

جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيبل-

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

محاضرات في مقياس

علم النفس الاجتماعي للاتصال

موجهة لطلبة السنة الاولى ماستر أكاديمي تخصص علم الاجتماع الاتصال

د/ بولعشب حكيمة

المحاضرة الاولى : مقدمة في علم النفس الاجتماعي للاتصال

أولاً-تعريف علم النفس الاجتماعي للاتصال:

اختلف العلماء في تعريفهم لعلم النفس بصورة عامة ولذلك فقد ظهرت العديد من التعاريف حيث عرف بأنه ذلك العلم الذي يهتم الذي يدرس مايقوم به الافراد من استجابات إزاء مثيرات بيئاتهم، وهو العلم الذي يدرس العمليات العقلية الداخلية كالإدراك والتصور والتفكير والتذكر. أما علم النفس الاجتماعي فهو فرع من فروع علم النفس يركز دراسته على سلوك الفرد في الجماعة ويمكن تعريفه بأنه فرع من فروع علم النفس يدرس السلوك الاجتماعي للفرد والجماعة كاستجابات لمثيرات اجتماعية وهو يهتم بدراسة التفاعل الاجتماعي ونتائج هذا التفاعل بهدف بناء مجتمع أفضل قائم على فهم سلوك الفرد والجماعة (جودة بني جابر: علم النفس الاجتماعي ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 204، الأردن ، ص 18-19)

وحسب تعريف دينكن منتشل "Mintchel Dinkin علم النفس الاجتماعي هو العلم الذي يدرس الافراد في وقت تفاعلهم وعلاقاتهم مع بيئتهم الاجتماعية، أي أنه العلم الذي يدرس حالة الأفراد النفسية وأثر العلاقات والتفاعل الاجتماعي فيها .

"ويرى أتوكلينبرغ Klineberg Otto هو الآخر أن علم النفس الاجتماعي هو العلم الذي يدرس فعاليات الفرد من حيث هو متأثر بأفراد آخرين يستطيعون أن يحدثو أثرهم فيه إما بشكل فردي أو بشكل جماعي، كما يمكن أن يؤثروا فيه إما بصورة مباشرة -عن طريق وجودهم في تجاور مباشر مع الفرد-، وإما بصورة غير مباشرة - خلال صيغ نماذج السلوك التقليدية، أو المتوقعة من الناس التي تؤثر في الفرد حتى ولو كان بمفرده ويمكن توضيح ذلك بمثال: الشخص الذي يقدم على اتخاذ القرار صعب يتعلق باختيار عمل جديد او الانتقال الى عمل جديد، فإنه حتى ولو كان وحيدا في سكنه غلا أنه يتاثر في قراره بالآخرين كزوجته وابنائهم وزملائه .

فالفرد اجتماعي بطبعه ولا يمكن أن يشبع حاجاته بنفسه؛ لذلك يؤدي هذا إلى قيام علاقات بين الأفراد المختلفين، فالعلاقات هي المواقف التي يسعى فيها الأفراد أو الجماعات إلى تبادل المنافع، ومعنى هذا أن كل فرد يحاول أن يشبع حاجاته عن طريق الآخر، وكل منهم يحاول أن يؤثر في الآخر ويعدل في سلوكه بهدف إشباع

حاجاته والاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل وتبادل المعلومات والأفكار والآراء أو الانطباعات بين طرفين أو أكثر سواء بطريقة مباشرة أو غري مباشرة بوسيلة أو بعدة وسائل، وذلك بهدف الإعلام والدعاية والإيحاء بأفكار أو اتجاهات أو أهداف معينة، وعن طريق الاتصال يتم توحيد الفكر والاتفاق على المفاهيم وتسهيل عملية إصدار القرارات، ويكون هناك تفاعل بني الإنسان وغيره. ويشير الاتصال إلى عملية تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر بين الأفراد، سواء لفظيًا (كلامًا) أو غير لفظي (لغة جسد، إيماءات). وحسب تعريف مارتني أندرسون 1959م: إن الاتصال هو العملية التي من خلالها نفهم الآخرين ويفهمونا والاتصال ديناميكي حيث أن الاستجابة له دائمة التغير حسبما يميله الوضع العام كله. كما عرفه تشارلز كولي: بأنه "ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر، وهي تتضمن تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات وكل تلك التدابير تعمل بسرعة وكفاءة على قهر بعدى الزمان والمكان". والاتصال في علم النفس كما يعرفه «واران» هو نقل انطباع أو تأثير من منطقة إلى أخرى دون النقل الفعلي لمادة ما، وقد يشير إلى: «نقل انطباعات من البيئة إلى الكائن وبالعكس، أو من فرد إلى آخر.» ويستخدم مفهوم التواصل عادة في حدود المعنى الأخير للإشارة إلى الظاهرة الأساسية في علم النفس: مثال إن الكلام وسيلة من وسائل الاتصال. تؤثر بطريقة أو بأخرى ذلك أن علم النفس يتناول الاتصال بالدراسة بوصفه نسقا جماعيا في العلاقات المتبادلة بين أعضاء الجماعة وأرائهم واتجاهاتهم وما إلى ذلك. إن اهتمام علم النفس بدراسة طبيعة وأسباب السلوك الاجتماعي للفرد ترتكز على دراسة السلوك الاجتماعي للأفراد والجماعات وتلك العمليات العقلية للإنسان أي التركيز على طرق التفكير لدى الأفراد وردود أفعالهم حيال المواقف الاجتماعية التي يتعرضون لها. إن مفهوم علم النفس الاجتماعي كعلم وحقل بحث علمي يدخل في نطاق مجال علم النفس كأحد فروعها والذي: يهتم بالدراسة العلمية لسلوك الإنسان ككائن اجتماعي يعيش في مجتمع من أقرانه يتفاعل معهم ويتأثر بهم ويؤثر فيهم، كما يدرس سلوك الجماعات كاستجابات لمثيرات اجتماعية.

وهناك اتفاق بين بعض العلماء على تعريف الاتصال على أنه: هو العملية التي يتم عن طريقها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع سواء كان صغيراً أو كبيراً ويتبادل المعلومات والأفكار فيما بينهم» «وهو عملية أساسية في حياة المجتمع، ويدخل ضمن هذه العملية كل ما يتعلق بانتقال الأفكار والمعلومات من فرد لآخر أو من جماعة لأخرى سواء ذات طبيعة اجتماعية أو ثقافية ... وتأسيساً على ذلك يعد علم النفس الاجتماعي للاتصال فرع من فروع علم النفس الاجتماعي يركز على فهم كيفية تأثير الأفراد والجماعات على بعضهم البعض من خلال عمليات التواصل. يجمع هذا الحقل بين مفاهيم كل من علم النفس والاتصال وعلم الاجتماع لفهم كيفية تفاعل الناس وتبادل المعلومات والتأثير في بعضهم البعض في السياقات الاجتماعية المختلفة. علم النفس الاجتماعي يوفّر الأسس النفسية لفهم كيف ولماذا يتواصل الناس، ويُفسر تأثير السياقات الاجتماعية والثقافية على عمليات الاتصال، سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات أو المجتمعات. والاتصال ظاهرة لا يخلو منها أي مجتمع كان، وبالمثل، لا يمكن لأي مجتمع أن ينشأ ويتكون ويستمر دون وجود العلمية الاتصالية بين أعضائه.

ومنه فعلم النفس الاجتماعي للاتصال يساعدنا على فهم:

- كيف يفسّر الناس الرسائل.
- كيف يؤثر بعضهم على بعض.
- كيف تبني العلاقات أو تنهار.
- كيف تُستخدم الرسائل لأغراض مختلفة (مثل الإقناع، التأثير، الإقناع السياسي...)

ثانياً/ المفاهيم الأساسية في علم النفس الاجتماعي للاتصال:

- 1- التصور الاجتماعي: هو الطريقة التي نُفسّر بها سلوك الآخرين ونكوّن انطباعات عنهم أثناء عملية الاتصال مثال: تفسير تعابير وجه المتحدث أو نبرة صوته. وفي تعريفه للتصورات الاجتماعية قال أبريك Claude Jean Abric أن التصور الاجتماعي هو: "عبارة عن منتج أو سيرورة خاصة بنشاط عقلي، والذي بواسطته يقوم فرد أو جماعة بتشكيل الواقع الذي يواجههم وكذا منحه معنى نوعياً.
- 2- التأثير الاجتماعي: يتعلق بكيف يمكن للاتصال أن يغيّر معتقدات أو مواقف أو سلوك الآخرين. والإقناع هو أحد أهم آلياته.

مثال: الإعلانات التجارية تسعى لتغيير سلوك المستهلك.

3- الأدوار الاجتماعية تؤثر الأدوار الاجتماعية بشكل مباشر على طبيعة ونوعية الاتصال، حيث تحدد الأدوار الاجتماعية التي يتبناها الأفراد طريقة تفاعلهم، ومهاراتهم التواصلية، وحتى القنوات والشبكات التي يستخدمونها للتواصل. فال اتصال هو عملية تفاعلية أساسية في عملية التنشئة الاجتماعية، ويساهم في تشكيل الهوية والتعبير عن الذات ضمن السياقات الاجتماعية المختلفة. وتلعب الأدوار الاجتماعية التي نتبناها (كأب، معلم، صديق...) دوراً كبيراً في طريقة تواصلنا مع الآخرين.

4. الاتصال غير اللفظي:

نظرات، تعابير وجه، إيماءات، لغة جسد... إلخ، تشكّل جزءاً مهماً من الرسائل التي نتلقاها أو نرسلها في التفاعل الاجتماعي.

5- الهوية والانتماء: تؤثر الهوية الفردية والجماعية بشكل كبير على تواصل الأفراد، فالهوية الفردية تشمل قيم الفرد ومعتقداته التي تحدد كيفية رؤيته لذاته والآخرين. بينما تتضمن الهوية الجماعية الانتماء إلى مجموعات وقيم مشتركة تحدد علاقة الفرد بالمجموعة وكيفية تفاعله مع أفرادها. يحدد كل من هذه الجوانب كيفية بناء تصوراتنا عن أنفسنا والآخرين، وتؤثر هذه التصورات بدورها في تحديد أساليبنا للتواصل.

والهوية الفردية والجماعية تؤثر على طريقة تواصل الأفراد مع الآخرين داخل أو خارج مجموعاتهم الاجتماعية.

ثالثاً/ علاقة علم النفس الاجتماعي بالاتصال :

هي علاقة وثيقة ومتكاملة، حيث يُعتبر الاتصال واحداً من أبرز المجالات التي يدرسها علم النفس الاجتماعي. يقوم هذا العلم بتحليل كيفية تأثر الأفراد وتفاعلهم ضمن السياقات الاجتماعية، ويُعد الاتصال أداة الأساسية التي تتم بها هذه التفاعلات. تبرز هذه العلاقة فيما يلي:

1- التأثير الاجتماعي عبر الاتصال: الاتصال هو الوسيلة التي يتم من خلالها التأثير في الآخرين.

2- الإدراك الاجتماعي وفهم الرسائل: علم النفس الاجتماعي يدرس كيف يفسّر الناس الرسائل الاتصالية بناءً على انطباعاتهم، تجاربهم السابقة، ومواقفهم.

3- الاتصال كأداة لبناء العلاقات الاجتماعية:

- التواصل المستمر يساهم في بناء وتكوين الجماعات والعلاقات (مثل الصداقات، فرق العمل)
- علم النفس الاجتماعي يدرس ديناميكيات الجماعة التي تنشأ من خلال الاتصال.

4-تشكيل الاتجاهات والرأي العام

- الاتصال الجماهيري (الإعلام مثلاً) يمكن أن يؤثر على اتجاهات الأفراد.
- علم النفس الاجتماعي يحلل كيف تُبنى المواقف والاتجاهات من خلال الرسائل الاتصالية.

5- الصراعات وسوء الفهم:

- كثير من المشكلات الاجتماعية تنشأ من سوء الفهم في الاتصال والتواصل.
- علم النفس الاجتماعي يبحث في أسباب الصراعات ودور اللغة والرموز في خلقها أو حلها.

6- الدور الاجتماعي في التواصل:

- الأشخاص يتواصلون بطريقة تختلف حسب الدور الاجتماعي (أب، معلم، مدير...).
- علم النفس الاجتماعي يفسر تأثير الأدوار والسياق الاجتماعي على طريقة التواصل.

رابعاً/ ميادين علم النفس الاجتماعي للاتصال:

هي المجالات التي يُطبَّق فيها هذا العلم لفهم وتحليل وتطوير عمليات التواصل بين الأفراد والجماعات، من منظور نفسي واجتماعي. هذه الميادين متعددة، وتمتد من الحياة اليومية إلى وسائل الإعلام، والعمل، والتعليم، وغيرها. من أبرزها:

1- ميدان الإدراك الاجتماعي : يركز على كيفية إدراك الأفراد لبعضهم البعض أثناء التواصل.

يشمل: تكوين الانطباعات، تفسير النوايا، فهم العواطف من خلال الإشارات غير اللفظية

2-ميدان الاتصال اللفظي وغير اللفظي: يدرس كيفية استخدام الكلمات، ونبرة الصوت، والإيماءات، وتعابير الوجه في نقل المعاني. ويوضح أهمية لغة الجسد في التعبير عن المشاعر والنوايا.

3- ميدان التأثير الاجتماعي والإقناع : يتناول كيف يؤثر الأفراد في بعضهم البعض عبر التواصل. ويشمل: الإقناع، الضغوط الاجتماعية، التنازلات، والامتثال.

4- ميدان ديناميات الجماعة : يدرس هذا المجال الاتصال داخل الجماعات: كيف يتم تبادل المعلومات، اتخاذ القرارات، توزيع الأدوار. يهتم بمفاهيم مثل: القيادة، الانتماء، الضغط الجماعي.

5- ميدان الاتصال الجماهيري: يهتم بكيفية تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام والمواقف الاجتماعية.

ويدرس كذلك التفاعل بين الرسائل الإعلامية والمتلقين.

6- ميدان الاتصال بين الثقافات يختص هذا الميدان بدراسة تأثير الثقافات المختلفة على التواصل. ويشمل فهم الفروقات في التعبير، اللغة، الرموز، والعادات. مثال: الاختلاف في لغة الجسد بين ثقافتين قد يؤدي إلى سوء فهم.

7- ميدان الاتصال في المؤسسات :يركز على التفاعل داخل بيئات العمل والمؤسسات. ويشمل الاتصال بين الموظفين، وبين القادة والفرق.

8- ميدان حل النزاعات والتفاوض : يدرس كيف تُستخدم تقنيات التواصل لحل الخلافات وفهم وجهات النظر المختلفة.

9- ميدان الهوية والانطباع : يتناول كيف يقدم الأفراد أنفسهم أمام الآخرين. وكيف يؤثر الاتصال في بناء الصورة الذاتية والاجتماعية.

وتأسيساً على ما سبق فإن ميادين علم النفس الاجتماعي للاتصال تظهر كيف أن الاتصال والتواصل ليس مجرد تبادل كلمات، بل عملية نفسية واجتماعية معقدة تتأثر بعدة عوامل مثل: الإدراك، التأثير، الثقافة، الجماعة، الإعلام، والسياق .

المحاضرة الثانية الادراك الاجتماعي وتشكيل الصورة الذهنية

في الحياة اليومية، نتفاعل باستمرار مع الآخرين، ونكوّن عنهم انطباعات بناءً على سلوكهم، مظهرهم، وأقوالهم. هذه الانطباعات لا تتشكل عشوائياً، بل وفقاً لعمليات نفسية واجتماعية معقدة تُعرف باسم الإدراك الاجتماعي.

أولا/ مفهوم الإدراك الاجتماعي:

الإدراك هو العملية التي من خلالها يقوم الأفراد بتنظيم وتفسير الانطباعات التي تتكون عن طريق حواسهم الخاصة من أجل إعطاء معنى لبيئتهم.. الإدراك الاجتماعي أحد أهم الموضوعات حيث يهتم بكيفية إدراكنا لأنفسنا وللآخرين ووعينا باتجاهاتنا ودوافعنا وراء سلوكيات الآخرين. قدم الباحثين على مدار فترات تاريخية متفاوتة عددا من التعريفات للإدراك الاجتماعي حيث وفي تعريف دايموند سنة 1948 يعرف الإدراك الاجتماعي بأنه قدره الفرد أن يضع نفسه مكان الآخرين ليتسنى له أن يرى الأمور من وجهات نظرهم وأن يدرك أحوالهم النفسية و أن ينفذ إلى مشاعرهم و حاجاتهم وهو ما يسمى بالقدرة على الاستشفاف الوجداني نجد أن الإطار المرجعي هو مفهوم الفرد عن ذاته.

و يذكر مارك كوك 1979 أن عملية الإدراك الاجتماعي هي عملية تكوين أحكام حول الأفراد الآخرين وهو الطرق التي يتفاعل أو يستجيب بها الأفراد اتجاه الغير بالفكر أو الشعور أو بالعقل بمعنى آخر الإدراك الاجتماعي: هو العملية التي من خلالها نفهم سلوك وأفكار ومشاعر الآخرين، ونصدر أحكاما أو توقعات عنهم..... فالإدراك الاجتماعي هو مفتاح الفهم والتفاعل الاجتماعي السليم. ويعد الإدراك الاجتماعي عملية سلوكية إنتقائية اختيارية هادفة تتأثر بالخبرة السابقة حيث يقارن فيها الفرد بين مفهومه عن ذاته ومفهومه عن فرد آخر - متخذ من ذاته إطارا مرجعيا في هذه المقارنة أو متخذ من ذات مماثلة مشابهة لذاته إطارا مرجعيا في هذه المقارنة.

والإدراك الاجتماعي هو إدراك الآخرين وترتيبهم في اصناف ثقافية لها معنى مع الوعي الكلي بمكانتهم وادوارهم وان الإدراك الاجتماعي على تنوع فهمه قد اكد ان الانسان كائن اجتماعي خلق ليعيش وسط جماعة لان الشخص لا ينشأ من فراغ اذ لابد من وجود الآخرين لكي يتفاعل معهم كما ان نمو الانسان لا يتحقق الا في وجود وسط بيئي معين.

يتضمن الادراك الاجتماعي:

- الانتباه إلى معلومات معينة.
- تفسير هذه المعلومات.
- بناء تصور (انطباع) عن الشخص.

ثانيا/ العوامل المؤثرة في الإدراك الاجتماعي:

يتأثر إدراكنا بجملة من العوامل منها ما له علاقة بذواتنا وخصائص شخصيتنا. ومنها ما له علاقة بطبيعة الموضوعات او المثيرات الخارجية المدركة والمواقف المعاشة.

✓ . الحالة الانفعالية :

تؤثر المواقف الانفعالية المختلفة التي يمر بها الفرد في وضعيات ومواقف حياتية مختلفة مثل:

حالات القلق والغضب والخوف والحزن والفرح وغيرها في طريقة إدراك الفرد للمواقف والمثيرات التي

يواجهها.

✓ العواطف : وهي تخص حالات الفرح والحزن والحب والكراهية. يتضح لنا أن الشخص الذي نحبه مثلا لا

ندرك فيه إلا المحاسن والايجابيات، أما الشخص الذي نكرهه لا نرى فيه إلا المساوئ والسلبيات،

✓ . الاهتمامات والميول والرغبات والتحيزات: الإنسان يدرك بسهولة الأمور التي تتفق مع اهتماماته وميوله

ورغباته. أما الأشياء التي تتعارض مع ميوله فلا يدركها إلا بصعوبة او يدركها مشوهة او ناقصة

✓ درجة الانتباه : يعتمد إدراك كل فرد على درجة الانتباه التي يولها إلى المثيرات أو المواقف. فكلما كانت

درجة الانتباه كبيرة لدى الفرد كان إدراكه للمثيرات أسرع وأفضل. والعكس صحيح.

✓ . عامل المثير : ويسمى أيضا العامل الموضوعي الذي يرتبط بخصائص مثيرات العالم الخارجي من حيث

الشدة والبروز أو الكثرة والقلة والتي تلفت انتباه الفرد أكثر من الأخرى وتجعل إدراكها أسهل من غيرها.

حيث كلما كان الشيء بارزا كلما لفت الانتباه وسهل ادراكه اكثر من غيره.

✓ . حجم المثير :

كلما كان المثير كبيراً وبارزاً واضح المعالم كلما كان إدراكه بصورة سهلة وبطريقة ايجابية مثل: إدراكنا لشاحنة أسهل من دراسة او سيارة سياحية. إدراكنا لجماعة من الناس، حيث كلما كان هناك تجمع للأشخاص في مكان ما كلما لفت الانتباه مقارنة بتواجد افراد متفرقن في مكان معين كلما يسر عملية الادراك لوجود أمر ما.

✓ شدة المثير:

كلما كان لمثير شديداً من حيث الصوت او اللون كلما كان إدراكه أسهل و أسرع من المثيرات الخافتة او الضعيفة الشدة صوتياً او بصرياً. كإدراكنا لضوء الشمس الساطع.

✓ عامل التنظيم:

كلما كانت المثيرات الحسية المعرضة للفرد منظمة ومرتبطة كلما سهل إدراكها وفهمها واستيعابها أحسن من الأشياء غير المنظمة.

✓ التناسق: حيث كلما كانت الأشياء والأشكال والأصوات متناسقة في الألوان والأحجام او النغمات وليس فيها فوارق كلما ادركت على انها وحدة كاملة.

ثالثاً/ مفهوم الصورة الذهنية: هي عملية معرفية نفسية نسبية ذات أصول ثقافية تقوم على إدراك الأفراد الانتقائي المباشر وغير المباشر لخصائص وسمات موضوع ما (شركة، مؤسسة، فرد، جماعة، مجتمع، نظام) وتكوين اتجاهات عاطفية نحوه سلبية أو ايجابية وما ينتج عن ذلك من توجهات سلوكية في إطار مجتمع معين، وقد تأخذ هذه المدركات والاتجاهات و التوجهات شكلاً ثابتاً او غير ثابت دقيقاً او غير دقيق. وهي عملية بناء حكم عام عن شخص معين بناءً على ملامح أولية مثل: المظهر، طريقة الكلام، السلوك، وغير ذلك. وتشكيل الصورة الذهنية هو الفكرة التي يكونها الفرد عن موضوع معين وما يرتب عن ذلك من أفعال سواء سلبية أو إيجابية، وهذه الفكرة تكون عادة مبنية على المباشرة او الايحاء المركز والمنظم حيث تتشكل من خلالها سلوكيات الأفراد المختلفة ويعبر مفهوم الانطباعات على التصورات التي

يحملها أفراد المجتمع عن العالم من حولهم بمكوناته المختلفة، وتعد الصورة نتاج طبيعيا لمجموع خبرات الأفراد المباشرة وغير المباشرة التي يتلقونها عبر تفاعلاتهم الاتصالية المختلفة، الانطباع في علم النفس هو الصورة الذهنية الأولية التي يكوّنها الفرد عن شخص آخر، أو موضوع، أو موقف، وهي عملية لا شعورية تستند إلى معلومات أولية ومحدودة، وتشكل جزءاً أساسياً من تفاعل الأفراد الاجتماعي. يعتمد تكوين الانطباع على مجموعة من العوامل مثل المظهر، والعمر، والجنس، والثقافة، واللهجة، ووضعية الجسد، وتؤثر الانطباعات الأولى بشكل كبير على كيفية التعامل مع الآخرين كما تعتمد عملية تشكيل الانطباع على: الإدراك الحسي + الخبرات السابقة + التوقعات.

رابعاً/ مصادر تكوين الصورة الذهنية: تتكون الصورة الذهنية من خلال مصدرين أساسيين.:

1- الخبرة المباشرة : حيث يرى البعض أن احتكاك الفرد اليومي بغيره من الأفراد والمؤسسات والأنظمة والقوانين يعد مصدراً مباشراً ومؤثراً لتكوين الانطباعات الذاتية عن شخص أو منظمة أو فكرة أو دولة، ومن ثم تشكيل الصورة الذهنية عنه، وهذه الخبرة المباشرة أقوى في تأثيرها على عقلية الفرد وعواطفه، وتقع مهمة التأثير في انطباعات الجماهير على عاتق العاملين في أجهزة العلاقات العامة في الوزارات والهيئات والمنظمات الرسمية وغير الرسمية، من خلال التعامل المباشر معهم ..

2- الخبرة غير المباشرة: وهي مجموع ما يتعرض له الفرد من رسائل عبر أصدقائه أو وسائل الاعلام، ومادتها الأساسية هي الأحداث والأشخاص والدول التي لم يرها أو يسمع منها مباشرة. وفي هذا النوع من الخبرة تلعب وسائل الإعلام المسموعة والمرئية دوراً أساسياً في تكوين الانطباعات التي يشكل الناتج النهائي عن الصورة الذهنية .

هذا ويمكن اعتبار العوامل الاتية عوامل مؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية:

-العوامل الشخصية: تتمثل في السمات الذاتية للشخصية المستقبلية للمعلومات (التعليم

الثقافة، القيم) إلى جانب قدرة الفرد على تفسير المعلومات الخاصة بالجهة التي يأخذ انطباعه عنها

ودرجة دافعيته واهتمامه بالمعلومات المقدمة

-العوامل الاجتماعية: تتجسد في تأثير الجماعات الاولى كالأسرة والاقرباء في الفرد المستقبل للمعلومات،

وكذلك تأثير قادة الرأي العام في اتجاهات الجماهير فضلا عن تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الافراد

والقيم السائدة فيه

-العوامل التنظيمية: من أبرزها الاعمال الحقيقية للمؤسسة وسياساتها ومنتجاتها ووسائل الاتصال الخا

صة بها..

-الخبرات السابقة: تجاربنا السابقة مع أشخاص مشاهير تؤثر في حكمنا الحالي.

خامسا/ أبعاد الصورة الذهنية :

1- البعد أو المكون المعرفي : ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد ، موضوعا أو

قضية ، أو شخصا ما ، وتعتبر هذه المعلومات هي الاساس الذي تبني عليه الصورة الذهنية التي

يكونها الفرد عن الآخرين ، وعن الموضوعات والقضايا المختلفة ، وبناء على دقة المعلومات والمعارف

التي نحصل عليها عن الآخرين تكون دقة الصورة الذهنية التي نكونها عنهم ، ووفقا للبعد المعرفي ،

فإن الاخطاء في الصورة الذهنية المتكونة لدى الافراد هي أخطاء ناتجة أساسا عن المعلومات

والمعارف الخطأ التي حصل عليها هؤلاء الافراد

2-البعد أو المكون الإدراكي : وهو ربط المعرفة بالمفاهيم والثقافة الشخصية السابقة لتتحول إلى

إدراك عقلي كامل ، و يتمثل بقناعة كاملة عن الجهة أو القضية ..

3-البعد أو المكون الوجداني : يقصد بالبعد الوجداني الميل بالايجاب أو السلب تجاه موضوع ، أو قضية ، أو شخص ، أو شعب ، أو دولة ما ، في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد ، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي ، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الافراد ، وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الأفراد نحو القضايا والموضوعات المختلفة ، ويتدرج البعد الوجداني بين الايجابية والسلبية، ويؤثر على ذلك مجموعة من العوامل أهمها حدود توافر مصادر المعرفة

سادسا/سمات الصورة الذهنية تتحدد سمات الصورة الذهنية في النقاط التالية

- 1- تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطارا نفسيا زمنيا بمعنى أن الصورة الذهنية قديمة التكوين أي اننا لانطلق على معرفة ة حالية صورة ذهنية
- 2- تتسم الصورة الذهنية ان لها إطار ذاتي حسي بمعنى أنها تنبع من مقدرة الانسان الحسية أي قدرة الانسان على استيعاب المثير أو التعرض له
- 3- الصورة الذهنية تختلف من فرد إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر إلا أنها تتقارب في أذهان الأفراد مكونة صورة ذهنية مماثلة لجماعة او مجتمع ما
- 4- تتسم الصورة الذهنية بالعاطفة على الرغم من ان ذلك لا يعد شرطا أساسيا في الصورة الذهنية
- 5-الصورة الذهنية مكونة للاتجاه ، بمعنى أنها أحد مصادر وتكوين الاتجاه
- 6- الصورة الذهنية ديناميكية، بمعنى أنها تتغير غير ثابتة سواء كان التغير بطيئا أو سريعا وهذا التغير ناتج عن تفاعلها مع مثير جديد.

المحاضرة الثالثة: الاتجاهات: الاقناع والتأثير

تحتل دراسة الاتجاهات النفسية الاجتماعية مكانة بارزة في علم النفس الاجتماعي باعتبارها أهم نواتج عملية التنشئة الاجتماعية، وبمثابة محددات موجهة وضابطة ومنظمة للسلوك الاجتماعي، حيث أن لكل فرد أو جماعة اجتماعية نظاما معيناً من الاتجاهات التي يتم تعلمها أو اكتسابها من البيئة المحيطة عبر مراحل النمو المختلفة، كما أن الاتجاهات النفسية الاجتماعية تنمو وتتطور حتى تصبح تكوينات ثابتة نسبياً يمكنها أن تسهم في بناء الشخصية إضافة إلى دورها في إمكانية التنبؤ بالسلوك ومن ثم السعي إلى ضبط وتوجيه هذه الاتجاهات.

1- مفهوم الاتجاهات: تؤثر الاتجاهات على سلوك الفرد تأثيراً مباشراً ، لذلك عرف الاتجاه بأنه استعداد ذهني محدد نحو نوع من الأنشطة أو التفاعل، يتضمن مجموعة من المشاعر والعواطف الموجهة لأهداف معينة فالمقصود هو ميل مستقر إلى حد كبير للاستجابة بطريقة منسقة لبعض الأشياء والمواقف والأفراد أو مجموعة معينة من الأفراد، ويجدر بنا الإشارة إلى تكوين الاتجاهات يبدأ لدى الفرد منذ اللحظات الأولى من حياته وذلك من خلال الاحتكاك بأسرته ومدرسته وبيئته. كما يعرف الاتجاه بأنه "نزعات استجابة للناس والأشياء والأحداث والنظم إما إيجاباً أو سلباً، أي نحو أو ضد" وحسب ما جاء في تعريف جيسون وجون وجين الاتجاه "شعور أو حالة من استعداد ذهني إيجابية أو سلبية، مكتسبة ومنظمة من خلال الخبرة والتجربة، وهى التي تحدث تأثيراً محدداً في استجابة الفرد نحو الناس والأشياء والمواقف."

وتشمل مكونات الاتجاه مايلي:

- ✓ المكون المعرفي: ويتضمن كل ما لدى الفرد من عمليات إدراكية ومعتقدات وأفكار تتعلق بموضوع الاتجاه
- ✓ -المكون الوجداني : ويستدل عليه من خلال انفعالات الشخص ومشاعره التي تنطوي على الحب والكراهية والإقبال والنفور أو التفضيل وعدم التفضيل وكل هذه المشاعر تشير إلى السلبية أو الإيجابية لموضوع الاتجاه والتي يمكن قياس وجهتها وشدها، فإذا كانت استجابات الشخص نحو عمل المرأة تتسم

بالإيجابية فهذا يعني أنه يحمل مشاعر الحب والتقبل لهذا الموضوع , وعلى العكس من ذلك إذا كان يحمل مشاعر الكراهية والنفور بخصوص عملها , ويعتبر هذا المكون أكثرها أهمية بالنسبة للاتجاه

✓ **المكون السلوكي :** يتضح المكون السلوكي للاتجاه في الاستجابة العملية نحو الاتجاه بطريقة ما، أي هو مجموع التعبيرات والاستجابات الواضحة التي يقدمها الفرد وفقاً لمشاعره ومعتقداته اتجاه موضوع ما وذلك إما بطريقة ايجابية أو سلبية.

2- عوامل تكوين الاتجاهات

-**الأسرة :** تعتبر الأسرة من العوامل الهامة والمؤثرة في تكوين اتجاهات الفرد، لأن الأسرة هي المؤسسة الأولى التي تكسب الفرد اتجاهاته من خلال عملية التنشئة الاجتماعية،

-**المدرسة :** تلعب المدرسة دورا هاما في تطوير وتكوين الاتجاهات لدى المتعلمين وذلك من خلال تفاعلهم مع الأتراب والمعلمين

-**الجماعة المرجعية :** للجماعات المرجعية دور في تكوين الاتجاهات، حيث تعد اتجاهات الرفاق أو الشلة مصدرا قويا من مصادر الاتجاهات الجديدة المكتسبة للفرد

-**وسائل الإعلام :** تعد وسائل الإعلام الحديثة مثل برامج التلفاز والأنترنت من العوامل القوية والمؤثرة في تكوين الاتجاهات نظرا لما لهذه الوسائل من القوة والجاذبية العالية، وخصوصا لفئة الأطفال والمراهقين والشباب

-**الأيحاء :** ويلعب الإيحاء دور هاما لأنه أحد الوسائل التي يكتسب بها المعايير السائدة في المجتمع دينية كانت أو اجتماعية أو خلقية أو جمالية

-**تعميم الخبرات :** وعن هذه الطريق يكتسب الفرد اتجاهاته ومعتقداته وآرائه، فنحن نستعين دائما بخبراتنا الماضية ونعمل على ربطها بخبرات الحاضر

2- مفهوم الاقناع :

يعد مفهوم الإقناع من بين المفاهيم التي لاقى اهتماما واسعا من قبل الباحثين في شتى العلوم كعلم النفس، علم الاجتماع، العلوم السياسية وعلوم الإعلام والاتصال حيث اختلفت مفاهيم الباحثين للإقناع باختلاف تخصصاتهم والإقناع هو عملية تهدف الى تغيير موقف أو سلوك شخص (أو مجموعة) تجاه حدث معين، فكرة، شيء، أو أي شخص أو أشخاص آخرين، يتم ذلك باستخدام كلمات مكتوبة أو منطوقة لنقل المعلومات، والمشاعر، أو للاستدلال، أو مزيج منها. الإقناع هو أيضا أداة تستخدم في الكثير من الأحيان في السعي لتحقيق مكاسب شخصية، مثل الدعاية الانتخابية والمفاوضات.

وتتضمن القواعد الأساسية في عملية الإقناع مايلي:

- وضوح الفكرة وسلامتها ومعقوليتها
- القدرة على تقديم الفكرة وعرضها وإيضاحها وتفسيرها
- معرفة شخصية الفرد المتلقي وقيمة احتياجاته مع تحديد ترتيبها، فقد ينبغي تقمص شخصيته للتعرف على دوافعه ووجهة نظره، كما يجب معرفة حيله وألعيبه
- اختيار الظروف المكانية والزمانية والنفسية والجسدية لتطبيق العملية الإقناعية
- معرفة خصائص الجمهور وقيمه وأولوياته
- التمكن من مهارات الإقناع وآلياته من خلال امتلاك مهارات الاتصال .
- لا بد أن تكون مقتنعا جدا بالفكرة التي تسعى لنشرها لأن أي مستوى من التذبذب سيكون كفيلا أن يحول بينك وبين إيصال الفكرة للمنبر .
- استخدام الكلمات ذات المعاني المحصورة والمحددة مثل:بما أن، إذن،وحيثما يكون...الخ

- ملاءمة الرسالة مستوى المتلقي (المضمون الاقناعي) حيث لابد ان يختلف الحديث وأدوات
الاقناع من جمهور لآخر

2-تعريف التأثير .:يرتبط بمفهوم الإقناع بمفهوم آخر هو التأثير، وهذان المفهومان يكادان يكونان متلازمين وظاهر لفظ التأثير يشير إلى عملية تبدأ من المصدر لتصل إلى المستقبل مع توفر إرادة ذلك، في حين مصطلح التأثير يشير إلى الحالة التي يكون عليها الفرد قبل الاقتناع، واستقبال الرسائل وتفاعله معها، فالتأثير هو إرادة وفعل لتغيير الاتجاهات والاعتقادات والآراء، أو على الأقل تعديلها أو ترسيخ قيم وأفكار جديدة قد تخدم من يريد التأثير، أما التأثير فهو نتيجة محققة من خلال عملية التأثير، وبهذا الشكل يكون التأثير مرادفاً للإقناع.

المحاضرة (04): التنشئة الاجتماعية ودور الاتصال في بناء الذات.

تعدّ التنشئة الاجتماعية من أهم العمليات التي تسهم في تكوين شخصية الإنسان وبناء ذاته، إذ يتعلم الفرد من خلالها القيم والمعايير والسلوكيات التي تمكنه من الاندماج في المجتمع. ويُعتبر الاتصال الأداة الرئيسة التي تتم بها عملية التنشئة، فهو الوسيط الذي تنتقل عبره المعاني والمعارف من جيل إلى آخر.

أولاً/ في مفهوم التنشئة الاجتماعية :

يقصد بالتنشئة الاجتماعية عملية تلقين الفرد قيم ومفاهيم وثقافة مجتمعه الذي يعيش فيه، كما أنها تتضمن التفاعل القائم بين الفرد وأسرته أو مجتمعه، بحيث يصبح متدرباً على أداء مجموعة أدوار تحدد نمط سلوكه اليومي. وقد عرفت التنشئة الاجتماعية بأنها "إعداد الفرد لأن يكون كائناً اجتماعياً وعضواً في مجتمع معين.

-التنشئة الاجتماعية: هي عملية تعلم وتعليم وتربية وتقوم على التفاعل الاجتماعي وتهدف الى إكساب الفرد طفلاً فمراهقاً فراشداً فشيخاً سلوكاً ومعايير واتجاهات مناسبة لأدوار اجتماعية معينة تمكنه من مسايرة جماعته والتوافق الاجتماعي معها، وتكسبه الطابع الاجتماعي العام وتيسر له سبل الاندماج في الحياة الاجتماعية.

-وهي عملية تشكيل السلوك الاجتماعي للفرد وعملية استدخال ثقافة المجتمع في بناء الشخصية .

- وهي عملية تطبيع المادة الخام للطبيعة البشرية في النمط الاجتماعي والثقافة، وهي عملية تحويل الكائن الحيوي البيولوجي إلى كائن اجتماعي، وهي عملية اكتساب الإنسان صفته الإنسانية.

وتتضمن التنشئة بعدين أساسيين:

1. البعد الفردي: تكوين الشخصية والذات من خلال التفاعل الاجتماعي.

2. البعد المجتمعي: نقل الثقافة وتنظيم العلاقات داخل المجتمع.

وتبدأ التنشئة منذ مرحلة الطفولة عبر الأسرة، ثم المدرسة، ووسائل الإعلام، والأصدقاء، حيث يُعاد بناء الذات في كل مرحلة تبعاً لتجارب الاتصال والتفاعل الاجتماعي

فالتنشئة الأسرية هي التي تحدد شخصية الفرد وسلوكه، تكوينه كلما كانت هذه التربية مبنية على أسس سليمة كلما خرج للمجتمع إنسان سوي خالي من العقد يستطيع أن يعيش في المجتمع بكل ما فيه من تناقضات واختلافات لأنه لديه القدرة على التعبير بحرية دون كبت وعقد، ولديه الشخصية التي تؤهله للقبول والرفض لما حوله من قيم وعادات وتقاليد وسلوكيات قد لا تعبر عنه أو لا تتماشى مع ما تربى عليه من قيم وعادات بعكس الشخص الذي عاش في بيئة متزمتة مكبوتة تكثر فيها الانتقادات.

2- مفهوم الاتصال:

الإتصال هو انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز ويوصف الاتصال بأنه فعال حينما يكون المعني الذي يقصده المرسل وهو الذي يصل بالفعل إلي المستقبل و الاتصال هو أساس كل تفاعل اجتماعي فهو يمكننا من نقل معارفنا ويسر التفاهم بين الافراد أما قاموس أوكسفورد فيعرف الاتصال بأنه "نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات . "و يعرفه قاموس علم النفس، بأنها :أوصل، أنقل، أبلغ، راسل، خالط"و تشير الدراسات إلى أن الاتصال لا يؤدي فقط وظيفة نقل المعلومات، بل يشارك بفعالية في تشكيل الهوية والوعي الذاتي للفرد منذ الطفولة وحتى مراحل الرشد. ويُعرّف الاتصال بأنه عملية تبادل للرموز والمعاني بين الأفراد بهدف تحقيق الفهم المشترك والتأثير المتبادل .

ويتضمن الاتصال ثلاثة أبعاد رئيسية:

1. البعد المعرفي: نقل المعلومات والأفكار.

2. البعد العاطفي: التعبير عن المشاعر والانفعالات.
3. البعد الاجتماعي: بناء العلاقات وتأكيد الانتماء إلى الجماعة.

3- مفهوم الذات :

الذات هي مجموعة التصورات والإدراكات التي يمتلكها الفرد عن نفسه، وتشمل الشعور بالهوية والانتماء وتقدير الذات ويبرز الاتجاه التفاعلي الرمزي أن الذات لا تنشأ بمعزل عن الآخرين، بل تتكون عبر عملية تفاعل رمزي مستمرة، إذ يعكس الأفراد لبعضهم صوراً عن أنفسهم تساعد في إدراك من هم. كما يؤكد تشارلز كولي أن الفرد يرى ذاته كما يعتقد أن الآخرين يرونه كما يعرف بنظرية الذات في المرأة الاجتماعية.

ثانياً/ دور الاتصال في التنشئة الاجتماعية وبناء الذات:

يؤدي الاتصال دوراً محورياً في كل مراحل التنشئة الاجتماعية، ويمكن تلخيص وظائفه في ثلاثة محاور رئيسية:

1- الاتصال الأسري وبناء الشخصية :

الأسرة هي أول بيئة يتعلم فيها الفرد التواصل، ومن خلالها يكتسب اللغة والعواطف والاتجاهات الأساسية نحو ذاته والآخرين. الأسرة هي البيئة الأولى التي ينمو فيها الطفل، ومنها يستمد أولى خبراته الاجتماعية والانفعالية. فمن خلال الاتصال مع الوالدين، يبدأ الطفل في:

- تعلم اللغة والتعبير عن المشاعر.
- تكوين مفهومه عن ذاته. (Cooley, 1902)
- إدراك القيم والمعايير التي تحكم السلوك الاجتماعي.

ويرى جورج هيربرت ميد أن الذات تتشكل عبر التفاعل الرمزي بين الفرد والآخرين، وهو ما يتحقق أولاً داخل الأسرة فالإتصال الإيجابي بين الوالدين والأبناء يعزز الثقة بالنفس والقبول الذاتي، بينما يؤدي الإتصال المتسلط أو العنيف إلى اضطراب في بناء الذات. - (Bandura, 1977) حيث تؤدي طريقة التنشئة الاجتماعية الأسرية الديمقراطية القائمة على الحوار البناء والتفاهم بين الأهل وأبنائهم كأسلوب موضوعي في حل المشكلات التي تواجه الأسرة، وتمنح هذه الطريقة الأبناء الشباب الحرية في طرح آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم حول قضاياهم الشخصية والأمور المرتبطة بشؤون الأسرة وتتيح لهم المشاركة في مناقشتها، وفي اتخاذ القرار داخل الأسرة، انطلاقاً من مبدأ حق الاختلاف في الرأي والأفكار مع الآخرين، ومن ثم فهي تساهم في إعدادهم وتأهيلهم لتحمل مسؤولياتهم المجتمعية في المستقبل. أما طريقة التنشئة الاجتماعية الأسرية القائمة على تسلط الآباء: تكمن في إبقاء زمام السيطرة بين أيديهم، واستمرارهم في معاملة أبنائهم الشباب بالطريقة نفسها التي اتبعوها معهم وهم في مرحلة الطفولة. Childhood ومن أبرز ما يميز هذه الطريقة التشدد في معاملة الأبناء، وتجاهلهم، وعدم السماح لهم بالتعبير عن آرائهم، وتأنيبهم المستمر لأتفه الأسباب وهذا

الأسلوب يؤثر على بناء الذات والشخصية. من جهة أخرى تشكل طريقة التنشئة الاجتماعية الأسرية المتراخية و اللامبالية: القائمة على عدم اهتمام الأهل بسلوك أبنائهم، سواء أكان هذا السلوك إيجابياً أم سلبياً، وعدم قيامهم بتوجيههم ورعايتهم والإشراف عليهم بالشكل المطلوب. فالتراخي مع الأبناء؛ أي التهاون معهم، تحقيق جميع رغباتهم والتغاضي عن أخطائهم، فضلاً عن اللامبالاة ؛ أي ترك الأبناء يتصرفون على هواهم ووفقاً لرغباتهم دون توجيه ورعاية وإشراف عليهم تعد من السمات المميزة لهذه الطريقة. وتؤثر سلباً على تكوين ذواتهم ونظرتهم لأنفسهم. و يؤدي هذا النوع الى تعرض الطفل الى القصور في نمو لشخصيته، كما يعرضه الى انخفاض مستواه الاجتماعي و الاقتصادي داخل المجتمع .

2- الاتصال التربوي وبناء الشخصية:

من خلال التفاعل اليومي مع، المدرسة، ووسائل الإعلام، يتعلم الفرد كيف يُعبّر عن ذاته ويستقبل ردود الفعل التي تحدد مدى قبول المجتمع له. تؤثر ردود الفعل الإيجابية أو السلبية على بناء تقدير الذات، حيث يُعزز الاتصال الإيجابي الثقة بالنفس، في حين يؤدي الاتصال السلبي إلى ضعف الهوية الذاتية.

ويرتبط الاتصال التربوي ببناء شخصية المتعلم من خلال مجموعة من الجوانب النفسية والاجتماعية والتربوية:

✓ الجانب المعرفي

من خلال الاتصال الفعال، يكتسب المتعلم مهارات التفكير النقدي، وحل المشكلات، والاستقلالية في التعلم. ويسهم المعلم من خلال تواصله التفاعلي في تنمية قدرات الطالب على التحليل والاستنتاج.

✓ الجانب الانفعالي

الاتصال التربوي الذي يتسم بالتعاطف والاحترام يُعزز الثقة بالنفس لدى المتعلم، ويُنيّ لديه شعوراً إيجابياً بالانتماء والقدرة.

أما الاتصال السلبي القائم على التهديد أو السخرية فيؤدي إلى الخوف، والانغلاق، وضعف التفاعل

✓ الجانب الاجتماعي

من خلال الاتصال داخل الصف، يتعلم الطالب مهارات الحوار، التعاون، وتقبّل الآخر، وهي من أساسيات التنشئة الاجتماعية المتوازنة. فالمدرسة تشكل ميداناً لتجريب القيم والعلاقات الإنسانية التي تُؤسّس لشخصية اجتماعية متكاملة

حيث تلعب المدرسة دوراً أساسياً في ترسيخ القيم والسلوكيات عبر التفاعل اللفظي وغير اللفظي بين المعلمين والطلاب.. ومن الناحية الاجتماعية تعمل علي تنمية الجانب الاجتماعي لنقل الثقافة و قيم و معايير

المجتمع ،ومن الناحية الاخلاقية تعمل على تحسين سلوك الطفل وزرع فيه صفات الاحترام والصدق والتعاون مع الآخرين .. الخ ،كما تعمل من الناحية العلمية والتربوية علي تنمية قدراته الفكرية واكسابه خبرات وتوسيع خياله من اجل الابداع الابتكار مما يسهم في بناء شخصية مستقلة، ناعمة، ومتوازنة ومن الناحية الاقتصادية توفر له تكويناً مهنيًا يناسب مستواه الفكري وما يطلبه المجتمع .يعدّ الاتصال التربوي حجر الأساس في بناء الشخصية المتكاملة للمتعلم. فهو لا يقتصر على توصيل المعرفة، بل يشكل أداة لتكوين الذات الواعية، والناقدة، والمسؤولة.

3-الاتصال الجماهيري:

أصبحت وسائل الإعلام اليوم أحد أهم عوامل التنشئة، حيث تساهم الرسائل الإعلامية في بناء تصورات الأفراد عن الذات والمجتمع، خاصة في مرحلة المراهقة. ويختلف تأثير وسائل الاعلام حسب وظائفها وطريقة إستخدامها والظروف الاجتماعية و الثقافية و اختلاف الافراد أنفسهم ،وقد تكون قصيرة الأمد او طويلة الأمد ،ظاهرة أو مستترة ،قوية او ضعيفة نفسية أو إجتماعية أو سياسية أو اقتصادية ،وقد يكون تأثيرها سلبيا وقد يكون إيجابيا ووسائل الإعلام في عصر العلم والانفجار المعرفي وعصر الاتصال والمعلوماتية تأخذ وسائل الاتصال مكانة متقدمة ودورا بارزا في تكوين شخصية الطفل وتنشئة على انماط سلوكية مقبولة يرضى عنها المجتمع مما يزيد من حصيلة الثقافية ومن معارفه ،كما أن تأثيرها واضح في تكوين رأي عام مشترك بين أفراد المجتمع.

ويلعب الاتصال الجماهيري دورًا في تشكيل شخصية الفرد من النواحي النفسية والاجتماعية والسلوكية، ويمكن تقسيم أثره إلى عدة جوانب:

- .التأثير المعرفي

- يزيد من المعرفة والمعلومات حول العالم والمجتمع.
- يؤثر في اتجاهات الفرد وقناعاته تجاه القيم والأحداث.
- يعزز أو يضعف قدرات التفكير النقدي، اعتمادًا على نوعية الرسائل الإعلامية.

- .التأثير الانفعالي

- يثير المشاعر والانفعالات المختلفة كالخوف، الحماس، أو الحزن.
- الرسائل الإعلامية الإيجابية يمكن أن تعزز الثقة بالنفس والانتماء الاجتماعي.
- الرسائل السلبية أو العنيفة قد تؤدي إلى العدوانية أو القلق النفسي

-التأثير الاجتماعي

- يساهم في التنشئة الاجتماعية من خلال نقل القيم، العادات، والمعايير الاجتماعية.
- يؤثر في تكوين الهوية الاجتماعية والثقافية للفرد، خاصة لدى الشباب الذين يقضون أوقاتاً طويلة أمام وسائل الإعلام.

و في العصر الرقمي، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي فضاءً جديداً للتنشئة، يتيح للأفراد إعادة تشكيل ذواتهم عبر التفاعل مع جماهير متنوعة، وبناء "هوية رقمية" قد تختلف عن الذات الواقعية. هذا التحول جعل الاتصال الرقمي أحد المحركات الأساسية في إعادة تعريف الذات المعاصرة في عصر الإعلام الجديد، أصبح الأفراد يشكّلون ذواتهم عبر: التمثيلات الاتصالية في الإعلام والفضاء الرقمي تفاعلات رقمية (مثل وسائل التواصل الاجتماعي)، ما جعل "الذات الرقمية" جزءاً من الهوية الاتصالية المعاصرة.

المحاضرة الخامسة الهويات الافتراضية

مقدمة

المجتمعات الافتراضية هي من أهم التحولات التي يعيشها الإنسان في عصرنا الحالي. وإن مصطلح المجتمع الافتراضي الذي ظهر بعد توفير شبكات الانترنت ووسائل الاتصال، وهو يطلق على مجتمع يتفاعل في بيئة إلكترونية افتراضية ويشارك أعضاؤه في كثير من الروابط والاهتمامات والنشاطات الاجتماعية المشتركة، وهو ظاهرة اجتماعية مثل المجتمع مضاف إليه الخصائص التكنولوجية التكنولوجية

1- مفهوم الهوية الافتراضية :

لقد ظهر مفهوم الهوية الافتراضية مع تواجد أول فرد على المنصات الرقمية في شبكة الانترنت، وتتمثل في مظهر جديد من الهوية، كمنت في الصورة الرمزية "avatar" والاسم المستعار الذي يوظف في الصفحة أو الملف الشخصي للمستخدم، وكذلك عدم ذكر الأسماء الحقيقية في الحياة الثانية أو العالم الافتراضي. أو هي صناعة شخصية إلكترونية افتراضية بشكل رقمي عن طريق اسم مستعار داخل بيئات شبكة الانترنت. تعرفها

" Georges Fanny إن الهوية الافتراضية تأخذ شكل مزدوج مختلط يتمثل في شكلين الأول حقيقي والثاني افتراضي، إن تمثيلات المستخدم لا تتمثل فقط في بيانات ومعلومات يصرح بها الفرد نفسه، لكن تتكون الهوية الرقمية أيضا شارات من معلومات ومعطيات ويتبادلها ويتفاعل معها المستخدمون على إحدى منصات الشبكة، وكما تتمثل أيضا في مجمل 2 البيانات والمعطيات التي يطرحها نظام أي شبكة من بين الشبكات التي تزخر بها الانترنت. إن الهوية الافتراضية وكما ذهب إلى ذلك "إتزشاد Etzschaid" هي: "مجموع الآثار المكتوبة أو المحتويات السمعية أو البصرية أو رسائلنا في المنتديات أو بيانات الاتصال أو أعمال الشراء أو المعاينة... التي نتركها خلفنا بوعي أو بغير وعي خلال إبحارنا على الشبكة ومبادلاتنا التجارية أو علاقاتنا المتبادلة في المواقع المخصصة لذلك."

وحسب Georges Fanny يمكن تعريف الهوية الرقمية في ثلاثة أبعاد على النحو التالي • :

- ✓ من الناحية النفسية -مجموع الآثار التي يحتفظ بها الوسيط الالكتروني
- ✓ من الناحية المعرفية - الصورة الذاتية المعروضة على الجهاز أو الحاسوب والمشاركة في بناء الذات
- ✓ من الناحية الاجتماعية- تفسير آثار الآخرين التي تحدث أثناء التواجد أو الحضور عن بعد-

2-أنواع الهوية الافتراضية/

- ✓ الهوية التصريحية المصرح بها، او المعلن عنها أو السردية.
- ✓ الهوية النشطة :تتكون من الرسائل المذكورة والمخزنة في نظام تشغيل هذا البرنامج، والتي تتمثل في نشاطات المستخدمين:.
- ✓ الهوية المحسوبة: أو الهوية المخطط لها تتكون من أرقام ومنتجات محسوبة من طرف نظام تشغيل هذه البرامج، والمنتشرة في صفحات وحسابات المستخدمين .

➤ الهوية الرقمية: تعني التمثل التقني للشخص وكذا نشاطاته وتفاعلات في الفضاء الالكتروني، وهي الأقرب من الشخص الحقيقي، تفسر وترجم أفعاله والمعطيات أو البيانات الرقمية (IP adress)، ومعلومات الشبكة تعتبر صورة البر وفايل إحدى عناصر الهوية الرقمية.

➤ الهوية اللامادية: الغير مادية هنا الهوية تطوعية في علاقتها بالهوية الحقيقية، فيمكن أن تكون الهوية متخفية وبهذا يستفيد المستخدم من هوية ملفقة ومفبركة من كل الجوانب مثل: الصورة الرمزية في ألعاب الفيديو.

3- التواجد الرقمي للهوية الحقيقية في المجتمعات الافتراضية :

لقد انجذب العديد من الأفراد بكافة أعمارهم ومستوياتهم إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وأصبح الكثير منهم من روادها، أين تعاضم دورها واستخداماتها، وأدى بذلك إلى تشكل ما أصبح يطلق عليه بالمجتمعات الافتراضية، والتي ساعدت الأفراد على الانفتاح على العالم اللامحدود زمنيا ومكانيا من خلال عضويتهم في الفضاءات الافتراضية التي مكنتهم من التواصل والتفاعل وكذا تشكيل هويات افتراضية يتواصلون بها مع أصدقائهم الافتراضيين إن مصطلح الهوية الافتراضية يحيل في هذا السياق إلى الهوية التي تنتج أو تتشكل في مواقع الشبكات الاجتماعية من طرف المستخدمين والتي يفترض أن تكون بمثابة إعادة لعرض الهوية الحقيقية في الملفات الشخصية .أو إنتاجا لهوية غير حقيقة تتنافى وتلك التي يكتسبها المستخدم في الواقع يطلق عليها الهوية الظاهرية أو "الافتراضية " .هذا ويطلق على هذا النوع من الهويات الناشئة في المجتمعات الشبكية بأنها هويات متحركة ودينامية، يكونها الفرد البشري في مجتمع الانترنت والتي لها خصوصيات عدة .وفي هذا السياق، يعد عالم شبكات التواصل الاجتماعي هو عالم افتراضي، نادرا ما يعرض المستخدمون لهذه الشبكات في ملفاتهم الشخصية أسماؤهم الحقيقية ومعلوماتهم الحقيقية المكونة لهوياتهم الحقيقية والمتمثلة في إنشاء الهوية الافتراضية المكملة أو النسخة المطابقة لتلك الهوية الحقيقية، فهناك من الباحثين من يعتبرها امتداد تقني للهوية الحقيقية، فأثناء تواجد المستخدم في هذه الفضاءات الرقمية يسجلون بيانات ومعلومات رقمية عن أنفسهم يطلبها نظام تشغيل هذه المواقع من أجل السماح لهم

بالولوج لهذه البيئات الافتراضية، وتعد هذه الخطوة الأولى للدخول إلى المجتمع الشبكي بدينامياته المختلفة . حيث ينشأ أو يشكل الفرد هويته الشبكية والتي يعرف بها ذاته ويتعرف عليه المستخدمين الآخرون عن طريقها . وهذا ما يمثل أساس التواصل والتفاعل داخل الشبكات.

إنّ الانخراط في بناء الهوية على الانترنت، يسمح للمستخدمين بتعريف أنفسهم بأكثر من هويتهم الفعلية، فضمن الفضاء الافتراضي يشعر المستخدمون بالحرية لتقديم هوياتهم الحقيقية هويات أخرى متعدّدة ، وهنا يختار المستخدمون أفضل تمثيل لأنفسهم والذي يسعى غالبا إلى تعزيز الصّلة بين الوضع الحالي الذي هم فيه والمثالية التي يريدونها لأنفسهم، ويكون التمثيل على الانترنت من خلال المحتوى اللّغوي، الصور...الخ، كما يكون لدى المستخدمين للانترنت بشكل عام مفهوم معينّ للذّات وهوية مثالية غالبا ما تكون كما يريدونها الآخرون ، كما أنّ شكل الذّات والهوية الجديدة والمغايرة للواقع قد ينتج عن بعض الرّغبات المكبوتة لدى الفرد والتي كان يريد أن يحقّقها أو أن يكون عليها في حياته الحقيقية ولم يتمكّن من ذلك فيلجأ إلى تقمّصها وعيشها في العالم الافتراضي، إضافة إلى ذلك فإنّ المستخدم يعتقد بأنّ القيام بذلك سيسهّل القبول الاجتماعي له من طرف الآخرين على الشبكة. فالإنترنت تفتح فضاءات لا تحكمها مرجعية التموقع بالمعنى الفيزيائي، حيث تمكن الأفراد من تجاوز إكراهات الحضور الجسدي، والتجاوز دون أن يكشفوا عن هوياتهم الحقيقية. إن هذا التحرر النسبي لمستخدمي الانترنت في علاقتهم بالمكان والجسد والوضع الاجتماعي يتيح لهم نوعا جديدا من الممارسات متمثلة أساسا في تمكينهم من اصطناع هويات افتراضية وإدارتها بما يتناسب ورغباتهم في التعدد الهوياتي.

المحاضرة السادسة / تأثير وسائل الاعلام على المراهقين والشباب:

تعد وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، بما في ذلك التلفزيون و الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والمنصات التفاعلية، عاملاً مؤثراً مركزياً في تكوين التجربة النفسية والاجتماعية للمراهقين والشباب . فهي ليست مجرد قناة لنقل المعلومات أو الترفيه، بل تعد مساحة ثقافية واجتماعية تشكل أبعاد الهوية، القيم،

والسلوكيات . وتشير الدراسات الحديثة في علم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع إلى أن تأثير الإعلام يتجاوز المحتوى المرئي إلى إعادة تشكيل العمليات الإدراكية، العاطفية والاجتماعية في هذه المرحلة العمرية الحساسة.

أولا/ مجالات التأثير وسائل الاعلام

- التأثيرات المعرفية Cognitive effects والتي تتمحور حول تجاوز مشكلة الغموض Ambiguity الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث. والغموض الناتج عن نقص المعلومات أو تعارض تقارير وسائل الإعلام، يتم حله بما تقدمه هذه الوسائل من استكمال لهذه المعلومات أو تفسير لها. وهناك تأثيرات معرفية أخرى توضح الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات formation Attitude حيث تقوم وسائل الإعلام بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام بها.

التأثيرات الوجدانية effects Affiective وذلك مثل مشاعر الحب والكراهية وغيرها التي تقوم بأشكال مختلفة وفي سياقات متعددة، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية، تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل كما هو الحال بالنسبة للفتور العاطفي فهناك فرض يرى أن التعرض المكثف إلى موضوعات العنف في الرسائل الإعلامية يؤدي إلى الفتور العاطفي، وبالتالي فالفرد يتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية.

- التأثيرات الأخلاقية والمعنوية alienation and Morale وهذه تحدث نتيجة الرسائل الإعلامية وطبيعة المعلومات التي يكون لها تأثير على معنويات الأفراد ومستوى الأخلاق، فالدعم المعنوي والأخلاقي لا يمكن تطويره دون تأثيرات نظم الاتصال . فالعناصر الوجدانية في تشكيل الاتجاهات يمكن أن يكون لها نتائج اجتماعية معينة

- التأثيرات السلوكية affects Behavioral فالتغير في الاتجاهات أو المعتقدات أو المجالات الوجدانية يهتم بها الجميع أيضا، ولكن على أن لها درجة للتأثير في السلوك الواضح .ومن أهم التأثيرات في هذا المجال الفعالية

وعدم الفعالية أو تجنب القيام بالفعل ، والتأثيرات السلوكية في النهاية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو الوجدانية وعلى سبيل المثال نجد أن الناس يمكن أن ترتبط بوجهة نظر أو حل لمشكلة نتيجة لاتجاهات كونتها بالمعرفة والمشاعر التي طورتها من خلال الرسائل الإعلامي.

ثانيا/ مراحل التأثير:

➤ التوقع كل معلومة تنقلها وسائل الاتصال تتكيف عند استقبالها من منطلق أنها تبدأ بحالة شعورية وتوقعية معينة

➤ الانتباه: وهو المرحلة الثانية، حيث يمكن اللجوء إلى عنصر الإثارة المتزايد كالألوان الصارخة، المؤثرات الموسيقية، ولكن كثرة توظيفها بطريقة غير عقلانية ربما يولد لدى الجمهور حساسية ضد هذا النوع من الإثارة فيحجم عن الاستجابة وأحيانا يمكنك أن تشد الانتباه بأن تكون هادئا.

➤ المشاركة: إن شد الانتباه ليس مجرد الاندهاش أو الانبهار لأنه وقتي ولحظي ولكن هناك شيء آخر يتجسد بالمشاركة، ففائدة الجمهور كمستهلك ليست في انبهاره بل في السيطرة عليه وإجباره على الفعل والمشاركة.

➤ تجميع المعلومات في هذه المرحلة نصل إلى مرحلة تجميع المعلومات عن الموضوع، فيأتي دور العقل الآن فيبدأ بالاستجابة بشكل مثير فتتضخم بعض المعلومات ذات الصلة بالموضوع يستمددها العقل من مستودع ذاكرته، وتبرز وتخرج إلى حيز الوجود.

➤ -تكوين الآراء: عندما ينشط العقل هكذا لا يتوقف عند استقبال المعلومات وجمعها بل يأخذ في استنباط الأفكار وتكوين الآراء.

➤ - الاستعداد لأداء الفعل أو الاستجابة: عند تكوين الأفكار يبدأ الاستعداد لأداء الفعل أو الاستجابة وتحقيق الأثر المطلوب، فالدوافع التي توظفها وسائل الاتصال تتطلب التعبير عنها بطريق الفعل.

ثالثا/ التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الاعلام :

أ. تكوين الهوية وتصور الذات

، تعتبر فترة المراهقة مرحلة أزمة الهوية مقابل (Erikson, 1968) وفقاً لنظريات التطور النفسي الاجتماعي الإعلام الحديث يعرض المراهقين لنماذج متعددة للهوية، القيم، والسلوكيات المثالية، ما .الاضطراب في الهوية يؤدي إلى

- تعزيز أو اضطراب الهوية الذاتية اعتمادًا على قدرة الفرد على التمييز النقدي.
- ظهور مقارنات اجتماعية مستمرة تؤثر على تقدير الذات والرضا عن الصورة الذاتية.

ب. التأثير العاطفي والانفعالي

- تعرض المراهق لمحتوى عنيف أو مثير قد يؤدي إلى ارتفاع مستويات التوتر والقلق، وزيادة العدوانية المحتملة.
 - من ناحية أخرى، المحتوى الترفيهي أو التفاعلي قد يعزز تنظيم المزاج والرضا النفسي، لكنه في المقابل يخلق توقعات غير واقعية للنجاح الاجتماعي أو الشخصي.
- ج. التعلم بالملاحظة طبقًا لنظرية باندورا (Bandura, 1977) ، المراهقون يميلون لتقليد سلوكيات الشخصيات الإعلامية، سواء كانت إيجابية أو سلبية، ما يجعل الإعلام أداة تعليمية مؤثرة لكنها تحمل مخاطر سلوكية إذا كانت النماذج غير مناسبة.

3. التأثير الاجتماعي

أ. التفاعل الاجتماعي وإعادة تشكيل العلاقات:

- توفر منصات الإعلام الحديثة فرصًا للتواصل وتوسيع شبكات العلاقات.
- ومع ذلك، الاعتماد المفرط على التواصل الرقمي قد يقلل من مهارات التفاعل الواقعي، ويزيد العزلة الاجتماعية.

ب. صياغة القيم والمعايير الثقافية:

- الإعلام ينقل نماذج ثقافية وقيمية جديدة حول الجمال، النجاح، والهوية، ويشكل بذلك معايير اجتماعية يسعى الشباب لتبنيها.
- هذا يعزز الانتماء والتواصل الاجتماعي لكنه قد يؤدي إلى تضخيم الاستهلاكية والقيم السطحية.
- ج. التنشئة السياسية والمدنية: التعرض المستمر للأخبار والمحتوى السياسي يساهم في تشكيل وعي نقدي بالسياسة والمجتمع، لكنه يحمل أيضًا مخاطر التعرض للانحياز الإعلامي والمعلومات المضللة.

رابعاً/العوامل المحددة لتأثير الإعلام

1. الإطار الأسري والمجتمعي: الرقابة الإيجابية والنقاشات التوجيهية تقلل التأثيرات السلبية وتعزز الوعي النقدي.

2. المرحلة النمائية: المراهقون الأصغر سنًا أكثر قابلية للتأثر، خاصة في غياب التفكير النقدي الناضج.
3. نوعية وكمية التعرض الإعلامي: المحتوى العنيف أو المضلل يزيد من التأثير النفسي السلبي، بينما المحتوى التربوي قد يعزز التعلم.
4. السمات الشخصية: الذكاء النقدي، المرونة النفسية، والقدرة على التفكير الاستراتيجي تقلل من التأثير السلبي للإعلام.

المحاضرة السابعة/ الشبكات الاجتماعية وبناء العلاقات الافتراضية

في الفضاء الواسع للإنترنت، يجد الأفراد فرصًا غير مسبوقة للتواصل مع أشخاص متشابهين في الاهتمامات والانتماءات الفكرية، رغم اختلاف خلفياتهم الاجتماعية والثقافية. وتُعد القدرة على تجاوز القيود المكانية والاجتماعية أحد أبرز مصادر الجاذبية في العلاقات الرقمية. كما أن ما يميز التفاعلات عبر الإنترنت هو درجة المجهولية وانخفاض الضغوط الاجتماعية مقارنة بالتفاعل وجهاً لوجه، وهو ما يجعل هذه البيئات جاذبة بشكل خاص للأشخاص الانطوائيين أو لأولئك الذين يواجهون صعوبات في بناء العلاقات المباشرة. ويشير مفهوم «العلاقات عبر الإنترنت» في هذا السياق إلى عملية تكوين روابط عاطفية وتفاعلية ذات معنى من خلال الوسائط الرقمية فقد أدى ظهور الإنترنت إلى إعادة تشكيل العلاقات الإنسانية التقليدية، حيث أصبح بالإمكان إنشاء روابط اجتماعية عبر المنصات الرقمية دون القيود المكانية أو الزمنية. وتتيح هذه البيئة للأفراد التواصل مع أشخاص متشابهين في الاهتمامات، رغم اختلاف خلفياتهم الاجتماعية والثقافية، مما يعزز شعور الانتماء ويخلق فرصًا لإشباع الحاجة إلى العلاقات الإنسانية.

1- مدخل مفاهيمي: مصطلح الشبكات الاجتماعية: Network Social يشير مصطلح الشبكة إلى الأفراد أو بدرجة أقل إلى الجماعات والأدوار التي ترتبط مع بعضها البعض بواسطة أما واحدة أو أكثر من العلاقات الاجتماعية، وعندئذ يقال أنها شبكة اجتماعية. والشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت فهي كما يوضح ماهر عرفات وآخرون مواقع إنترنت تستعمل تقنية ويب تقوم على أساس التواصل الاجتماعي، وتقوم بتقديم فرصة للمتسبين لها بالتواصل مع أصدقائهم والآخرين، عن طريق مشاركة أمور الحياة اليومية، والصور والفيديو سميت هذه الشبكات اجتماعية من فكرة بناء المجتمع. أما -مصطلح الواقع الافتراضي: Reality Virtual هو فرع من المنتجات الإلكترونية التي تشكل تجسيداً حاسوبياً ثلاثي الأبعاد مرتبطاً مع إمكانية تضمين مواضيع متنوعة يكون من الممكن أساساً التعامل معها بشكل تفاعلي في البيئة الثلاثية الأبعاد، ويطلق على هذا الواقع اسماً آخر وهو الفضاء الرقمي، وهو فضاء صنع عبر برامج الحاسوب (المتطورة)، تمكن مستخدميها من معايشة العديد من التجارب التي يحلم بها.

ولقد أشارت الدراسات التحليلية التي تناولت بالدراسة والتحليل موضوع العلاقات الاجتماعية إلى أنها تبدأ بفعل اجتماعي يصدر عن شخص معين يعقبه رد فعل يصدر من شخص آخر، ويطلق عليه التأثير

المتبادل بين الشخصين أو بين الفعل ورد الفعل اصطلاح التفاعل، فالفعل الاجتماعي وفق تعريف "ماكس فيبر" "هو السلوك الإنساني الذي له معنى خاص يقصد إليه فاعله بعد أن يفكر في رد الفعل المتوقع من الأشخاص الذي يوجه إليهم سلوكه" هذا المعنى الذي يفكر فيه الفرد ويقصده هو الذي يجعل الفعل الذي يقوم به اجتماعياً، والتفاعل الاجتماعي بما ينطوي عليه من علاقات ناشئة في إطاره، يقوم على أساس مجموعة من المعايير التي تحكم هذا التفاعل من خلال وجود نظام من التوقعات الاجتماعية في إطاره الأدوار والمراكز المحددة داخل المجتمع ، وتعرف العلاقات الاجتماعية بأنها "صورة تُصور التفاعل الاجتماعي بين طرفين أو أكثر، بحيث يتكون لدى كل طرف صورة عن الآخر، والتي تؤثر سلباً أو إيجاباً على حكم كل منهما للآخر، ومن صور العلاقات الاجتماعية" والروابط الأسرية والقرباة، الصداقة، وزمالة العمل والمعارف أو الأصدقاء، والعزلة . أما العلاقات الاجتماعية الافتراضية على شبكة الإنترنت فتُعد نوعاً من الانقلاب الجذري لكل ما هو معروف عن حالات العلاقات الاجتماعية السائدة التقليدية المحكومة بالعادات والتقاليد والأديان السماوية ، فهذه العلاقات المتكونة على الشبكة العنكبوتية غالباً ما تستطيع الهروب لا المواجهة، لهذا يعدها بعضهم كذباً أبيض، نظراً لما ترسمه هذه العلاقات من أشكال مغايرة للعلاقات الاجتماعية في الواقع والقائمة على المنجز العاطفي والأخلاقي والديني، لذا فقد بدأ بعض الشباب الانخراط طوعية في العالم الافتراضي أو العالم الخيالي .

وتشير زينب زموري وخيره بغدادى إلى " أن العلاقات الاجتماعية وقعت تحت وطأة التغيرات والتحوليات التي مر بها المجتمع الإنساني، والتي نجمت في الأساس عن التطورات الهائلة المتتالية خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات وتقنية الإنترنت، وهو ما يهيئ الفرصة لتغيرات قد تكون جذرية في المجالين المادي والمعنوي الذي تتخذ وتتشكل في إطاره مختلف نماذج العلاقات الاجتماعية . " ويثير موضوع العلاقات الافتراضية الكثير من القضايا والتساؤلات ، حول أسباب تأسيس هذا النوع من العلاقات ، الآثار المصاحبة للعلاقات الافتراضية.

2- العلاقات الاجتماعية الافتراضية : - تحليل نظري- : حظيت العلاقات الاجتماعية الافتراضية من خلال الاتصال التفاعلي الوسيطى " Communication Mediated أي العلاقات التي تتم عن طريق الاتصال والتفاعل الاجتماعي الذي يستخدم وسائط الاتصال الحديثة بعناية واهتمام المتخصصين واهتماماتهم بمجال العلوم الاجتماعية المختلفة، وذلك منذ بداية ظهور الوسائط الاتصالية في بداية القرن الماضي، فقد نجم عن هذا الاهتمام اتجاهات ومداخل نظرية متباينة ومدارس فكرية متعددة أهمها نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال Approach De والتي يتزعمه " ملفن دوفلور " M. Defleur والذي يرى بوصفه أحد أقطاب هذه النظرية والمدافعين عنها أن وسائل الاتصال التفاعلي الوسيطى هي نظام اجتماعي System Social ذو طبيعة تفاعلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع، كذلك يرى أن اعتماد الأفراد على وسائل الاتصال التفاعلي في المجتمعات الحديثة يفوق أي اعتماد آخر على أية وسيلة أخرى، فهي التي تزودهم بالمعرفة وتمدهم بالمعلومات والأخبار بأشكالها وأنواعها محلياً وخارجياً كافية، وتعمل على توجيه سلوكهم وتيسر تفاعلهم الاجتماعي وترسم لهم الخطوط العامة في تعاملهم مع المواقف الطارئة من خلال

ما تقدمه لهم من معارف ومعلومات وخبرات، كذلك تعمل على ترفيههم وتسليتهم، وتتوسط بينهم وبين العالم الاجتماعي الذي لا تقدر عليه تجاربهم وحواسهم بشكل مباشر، فهي التي تشكل رؤيتهم لهذا العالم من خلال ما يعرف بالواقع الافتراضي، وهنا تتجلى أهميتها ويبرز دورها في تشكيل بنية المجتمعات، أيضاً يرى "ملفن دوفلور" أن هناك علاقة وثيقة بين وسائل الاتصال التفاعلي "الانترنت" مع الأفراد، وعلى الرغم من وجود مؤسسات أخرى يلجأ إليها الأفراد في هذا المجتمع لتلبية احتياجاتهم كالأُسرة والأصدقاء والأقارب والجيران فإنه يبقى اعتمادهم على وسائل الاتصال الوسيط التفاعلي ومنها الإنترنت في تلبية الاحتياجات سالفة الذكر أقوى بكثير . وومن النظريات التي برزت في مجال العلوم الاجتماعية "نظرية الاستخدامات الإشباعية" فهي من النظريات التي شرحت الظواهر المتعلقة بوسائل الاتصال الحديثة وبخاصة الانترنت، فقد تحول الباحثون في مجال الاستخدامات والإشباعية من كيف يستخدم الأفراد الإنترنت إلى دراسة الأسباب والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط، " فقد أكد " روبين وونداهل & Windahl Rosengren أن نموذج الاستخدامات والإشباعية يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال، والذي يبادر باستخدام هذه الوسائل ويبني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، إضافة على أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته، فقد وجد كل من "بالمجرين ورايبورن green & Palm Rayburn أن الناس يستخدمون الإنترنت لإشباع ما يأتي:

---: الحاجات الشخصية على سبيل المثال الاسترخاء والسعادة والهروب . *

-الحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من هذه الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت والتسلية واكتساب المعلومات .

وطبقاً لنظرية الاستخدامات والإشباعية فإن الحاجة للاتصال تتفاعل مع العوامل الاجتماعية والنفسية، لتنتج الدوافع للاتصال، فقد حصرت "بليس" Bleise الدوافع التالية لاستخدام الإنترنت منها كبديل عن الاتصال الشخصي والتفاعل الشخصي والإدراك الذاتي عند الجماعات المختلفة من الناس، وتعلم السلوكيات المناسبة والاستمالات العقلانية وكبديل أقل تكلفة عن الوسائل الأخرى والتعلم الذاتي والمساندة المتبادلة مع الآخرين والتسلية والترفيه والأمان والصحة

3-الاسباب والانعكاسات المصاحبة لتكوين العلاقات الافتراضية:

تعرف العلاقات الاجتماعية بأنها الروابط والاثار المتبادلة بين الافراد في المجتمع ،والتي تنشأ نتيجة اجتماعهم وتبادل مشاعرهم واحتكاكهم ببعضهم البعض . وتعتبر العلاقات الاجتماعية التي تبلور بين الأفراد في مجتمع ما بناء على تفاعلهم مع بعضهم البعض بغض النظر عن كونها علاقات إيجابية أو سلبية من أهم ضرورات الحياة .ولكن مع ظهور الانترنت ظهر ما يسمى بالمجتمعات الالكترونية الافتراضية وسعي المستخدمون لوسيلة الانترنت إلى بناء علاقات اجتماعية افتراضية غيرت المفهوم التقليدي للعلاقات الاجتماعية المبنية على التماسك والتفاعل الحقيقي وجها لوجه خاصة مع ظهور الشبكات الاجتماعية

للتواصل، ومما الشك فيه أن العلاقات الاجتماعية قد تأثرت بطريقة ما بالتطورات الهائلة المتتالية التي حدثت في المجتمعات في ظل العولمة.

ولقد تعدد الأسباب التي تدفع الأفراد لتأسيس علاقات افتراضية، ويمكن تصنيفها على النحو التالي:

1. سهولة الوصول وتوسيع دائرة العلاقات حيث تتيح هذه المنصات تجاوز القيود الجغرافية والزمانية، مما يوسع شبكة العلاقات الاجتماعية والمهنية.
2. تلبية الاحتياجات الاجتماعية والنفسية: إذ تسهم الشبكات الرقمية في تقليل الشعور بالوحدة وتعزيز الانتماء الاجتماعي.
3. تمكن الأفراد من تقديم أنفسهم بطريقة محسوبة ومرنة قبل الانتقال إلى التفاعل وجهاً لوجه، ما يعزز الثقة بالنفس ويحد من مخاوف الرفض الاجتماعي.
4. توفر العلاقات الافتراضية فرصاً للحصول على المعلومات والنصائح والدعم العاطفي عبر تفاعلات قوية وضعيفة.
5. تجاوز الحواجز النفسية والاجتماعية تساعد الشبكات الافتراضية الأشخاص الانطوائيين أو ذوي القلق الاجتماعي على الانفتاح والتفاعل بحرية أكبر.

أما عن الانعكاسات الناتجة عن تكوين العلاقات عبر الشبكات الافتراضية فتتمثل في

أ- الايجابية:

- ✓ يتيح التواصل الرقمي توسيع شبكة العلاقات، سواء من خلال الروابط القوية (العلاقات المقربة) أو الضعيفة (المعارف)، مما يعزز الموارد الاجتماعية والمعرفية للفرد.
- ✓ المجموعات الافتراضية والمنتديات الرقمية توفر منصات لتبادل الخبرات والمعلومات، وتنمية مهارات التعاون الاجتماعي.
- ✓ تؤدي الشبكات الافتراضية إلى إعادة تشكيلها لتصبح أكثر اتساعاً وانتشاراً.
- ✓ تساعد العلاقات الافتراضية الأفراد على الشعور بالانتماء والدعم الاجتماعي،

ب- السلبية:

- ✓ عندما يحل التفاعل الافتراضي مكان التفاعل وجهاً لوجه، يؤدي إلى تراجع جودة العلاقات التقليدية وضعف الروابط الأسرية أو الصداقات المباشرة.
- ✓ الاعتماد على العلاقات الرقمية بدل العلاقات المباشرة قد يقلل من فرص التدريب على مهارات التفاعل الاجتماعي الواقعي، ما يزيد من العزلة أو الانطوائية على المدى الطويل.

✓ الاعتماد على الرموز والتفاعلات القصيرة قد يقلل من قدرة الفرد على التواصل اللفظي وغير اللفظي بفعالية في العلاقات الحقيقية.

✓ -القدرة على تعديل الهوية قد تؤدي إلى سوء الفهم أو الخداع في العلاقات، ما يضعف الثقة ويزيد من النزاعات و المشاكل الافتراضية

✓ المحاضرة الثامنة: المسؤولية الاجتماعية للإعلام

مقدمة

عند تناول أخلاقيات الإعلام، يوجد قدر من الالتباس بين عدد من المصطلحات المختلفة مثل: المساءلة (Accountability)، والمسؤولية ويمكن توضيح الفرق بين المساءلة والمسؤولية على النحو التالي: «بينما تُستخدم المساءلة غالبًا للإشارة إلى تجسيد المطالب المتعلقة بالمسؤولية، فإن المسؤولية نفسها تعني الالتزام المعترف به بالتصرف أو السلوك ضمن أطر الأدوار والقيم الأخلاقية» (بليزانس، 2000). وبهذا المعنى، تعد المسؤولية التزامًا بحسن الرعاية والاهتمام والحفاظ على مصلحة الجمهور. وبصورة أكثر تحديدًا، تشير المسؤولية الاجتماعية إلى ضرورة أن يضع العاملين في المؤسسات الإعلامية مصلحة المجتمع في مقدمة أولوياته. ويمكن النظر إلى ذلك أيضًا بوصفه مسؤولية جماعية أو مسؤولية تجاه الصالح العام.

1- المسؤولية الاجتماعية في الإعلام

تشير المسؤولية الاجتماعية في الإعلام إلى الالتزام الأخلاقي الواقع على عاتق المؤسسات الإعلامية والعاملين فيها بالتصرف بطرق تخدم المصلحة العامة وتسهم إيجابيًا في المجتمع. ويستند هذا المفهوم إلى النظرية الأوسع للمسؤولية الاجتماعية، التي تؤكد أن الكيانات، سواء كانت أفرادًا أو مؤسسات، تتحمل واجبًا بالعمل لما فيه منفعة المجتمع ككل. ونظرًا للدور المؤثر الذي تؤديه وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام ونشر المعلومات، فإنها تتحمل مسؤولية اجتماعية كبيرة. وتشمل هذه المسؤولية تقديم تغطية دقيقة ومتوازنة، وتعزيز القيم الديمقراطية، وحماية حقوق الأفراد، والمساهمة في بناء مواطنين واعين ومنخرطين في الشأن العام. وتؤكد نظريات مثل نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة، التي طُوِّرت في منتصف القرن العشرين، أن حرية الصحافة يجب أن تتوازن مع الالتزام بالصالح العام (سيبرت وآخرون، 1956). وتفترض هذه النظرية أن على وسائل الإعلام أن تقوم بدور الرقيب، وأن تكون منبرًا للنقاش العام، ووسيلة للتعبير الثقافي، مع تجنب الإضرار بالمجتمع أو الانزلاق إلى الإثارة. ومن مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية:

- إن هناك التزامات معينة للمجتمع يجب أن تقبلها وسائل الإعلام.

- إن تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن يكون من خلال المعايير المهنية الراقية لنقل المعلومات مثل الحقيقة، الدقة، الموضوعية والتوازن.
- قبول هذه الالتزامات وتنفيذها يتطلب التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام في إطار القوانين والمؤسسات القائمة.
- يجب ألا تقل مسؤولية الصحفي أو المهنيين في وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسؤوليتهم أمام الملاك وأسواق الصحف في التوزيع أو الإعلان.

2. ربط المسؤولية الاجتماعية بالممارسات الإعلامية

يتسم الربط بين المسؤولية الاجتماعية والممارسات الإعلامية بطابع متعدد الأبعاد. إذ يُتوقع من المؤسسات الإعلامية الالتزام بالمعايير الأخلاقية التي تعزز الشفافية والمساءلة والعدالة (كريستيانز، 2009). وغالبا ما تُجسّد هذه المعايير في مواثيق أخلاقيات المهنة والأطر التنظيمية التي توجه السلوك الصحفي (رايخر وآخرون، 1995). كما تشمل المسؤولية الاجتماعية في الإعلام الالتزام بالتنوع والشمول، بما يضمن تمثيل مختلف الأصوات ووجهات النظر.

وفيما يخص الأبعاد التي تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية فتتلخص في ثلاثة عناصر هي

البعد الاجتماعي: ويقصد به مجموعة الوظائف التي ينبغي أن يؤديها الاعلام المعاصر للمجتمع، وتتضمن الوظيفة السياسية والتعليمية والثقافية والاقتصادية والترفيهية لوسائل الاعلام

- البعد الاخلاقي ويتصل بمعايير الاداء الاخلاقية المكتوبة وغير المكتوبة التي ينبغي أن توجه أسلوب العمل في وسائل الاعلام المعاصرة.

- البعد المهني: ويتصل بالقيم المهنية الواجب مراعاتها في العمل الاعلامي. هذه الأبعاد تحيل الى مستويات وانواع تخص المسؤولية الاجتماعية ، " الاولى هي التي تحدد قانوننا، والثانية التي تحدد مهنيًا، والثالثة التي تحدد جماعيا، وهناك تحديد آخر من قبل ديني إليوت(يعطي انواع لمسؤولية الصحافة تبعا للهيئة المسؤولة، والجهة المسؤولة امامها وهي، مسؤولية الاعلام تجاه المجتمع، والمسؤولية امام النفس، ومسؤولية مؤسسات الاعلام تجاه المجتمع المحلي.وعلاوة على ذلك، تتحمل المؤسسات الإعلامية مسؤولية حماية الفئات الهشة من الاستغلال أو الأذى، وهو ما يشمل تجنب تكريس الصور النمطية أو نشر المعلومات المضللة (المرسني وآخرون،

(2023)

إن دمج المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الإعلامية يتطلب الانتقال من الالتزامات الأخلاقية النظرية إلى إجراءات مؤسسية ومهنية ملموسة. ويمكن تحقيق هذا الدمج من خلال سياسات تحريرية مسؤولة، وإجراءات صارمة للتحقق من المعلومات، وآليات شفافة لتصحيح الأخطاء، وتدريب أخلاقي مستمر للعاملين. إن إدماج المسؤولية الاجتماعية في الروتين اليومي لغرف الأخبار يضمن ألا تُعامل الاعتبارات الأخلاقية بوصفها أمورًا ثانوية أو ردود فعل لاحقة، بل كجزء أساسي من عملية الإنتاج الإعلامي.

وعلاوة على ذلك، تنطوي الممارسات الإعلامية المسؤولة اجتماعيًا على تحقيق توازن بين الضغوط التجارية ومتطلبات المصلحة العامة. ففي عصر الإعلام الرقمي، حيث تفرض السرعة والمنافسة ومؤشرات التفاعل الجماهيري نفسها بقوة على إنتاج المحتوى، تصبح المحافظة على المعايير الأخلاقية أكثر صعوبة. ولهذا تطوّر المؤسسات الإعلامية المسؤولة آليات داخلية للمساءلة، مثل تعيين مفوضين لشكاوى الجمهور، أو إنشاء مجالس تحريرية للمراجعة، أو اعتماد أنظمة لتلقي ملاحظات الجمهور، بما يضمن التوافق مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية وعلى المستوى المجتمعي، تسهم المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الإعلامية في تعزيز الثقة العامة والمشاركة الديمقراطية. فعندما تلتزم وسائل الإعلام باستمرار بالعدالة والدقة واحترام الكرامة الإنسانية، فإنها تعزز مصداقيتها وشرعيتها. وعلى العكس من ذلك، فإن الإخفاق في الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يؤدي إلى تآكل الثقة، وزيادة الاستقطاب المجتمعي، وتقويض العمليات الديمقراطية. ومن ثم، فإن ربط المسؤولية الاجتماعية بالممارسات الإعلامية لا يُعد مجرد مثالية أخلاقية، بل ضرورة عملية للحفاظ على دور الإعلام بوصفه مؤسسة موثوقة وبنّاءة في المجتمع.

وتتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية فيما يلي:

_ بالنسبة للمؤسسة: تهمين صورة المؤسسة والحفاظ على رصيدها في المجتمع، وكذلك الأخذ بعين الاعتبار حاجات ورغبات الزبائن بطريقة أكثر شمولاً، فالمسؤولية الاجتماعية تساهم في تحسين وتحفيز العمال للعمل، وتحسين مناخ العمل.

_ بالنسبة للمجتمع: زيادة التكافل والاستقرار الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع نتيجة لتوفر نوع من العدالة الاجتماعية وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص الذي هو جوهر المسؤولية الاجتماعية. كما يؤدي التزام المؤسسات بمسؤوليتها الاجتماعية إلى تخفيف الأعباء التي تقع على عاتق الدولة أثناء أداء مهماتها وخدماتها المختلفة.

