



الفصل الدراسي الأول 2013م/2014م
الفرقة : الأولى لائحة جديدة
المادة : مدخل إلي الاتصال بال جماهير
الزمن : ساعتان
التاريخ : 2014/1/11م
كود المادة : 103 عل

كلية التربية النوعية
قسم الإعلام التربوي

(20 درجة)

إجابة السؤال الأول:

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

1. 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.

2. يوضح نموذج الملائمة أو النموذج الموقفي أن المواقف الاتصالية المتباينة هي التي تحدد نوع الأساليب التي

(✓)

يمكن اتباعها في كل موقف منها .

3. غياب ترجيع الأثر يعني الاحساس الفوري بواقع الكلمات أو الرسائل الاعلامية علي الجمهور المستهدف .

(×)

التصويب : غياب ترجيع الأثر يعني عدم الاحساس الفوري بواقع الكلمات أو الرسائل الاعلامية علي الجمهور المستهدف .

(×)

4. التشويش هو إدراك المستقبل للرسالة بنفس المعني الذي يقصده المرسل .

التصويب : التشويش هو عدم إدراك المستقبل للرسالة بنفس المعني الذي يقصده المرسل .

(×)

5. يرى النظريون أن فلسفة الاعلام هي جزء من نظريات الاتصال .

التصويب : يرى النظريون أن نظريات الإعلام جزء من فلسفة الإعلام، لأن فلسفة الإعلام أعم واشمل من

النظريات.

أ - انكر كل من ؟

- عوامل قوة تأثير التلفزيون كأداة إعلامية .
الإجابة :

1. المصداقية والمقدرة على الإقناع.
2. السرعة في نقل الأخبار والأحداث.
3. مجانية الخدمة.
4. تغيير أنماط الترفيه والتسلية الجماعية .
5. سعة الانتشار.
6. القدرة على التحدث والمتابعة .
7. تعدد مصادر التغذية التلفزيونية.
8. التأثير الإدماني للتلفزيون.
9. تنوع المادة الترفيهيه المعروضة.

- المراحل الأساسية التي تشكل عملية الاتصال بالجمهور .
الإجابة :

1. القائمون بالاتصال المحترفون يقومون بصياغة أنواع عديدة من الرسائل تقدم فى النهاية إلى فئات متباينة من الجمهور لأهداف مختلفة .
 2. يتم بث هذه الرسائل فورياً 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 فى كثير أو قليل مع دلالات القائم بالاتصال .
 5. نتيجة لهذا يحدث التأثير بطريقة أو بأخرى ومن هذا نقول أن هذا الاتصال له بعض التأثير .
- وظائف الاتصال الجماهيري .

الإجابة :

- 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 فى 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 الجمهور إلى الأهداف أو الاتجاهات أو الآراء بشكل عمدي ومقصود .
- التنقيف: 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.

- أهمية الاتصال بالنسبة للفرد والمجتمع .

الاجابة :

أولا : أهمية الاتصال بالنسبة للفرد:-

- يقوم البناء الإجتماعى داخل الجماعة أو داخل المجتمع على تحديد الدور الذى يقوم به كل فرد داخل هذا البناء .
 - الاتصال بالآخرين يساعده على الاقتراب منهم ، ويدعم الإحساس بالأمن والطمأنينة الناتجة عن التماسك الإجتماعى .
 - تظهر أهمية الإتصال للفرد فى حاجته إلى المعلومات والمعارف الخاصة بالقضايا والموضوعات اليومية التى تفيد الفرد فى اتخاذ قراراته اليومية
 - تظهر أهمية الإتصال للفرد فى كونه العملية الأساسية التى يكتسب بها الفرد خصائص وسمات المجتمع الذى يعيش فيه وينتمى إليه ، وتدعم بالتالى انتماءه إلى هذا المجتمع .
 - يتم إتصال الفرد بهذه الوسائل الإعلامية لتحقيق التسلية والترفيه لتخفيف عبء الواقع اليومي .
- ثانيا : أهمية الإتصال بالنسبة للمجتمع:-

- يوفر الإتصال للأفراد فى المجتمع ، والمجتمع الكل المعلومات الخاصة بالبيئة والأخطار المحيطة بها ، لتجنبها وحماية المجتمع من هذه الأخطار .
- يحقق الاتصال الترابط والتقارب بين أفراد المجتمع وعناصره ، ودعم التفاعل بينهم .
- يحقق الإتصال المحافظة على الهوية الثقافية للمجتمع ، بنقل تراثه من جيل إلى آخر.

ب- وضح كل من ؟

- تصنيف " دينيس هويت " لجمهور المتلقين .

الاجابة :

- الجمهور العنيد : هو الذي لا يستسلم تماما لوسائل الإعلام التي تسعى إلى تغيير آراء ومواقف واتجاهات الجمهور والسيطرة عليه ، ووسائل الإعلام ليس لها قوة اقناعية كبيرة لتغيير عقول الناس وذلك بسبب عوامل الانتقائية التي تؤثر على فعالية وسائل الاتصال .
- الجمهور الحساس : وسائل الإعلام لا تؤثر في كل فرد وإنما هناك بعض الأفراد يتأثرون بوسائل الإعلام أكثر من غيرهم مثل الأطفال ، المراهقين والشباب والنساء وكبار السن وهذا النوع من الجمهور يطلق عليه الجمهور الحساس .
- الجمهور اللامبالي : هو الجمهور الذي لا يقف موقفا رافضا مثل الجمهور العنيد ولا موافقا مثل الجمهور الحساس ، يتعامل مع الرسائل الإعلامية بإهمال تام ولا مبالاة.

- كيف يمكن تقليص تأثير التأطير في وسائل الاعلام ؟

الاجابة :

1- بواسطة عرض أكثر من إطار تحليلي واحد لكل حدث أو موضوع, وبذلك يبقى الجمهور حر في اختيار وتحليل الموضوع.

2- كلما كان رأي المرسل موطد بموضوع معين , بذلك يكون هو محمي أكثر في إطار الاعلام, وتأثير التأطير أقل.

3- كلما كان للإنسان تجربة شخصية مع الموضوع المعروض في الاعلام

4- كلما كان المستقبل ذو إمكانية قراءة نقدية وتحليلية عالية بذلك يقل تأثير التأطير عليه.

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

الاجابة :

عمليات التشويش ترجع لأسباب عديدة قد ترتبط بآلية أو ميكانيزم عملية الإرسال أو الاستقبال أو تأثير المناخ والبيئة المحيطة إلى آخره ، ولكنها فى النهاية تعنى عدم وضوح الرسالة . والتشويش يمكن أن يكون بتأثير عوامل عديدة أو أحدها تؤدي إلى عدم قدرة المستقبل على تفسير رموز الرسالة الاتصالية وإدراك المعنى ، على الرغم من وصول الرسالة واضحة سواء كانت مرئية أو مسموعة . وذلك لأسباب أو عوامل تعود إلى كل عنصر من عناصر الإتصال على حده أو عنصرين أو أكثر ، أو بتأثير عوامل خارجية أخرى مثل التشويش البيئى وهو التدخل الخارجي الذى يمنع أطراف الإتصال من استلام الرسائل الاتصالية أو استلامها بشكل منقوص .

وهناك الكثير من الأسباب التى تمنع أطراف الإتصال من إدراك معنى الرموز فى الرسائل الاتصالية ، تنصدها المشكلات الخاصة بدلالة الرموز ، أو مشكلات الإعراب فى بناء المفردات اللغوية أو عدم القدرة على تنظيم الأفكار وترتيب المعلومات فى بناء الرسالة . وكذلك التشويش الذى يحدث بتأثير العوامل الاجتماعية والنفسية على أطراف الرسالة .

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

الاجابة :

- التعرض أو الانتباه الإختياري أو الإنتقائي أو النوعي والذي يتمثل فى 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 فى الإدراك أو التفسير الخاطئ للمعنى المقصود فى الرسالة من قبل المتلقي بطريقة تجعل هذا المعنى مختلفاً عن المعنى الذى 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 في قدرة المتلقي للرسالة على التأثر بمضمونها بالطريقة والأسلوب الذى استهدفه المرسل ، ونظراً لوجود اختلافات متنوعة بين أفراد الجمهور فإن درجة تأثرهم 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 التأثر بما تضمنته الرسالة من دعاوى ومقاصد . وتؤدى هذه العوامل إلى التقليل من قدرة وسائل الاتصال الجماهيري على إحداث التأثير الإقناعى .

- 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 حتى 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.

ج- بين الفرق بين الاتصال الجماهيري والاتصال المباشر ؟
الإجابة :

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.

د- اشرح بايجاز شروط تأثير الاعلام علي المتلقي ؟
الإجابة :

فيما يلي عرض سريع لأهم هذه الشروط :

(1) العوامل التي لها علاقة بمصدر الرسالة الإعلامية وهي :

- نفوذ وخبرة المصدر : ويقصد به مدى معرفة صاحب الرسالة بالموضوع الذي يتحدث عنه ، فكلما كان الشخص متمكناً من موضوع رسالته كان تأثيره أكبر والعكس صحيح .

- الصدق : فمصدر المعلومات الذي يُعرف عنه الصدق يكون أبلغ في التأثير على المتلقي ، بينما المصدر الذي نتدنى مصداقيته تضعف قدرته على التأثير حتى تتلاشى .

- الوسيلة الإعلامية : تتفاوت وسائل الإعلام في درجة تأثيرها على الجمهور بفعل عدة عوامل ، و يأتي التلغاف بمقدمة وسائل الإعلام من حيث قدرته الهائلة على التأثير .

- احتكار وسائل الإعلام : حيث يؤدي ذلك إلى أحادية في مصدر التلقي ، تؤثر في الفرد من حيث أنها تلغي التنوع في الآراء و الأفكار و وجهات النظر ، وتعرض لنفس الرسالة الإعلامية بطرق مختلفة وأشكال متنوعة ، دون أن تفسح له المجال للاختيار بنفسه .

(2) **العوامل التي لها علاقة بالبيئة (أي المحيط الاجتماعي الذي تبث فيه الرسالة الإعلامية)** إذ تشكل البيئة عاملاً مساعداً من خلال طريقتين :

أولاً : دور أصحاب الرأي والمكانة في المجتمع : فإن الناس بطبيعتهم يقيمون اعتباراً لرأي بعض الأفراد الذين يتمتعون بمكانة خاصة في المجتمع بسبب المكانة العلمية أو الاجتماعية أو المالية أو شهرتهم في وسائل الإعلام .
ثانياً : الحالة التي عليها المجتمع : فحالاته الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية يؤثر كل ذلك في قدرة الرسالة الإعلامية على التأثير ، لأن مضمون الرسالة الإعلامية كي يؤثر لا بد أن يعكس واقع المتلقي وحالته .

(3) **العوامل التي لها علاقة بمضمون الرسالة الإعلامية،** إذ يتأثر الجمهور بالمضمون الإعلامي إذا ما توفرت فيه الشروط التالية :

- 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 .

(4) **العوامل التي لها علاقة بالجمهور:** الجمهور خليط متباين من الأفراد ، ولتحقيق الهدف المنشود والأثر المتوقع من وسائل الإعلام ينبغي أن تتوفر في الجمهور المتلقي العوامل التالية :

- نوع الجمهور : فالأطفال يتأثرون أكثر من الكبار ، و الرجال يختلفون عن النساء بالكيفية التي يتلقون فيها الرسالة الإعلامية ، والأميون يختلفون عن المثقفين في مدى تأثير الرسالة الإعلامية عليهم ... وهكذا ، فينبغي للرسالة الإعلامية أن تراعي مستوى كل شريحة و خصائص كل طبقة من هؤلاء .
- الموقع الاجتماعي للفرد : فإن المكانة الاجتماعية للفرد تؤثر على كيفية تفاعله مع الرسالة الإعلامية وتأثره بها .

- معتقدات الجمهور : فإن كانت الرسائل الإعلامية قريبة من معتقدات الجمهور ومنسجمة مع ما يؤمن به كان قبولها لديه أشد وأقوى ، والعكس صحيح .
- إدراك المتلقي للرسالة : فتفاوت الأفراد في مدى إدراكهم للرسائل الإعلامية وفهمها يجعل موقفهم منها مختلفاً ، وهذا الاختلاف يؤثر في كمية التأثير من فرد لآخر بسبب المرجعية الثقافية والاجتماعية وطبيعة شخصيته ومصالحه وأهوائه .

مع أطيب التمنيات بالتوفيق ،،،،

د/ السيد محمود عثمان

د/ محمد أحمد عبود