**المحاضرة: 12**

**وسائل الاتصال الجماهيري وتأثيراتها في الواقع الاجتماعي**

**مقدمة:** لقد أصبحت وسائل الإعلام جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، وأدت دورًا بارزًا في تطور الاتصال وتقدمه، وفتحت المجال واسعًا لتدفق المعلومات وانسياب المعرفة إلى كل أنحاء العالم، وقربت المسافات بين البشر، وخلقت حضارة إنسانية جديدة.  
وبسبب تنامي دور وسائل الإعلام، وحدوث تطورات تقنية هائلة على هذه الوسائل، خاصة منذ تسعينات القرن الماضي، أنجز العلماء والباحثون دراسات مكثفة حول دور هذه الوسائل ومختلف مؤثراتها، وسوف نناقش أبرز القضايا المتعلقة بوسائل الإعلام وذلك فيما يلي:  
1. **تعريف وسائل الاتصال الجماهيري وتصنيفاتها:**   
يشير مصطلح وسائل الاتصال الجماهيري Mass Media بوجه عام إلى كل الوسائط (الأدوات أو الوسائل) غير الشخصية للاتصال، التي عن طريقها تنقل كل المعلومات السمعية البصرية بشكل مباشر إلى الجماهير، وتشمل وسائل الاتصال الراديو والتليفزيون والصحف والمجلات والكتب، ومن الجدير بالذكر أن المصطلح هو اختصار لعبارة: "الأدوات المستخدمة في الاتصال مع الجماهير" ولهذا، فإن هذا التعريف يتضمن جانبين الأول متصل بالوسائل الفنية للنقل والاتصال، والثاني متصل بالجمهور، وفي هذا الصدد يذهب بعض الباحثين إلى القول بأن الأعضاء الذين يكونون الجمهور ليسوا كثيرين وغير متجانسين فقط، بل إنهم يستجيبون أيضًا لكل وسيلة من وسائل الاتصال كأفراد منفصلين.

**2 . مُكوّنات عملية الاتّصال** تتكوّن عمليّة الاتّصال من أربع عناصر:[٢]

**المُرسِل:** يُمثِّل الطّرف الأول، وهو الشّخص الذي يقوم بالتحكّم في عمليّة الاتّصال من خلال إرسال الرّسالة بطريقة ما.

**المُستقبِل:** يُمثِّل الطّرف الثّاني، وهو الشّخص الذي يقوم باستقبال الرّسائل المُرسَلة من الطّرف الأول (المُرسِل)، ولا يكون مُتحكّماً في عمليّة الاتّصال كالطّرف الأول

**. الرّسالة:** تُمثِّل الطّرف الثّالث، وهي عبارة عن كلمات أو إشارات يتمّ نقلها من المُرسِل إلى المُستقبِل خلال عمليّة الاتّصال، ويتّبع ذلك ردّة فعل

. **وسيلة الاتّصال**: وهي عبارة عن الأداة التي يتمّ من خلالها نقل الرّسائل والإشارات من المُرسِل إلى المُستقبِل من أجل الوصول إلى الهدف المطلوب من عمليّة التّواصل  
**3. أهم وسائل الاتصال الجماهيري:**  
يوجد العديد من وسائل الاتصال الجماهيري، إلا أن أهمها وأكثرها تأثيرًا وإقناعًا يتمثل في ثلاث وسائل أساسية:  
- الوسائل المقروءة (الصحافة والمطبوعات بشكل عام).  
- الوسائل المسموعة (الراديو).  
- الوسائل المسموعة – المرئية (التليفزيون - السينما).

**أولا. الوسائل المقروءة (المطبوعة):**  
كانت الكلمة ـ وما تزال ـ من الدعائم الأساسية التي تعتمد عليها عملية الاتصال، وقد ظلت الكلمة قاصرة إلى حد بعيد حتى اخترعت الطباعة، فأعلت من شأن الكلمة المكتوبة في الإعلام والتعليم، ثم كان ابتكار الإذاعة، فبلغت الكلمة المنطوقة قمة التأثير، وخلصتها من كل معوقات انتشارها.ويكاد يجمع العلماء والمفكرون على أن الكلمة هى القوة التى تستحضر الفكرة، وبدون الكلمة لا نستطيع أن نملك نواصي الأفكار والمشاعر والدوافع، فالرموز هي العمود الفقري للاتصال، وبدونها لا يمكن للاتصال أن يحقق جميع أغراضه، وقد عبر حكماء العرب قديمًا عن أهمية الكلمة، وذلك في الحكمة المأثورة الواردة عنهم والتي تقول: "إن من البيان لسحرًا".  
يقول المفكر الإسـلامي الكبير مالك بن نبي(\*\*)"1905 - 1973 : " إن الكلمة لمن روح القدس، إنها تساهم إلى حد بعيد في خلق الظاهرة الاجتماعية، فهي ذات وقع شـديد في ضمير الفرد، إذ تدخل إلى سـويداء قلبه، فتستقر معانيها فيه، لتحوله إلى إنسـان ذي مبدأ ورسالة. فالكلمة يطلقها إنسـان ، تسـتطيع أن تكون عامـلا من العوامل الاجتماعية حين تثير عواصف في النفوس تغير الأوضاع العالمية.   
تعد الطباعة احد أبرز الإبتكارات البشرية في كل العصور، وكان إنتاج الكتب قبل ظهور الطباعة يتم عن طريق النسخ اليدوي، ومع أن العديد من هذه الكتب القديمة كانت تعتبر تحفاً فنية عظيمة، إلا أن عملية النسخ اليدوي غالباً ما كانت عرضة لحدوث أخطاء، وكان عدد الكتب المتاحة محدوداً للغاية، ولم يكن يستطع امتلاكها سوى القادرين وذوي النفوذ والوفرة المالية، وقد أحدثت الطباعة تغييراً مذهلاً، حيث أصبح من الممكن إنتاج آلاف النسخ من الكتاب الواحد بقدر كبير من الدقة والسرعة.  
وبداية الاتصال المطبوع تعود إلى منتصف القرن الخامس عشر، حينما اخترع يوحنا جوتنبرج (1398 - 1468) المطبعة ذات الحروف المعدنية، واستطاع أن يطبع الكتاب المقدس عام 1455، والاختلاف الواضح بين الاتصال قبل هذا التاريخ وبعده يتمثل في أن الإنسان نجح في صنع آلة قادرة على إعطاء صورة مطابقة من الرسائل التي يتم تبادلها في الاتصال المواجهي أو الشخصي، ومنذ محاولة جوتنبرج طبع الإنجيل بالحروف المنفصلة، ولم يكن في دار الطباعة إلا صاحبها، حدثت تطورات عديدة أدت إلى نشأة الصحافة وتطورها سريعًا.  
فقد ظهرت الفكرة الأساسية للصحيفة في وقت مبكر بعض الشيء في انجلترا وأمريكا، وقد تأسست صحافة المستعمرات الأمريكية قبل سنوات من قيام الولايات المتحدة كدولة جديدة، وعندما توفرت الوسائل الكفيلة بإصدار جريدة رخيصة الثمن للتوزيع على نطاق واسع، وعندما تم تطوير الجوانب الفنية الخاصة بسرعة الطبع والتوزيع، ظهرت الصحافة الجماهيرية التي عرفت باسم “صحيفة البنس” إشارة إلى أن ثمنها لا يتجاوز بنساً واحداً، وقد حدث ذلك في مدينة نيويورك، وقد حققت هذه الصحيفة الجماهيرية نجاحاً كبيراً، وخلال سنوات قليلة انتشرت في أجزاء عديدة من العالم.  
والواقع أن بداية الصحافة كانت بداية متواضعة حيث كان صاحب المطبعة يكتب الأخبار في وريقة أو عدة وريقات ويوزعها على بعض الشخصيات الغنية ذات النفوذ الكبير والمتعطشة إلى معرفة أهم الأحداث، ثم تطور الأمر حينما أخذ أصحاب المطابع في تعيين مساعدين لهم في داخل الدار وخارجها، وخلال القرنين الخامس عشر والسادس عشر ظهرت مكاتب إخبارية حسنة التنظيم ظلت تعمل لحساب هؤلاء ـ الذين كانوا يسمون تجار الأخبار ـ طوال هذه الفترة.  
ولعب إنشاء مرفق البريد دورًا مؤثرًا في تطور الصحافة، فقد ارتبط تطوره بتطور الصحافة، ومشى معها جنبًا إلى جنب، وقد ظهرت الخدمة البريدية في فرنسا عام 1464، وفي انجلترا عام 1478، وقد كان الغرض من إنشاء ذلك المرفق جمع الخطابات والصور في مكان معين ونقلها بسرعة وانتظام إلى المرسل إليه، نظير أجر معين، وكان البريد ينقل بواسطة رسل -سعاة- محددين لحساب أفراد معينين.  
يتضح إذن أن الطباعة والبريد كانا بمثابة الأساس الراسخ لنشأة ذلك البنيان الضخم والكيان الفذ المسمى الصحافة The Press، كذلك كانت ثمة صلة وثيقة بين الصحافة والتقدم الذي أصاب العلوم والفنون، والصناعة والتجارة في كل مرحلة من المراحل التي مرت بها الصحافة خلال تطورها.  
فقد كان لظهور الوسائل العلمية الحديثة أثر كبير في انتشار الصحافة بين الأمم وتطورها، فقد وفرت الثورة الصناعية المطبعة البخارية، ثم المطبعة الكهربائية، وبعد أن كانت الصحف في بدء نشأتها مقصورة على الخاصة من الناس، زاد انتشارها بين العامة، وظهرت أشكال جديدة من الفن الصحفي، كالطباعة بالألوان، والتصوير الفوتوغرافي، وظهور الأنظمة الحديثة للتوزيع، واستخدام الوسائل السريعة كالطائرات في نقل الصحف، كما أدى استغلال الصحف في الإعلان إلى تخفيض أسعارها، مما زاد توزيعها وانتشارها، وخلقت هذه الظروف ما يعرف بالاتصال الجماهيري الذي وفر وسائل الإعلام بأسعار في متناول الرجل العادي.  
وفي نهاية القرن التاسع عشر، أصبح واضحاً لرواد علم الإجتماع في ذلك الحين أن وسائل الإعلام المطبوعة (الكتب والصحف والمجلات) تقوم بأحدث تغييرات جذرية في الظروف الإنسانية، وعلى سبيل المثال أكد عالم الإجتماع الأمريكي “تشارلز هورتون كولى” في عام 1909 أن وسائل الإعلام المطبوعة كانت أكثر تأثيراً من حيث قدرتها على التعبير ونقل الأخبار والمشاعر على نطاق واسع، والتغلب على المسافة من خلال سرعتها في الوصول إلى القارئ، وكذلك من خلال خاصية الإنتشار والوصول إلى جميع الطبقات، وكان من الواضح أن عصر الإتصال الجماهيري سوف يلغي حدود العزلة بين الناس في العالم، وسوف يحقق تغييرات كبيرة في تنظيم وعمل المجتمع، وكما قال “كولى” : ” إن الإعلام الجديد يمثل ثورة في جميع مراحل الحياة، في التجارة والسياسة والتعليم، وحتى في الأمور الإجتماعية والثرثرة”.  
**ثانيا: وسيلة الاتصال المسموعة (الإذاعة):**  
تعود التجارب الأولى التي أجريت من أجل نقل الصوت عبر الأثير إلى حوالي عام 1890، وفي 14 ديسمبر 1901 نجح ماركوني في إتمام أول إرسال لاسلكي، ولكن الإذاعة لم تصبح حقيقة واقعة إلا في عام 1920. وتعد الولايات المتحدة الدولة الأولى التى أُجريت فيها أول تجارب فى هذا الحقل وتبعتها من قريب بريطانيا وفرنسا وألمانيا، ونشطت استراليا وكندا في هذا المضمار في تاريخ يعتبر مبكرًا نسبيًا.  
ففي عام 1920 بدأ الدكتور فرانك كونراد المهندس في شركة "ويستنجهاوس" Westinghouse في بنسلفانيا بتشغيل محطة راديو تليفون الهواة، واعتاد كونراد إذاعة الموسيقى المحلية المسجلة ونتائج المباريات الرياضية، وقد أثار ذلك اهتمامًا شديدًا من جانب الصحافة التي كتبت تقارير صحفية عن ذلك الاختراع، وتم صناعة أجهزة استقبال ثمن الجهاز عشرة دولارات، وقد بدأت هذه المحطة تذيع برامج منتظمة في 2 نوفمبر 1920، ووافق افتتاحها إجراء انتخابات الرئاسة، وخلال الأشهر الأولى لتشغيل المحطة أذاعت وصفًا صوتيًا لمباريات في الملاكمة والبيسبول، كما أذاعت الشعائر الدينية من الكنائس.  
وتم إنشاء هيئة الإذاعة البريطانية B. B. C في عام 1924، وبدأ البث الإذاعي في فرنسا عام 1921، وفي ألمانيا 1923، وما إن انتهت سنة 1924 حتى كانت هناك محطة إذاعة واحدة على الأقل في كل بلد متقدم، وفي عام 1935 بلغ عدد محطات الإذاعة في العالم حوالي 1200 محطة، ووصل العدد في عام 1960 إلى أكثر من 7500 محطة. وقد أنشئت الإذاعة المصرية في عام 1934.  
وقد ظلت الكلمة المنطوقة محدودة الانتشار، حتى اختراع الإذاعة، فحررتها من قيود المكان، ومن كل ما يعوق انتشارها... ومنذ ذلك الحين أصبح للكلمة الشفهية المنطوقة سحرها وقوتها الإيحائية، فهي تعد من أقوى الوسائل في التأثير على الجماهير، حيث تصل إليهم في كل زمان وأي مكان كما تتسم الرسالة بإمكانية تسجيلها وإذاعتها أكثر من مرة، وفي كل مرة تكتسب قوة إضافية، مما يجعل لها تأثيرها الفعال على مستمعيها.

**ملاحظة :** بالنسبة الى المراجع يجب الرجوع المحاضرات الاولى