بواقع الكلمات أو الرسائل الإعلامية علي الجمهور المستهدف. (×)
- التصويب : غياب ترجيع الأثر يعني عدم الاحساس الفوري بواقع الكلمات أو الرسائل الاعلامية علي الجمهور المستهدف .
10. يعد التليفزيون أقرب وسيلة للاتصال المواجهي . (✓)

إجابة السؤال الثاني: (60 درجة)

أ - اذكر كل من ؟

- مجموعة الحلول التي اقترحها روجرز في مجال تضيق فجوة المعرفة .

الإجابة :

أولا : بث رسائل اعلامية حافلة بالتفاصيل تناسب مستوي الفئات الاجتماعية والثقافية المختلفة ، ويجب أن تتميز هذه الرسائل ببساطتها وسلاستها ، خاصة لدي معالجة الأمور المعقدة والصعبة .

ثانيا : بث رسائل اعلامية موجهة بالذات لتلك الفئات المتأخرة اقتصاديا واجتماعيا ، وذلك لمساعدة الفئات المتأخرة في التغلب علي اجتياز فجوة المعلومات واللاحق بالآخرين .

ثالثا : استعمال وسائل الاتصال الضيقة علي نطاق واسع ( كالكاسيت والفيديو ) في المجتمعات المحلية .

رابعا: الاستفادة من قنوات الاتصال التقليدية ، لذلك فإن بعض الأساليب الفعالة لتوعية هذه الفئات يتمثل في استعمال قنوات الاتصال المحلية لإحداث الأثر المطلوب . ومن جملة هذه القنوات ، رجال الدين والرواة والشعراء المحليون .

- المراحل الأساسية التي تشكل عملية الاتصال بالجمهير .

الإجابة :

1. القائمون بالاتصال المحترفون يقومون بصياغة أنواع عديدة من الرسائل تقدم في النهاية إلى فئات متباينة من الجمهور لأهداف مختلفة .
2. يتم بث هذه الرسائل فوراً وبشكل مستمر من خلال الوسائل الآلية والإلكترونية.
3. الرسائل تصل إلى عدد كبير من المتلقين المنتشرين . الذين يتعرضون لهذه الوسائل بطرق انتقائية.
4. يفسر أعضاء جمهور المتلقين الرسائل التي اختاروها من خلال دلالات المعاني التي تعكسها خبراتهم التي تتفق في كثير أو قليل مع دلالات القائم بالاتصال .
5. نتيجة لهذا يحدث التأثير بطريقة أو بآخري ومن هذا نقول أن هذا الاتصال له بعض التأثير .

- الفرض الرئيسي لنظرية الحقنة ( الرصاصة الإعلامية ) .

الإجابة :

تري أن وسائل الاعلام قادرة علي إحداث تأثير مباشر ومرغوب وفوري في الجمهور إذا ما أحسن استغلالها ، لأن الجمهور سلبي ، لا يتعدي دوره استقبال المعلومات والتأثر بها.

- أنواع التأثيرات التي تحدثها الوسائل الاعلامية علي المتلقي .

الإجابة :

- 1- تغيير الموقف و الاتجاه : حيث يغير المرء موقفه من قضية ما بناءً على المعلومات التي توفرها هذه الوسائل للإنسان المتلقي.
- 2- التغيير المعرفي : إذ تؤثر وسائل الإعلام في التكوين المعرفي للأفراد من خلال التعرض الطويل لوسائل الإعلام كمصدر موثوق للمعلومات .
- 3- 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 ) .
- 4- الإثارة الجماعية : حيث تعتمد الوسائل الإعلامية على إثارة الجماهير وتحريكها لتتكيف مع ظرف ما .
- 5- الاستثارة العاطفية : تعمل وسائل الإعلام على استثارة الغرائز لدى الجمهور مؤثرة بذلك على مشاعره و طبيعته شخصيته .
- 6- الضبط الاجتماعي : يتجلى دور وسائل الإعلام في عملية الضبط الجماعي من خلال قيامها بتوحيد الناس على ثقافة واحدة يصبح الخروج عنها أمراً صعباً .
- 7- صياغة الواقع : تعمل على صياغة الواقع حسب الرؤية التي تريدها ، وتعمل أيضاً على صياغة نمط حياة من صنعها لتقدمه للناس على أنه هو الواقع المثالي .
- 8- تكريس الأمر الواقع : فبعكس النقطة السابقة تعمل وسائل الإعلام على تركيز ما هو قائم و تكريس ما هو موجود ، فتجعل الجمهور يقبله دون نقاش .

ب- وضح كل من ؟

- يؤدي استخدام الوسيلة في الاتصال الجماهيري إلي بعض النتائج السلبية التي لا يشهدها الاتصال الشخصي....وضحها؟

الإجابة :

استخدام الوسيلة في الاتصال الجماهيري تؤدي إلي بعض النتائج السلبية التي لا يشهدها الاتصال الشخصي ، مثل فقدان رجع الصدي المباشر وعدم الدقة وذلك علي النحو التالي:

- يقلل استخدام الوسيلة من رجع الصدي ويحد من المشاركة بين المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية .
- نتيجة لذلك تزيد إمكانية التعارض أو التناقض بين ما يقصده المرسل وبين ما يفهمه المستقبل من الرسالة .
- ويؤدي هذا التعارض في حالة حدوثه إلي تقليل الدقة في الرسالة .
- ونتيجة لذلك تقل احتمالات تأثير الرسالة في الجمهور بالشكل المقصود.

- يرجع فشل الرسالة الدعائية في اختراق الإطار المرجعي للجمهور والتأثير عليه إلي أمرين .....وضحهما ؟

الإجابة :

- الأول : تشويش المعني الناجم عن عدم القدرة علي صياغة الرسالة المناسبة ، واستعمال الحجج المنطقية المؤثرة فيها .
- الثاني : عدم التعرف علي خصائص شخصية الجمهور المتلقي وإطارة المرجعي بصورة جيدة ، ومن هنا فإن الدعائي يجب أن يتعرف جيدا علي التضاريس النفسية والتيارات الاجتماعية للجمهور المستهدف .

- يتأثر الجمهور بالمضمون الإعلامي إذا ما توافرت مجموعة من الشروط .....وضحها ؟

الإجابة :

- أن يكون مضمون الرسالة الإعلامية يتعلق بقضية تشغل الرأي العام .
- تكرار عرض الرسالة بأكثر من ثوب بشكل مستمر .
- عرض الرسالة الإعلامية بشكل فني وجذاب وملفت للنظر ليكون وقعه في الأذهان أشد .
- طريقة صياغة الرسالة الإعلامية ويقصد بها ( السيناريو ) ، فيجب أن تصاغ الرسالة الإعلامية بطريقة مؤثرة ذكية ، بلغة بليغة و بترتيب منطقي للأحداث .

- مهما كانت دقة نموذج الاتصال فإنه يؤخذ عليه بعض السلبيات ..... وضح ذلك ؟

الإجابة :

مهما كانت دقة النموذج وصحته فإنه يؤخذ عليه أنه يعرض أو يقدم عملية الاتصال في الحالة الساكنة ، أي أنه حتي في النماذج الوظيفية لا تجسد حركة العناصر وتفاعلاتها مع بعضها ، حيث لا تزيد عن مجرد شكل أو صورة تحتاج إلي مزيد من الشرح والتفسير لتجسيد العلاقات بين المتغيرات وحركتها ، وترتيب أهميتها ، وذلك تجنباً لإغفال أي من العناصر أو المتغيرات أو إغفال تأكيد أهميتها.

- العوامل التي تؤدي إلى حدوث عمليات التشويش أثناء عملية الاتصال .  
الإجابة :

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

ج - وضح الفرق بين كل من ؟

- الفرق الأساسي بين الاتصال والإعلام .

الإجابة :

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

وعلى ذلك فمن الخطأ المساواة بين مفهومي الإعلام والاتصال ، لأن الاتصال تواصل تفاعلي بالضرورة . والإعلام - حتى بمعناه الواسع الذي يتوافر فيه رد فعل المستقبل - لا يشترط ذلك . والغالب أن الاتصال أعم وأشمل من الإعلام .

- الفرق بين مصطلح تجزئة الجمهور والجمهور العام .

الإجابة :

يختلف مفهوم تجزئة الجمهور عن مفهوم الجمهور العام الذي يتكون من حشد غير متجانس لا يوجد له تنظيم إجتماعي ، ولا بناء من العادات والتقاليد ، ولا قواعد محددة للسلوك ، ولا هيكل للأدوار الاجتماعية ، ولا قيادة ، وإنما يتكون من جماعات مفككة من الأفراد لا تربط بينهم رابطة معينة . أما تجزئة الجمهور فهي العملية التي يتم بمقتضاها تقسيم المجتمع إلى أجزاء معينة تأسيساً على أن فئات الجماهير غير متجانسة من حيث استجابتها للجهود الإعلامية.

د- اشرح بإيجاز وظائف الاتصال الجماهيري ؟

الإجابة :

- الإعلام أو الإخبار : الوظيفة الإخبارية: تعني قيام وسائل الإعلام الجماهيرية بنقل الأحداث والقضايا المهمة، ومتابعة تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع، وذلك لتلبية حاجة الإنسان الطبيعية لمعرفة البيئة المحيطة به، ومعرفة الحوادث الجارية من حوله.

- 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 والمجتمعات الأخرى من ناحية ثالثة ، والتفسير والتوجيه يتخذان أشكالاً وقوالب متعددة ، فقد تتمثل في اختيار الأخبار أو ترتيبها أو توزيعها بطريقة معينة ومقصودة ، وقد تتمثل في التعليق عليها لتفسيرها وتوضيح مغزاها وأبعادها من وجهة نظر الذي يستخدم وسائل الاتصال الجماهيري وقد تتمثل في الشرح والوصف والبيان والتعليق . كما يقصد بالتوجيه عملية تكوين اتجاهات فكرية في الأفراد يراها المجتمع صالحة ومحقة لأهدافه.

- الدعاية : تستهدف الدعاية استمالة الجماهير إلى الأهداف أو الاتجاهات أو الآراء بشكل عمدي ومقصود ، وإن كانت لا تعتمد في سبيل ذلك على الحقائق وحدها . ولكنها تحاول التأثير في الميل السلوكي لهذه الجماهير بوسائل

عديدة ، منها مخاطبة العواطف ، والغرائز والمصالح لتحقيق أهداف ترى السلطة أو القائم بالإتصال عدم مشروعيتها أو صعوبة الإقناع بها من خلال الحقائق وحدها .

- **التثقيف** : هدفه زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام، وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية، والتثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد سواء كان ذلك بشكل عفوي وعارض أو بشكل مخطط ومبرمج ومقصود . والتثقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، هذه المواجهة تقدم له - بدون أن يكون هو المقصود بالذات . معلومات وأفكار وصور وآراء، فيندفع في قراءتها أو متابعتها فتعلق بعض الكلمات في ذهنه ويأخذ ببعض الآراء أما التثقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير؛ لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج الزراعية التي هي عبارة عن حلقات إرشاد للمزارعين يدعون إليها أو تبث إليهم عبر الإذاعة أو التلفزيون.

- **الترفيه عن الجمهور وتسليته** : تقوم وسائل الإعلام فيما تقوم به من وظائف بمهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل ومرفه؛ مثل الأبواب المسلية في الصحف أو البرامج الكوميدية في التلفزيون. وفي الحالتين تأخذ وسائل الإعلام في اعتبارها مبدأ واضحا وهو أن برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه إليها، وحتى في مجال الترفيه هناك برامج وأبواب ترفيه موجه يمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف ودعم بعض الاتجاهات أو تحويلها وحتى تغييرها، وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام .

- **الإعلان** : تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين، كما تقوم بدور مهم في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ.

- **التعليم والتنشئة الاجتماعية** : وتهدف إلى تزويد الأفراد بالخصائص الثقافية والمعرفية والتأكيد عليها، حتى يتم تحقيق التماسك الاجتماعي والإجماع حول الرموز والأهداف الوطنية.

هـ- **بما تفسر قد يصبح الإعلان سلاحا ذا حدين ؟**  
**الإجابة :**

فهو من ناحية يساعد الوسيلة الاعلامية علي الحياة ويمدها بدعم لا يستهان به ، لكنه من ناحية أخرى يمكن أن يستخدم كأداة للضغط علي الوسيلة لعدم نشر الحقيقة في بعض الأمور التي تخص المعلن أو التحيز إليه بأي شكل من الأشكال، وبذلك تزداد خطورة الاعلان من قدرته علي التحكم في محتوى الوسيلة الاعلامية التي يرتبط بها. ويلبي الإعلان في نفس الوقت حاجة أساسية عند المعلن والمستهلك علي السواء في بعض الحالات .ولكن يبقى بعد ذلك الجانب الآخر للإعلان حينما يثير تطلعات الأفراد من ذوي الدخل المحدودة في بعض الدول النامية إلي سلع استهلاكية تستنزف دخولهم ، أو تثير الإحباط لديهم إذا عجزوا عن شرائها .

مع أطيب التمنيات بالتوفيق ،،،

د/ السيد محمود عثمان