



جامعة تكريت  
كلية التربية للعلوم الانسانية  
قسم التربية الفنية  
المرحلة الرابعة  
المادة: وسائل الاتصال

## المحاضرة: أهمية واهداف التواصل في المجتمع وفنونه

مدرس المادة: م.د ياسين علوان الطيف

## اهمية التواصل في المجتمع

- ١- تطوّر المُجتمع ونموّه يحتلّ التّواصل أهميّة كبيرة في تطوّر المُجتمع ونموّه، فيُعتبر بمثابة حجر الأساس الذي ساهم في انتقال البشر من مرحلة تنمويّة إلى أخرى منذ وجودهم على سطح الأرض وحتىّ يومنا هذا؛ ويعود ذلك لإدراك البشر لأهميّة عمليّة الاتّصال فيما بينهم وتشكيل الرّوابط الاجتماعيّة، فعمدوا لتطوير وسائل الاتّصال وأساليبه، وهي عمليّة مُستمرة وتحدث بشكل تلقائي في المُجتمع البشري، وتؤثر إيجابيّاً في تنميته.
  - ٢- تنظيم المُجتمع تُسهم أساليب التّواصل وطرقه المُختلفة في تنظيم المُجتمع من خلال استخدامها لإطلاق طاقات الأفراد والمجموعات المُختلفة في المُجتمع، فتعمل على تعزيز ثقّتهم بأنفسهم ممّا يدفعهم للمشاركة المُجتمعيّة، ويزيد من عمليّة تبادل الأفكار والآراء مع المجتمعات الأخرى، فيزيد من الإطّلاع على ما يعتقدّه أفراد المُجتمعات الأخرى وما توصّلوا إليه، وتكون نتيجة ذلك إيجاد أرضيّة مُشتركة للعمل بالاعتماد على تقدير الحاجات والقدرات.
  - ٣- تغيير أنماط الحياة تمتلك وسائل التّواصل القدرة على تغيير السلوك العام وأنماط الحياة في المُجتمع على المدى البعيد، ويعود ذلك لما يترتّب عليها من دراسة لأسباب تبنيّ النّاس لسلوكيّاتهم ثمّ تطرّق وسائل التّواصل والإعلام لتطبيق الأنشطة التي من شأنها الإسهام في رفع مستوى الوعي المُجتمعي، وتحقيق التغيير المطلوب في السلوك بين الجماعات المُستهدفة، وخاصّة فئة المُراهقين لما يرتبط بهم من مشاكل اجتماعيّة كتعاطي المُخدّرات أو الخصوبة أو غير ذلك.
  - ٤- ساعدت وسائل الاتصال على انتشار المعرفة والمعلومات بين الناس في جميع أنحاء العالم، فالمؤلفين والكتّاب مثلاً يستطيعون نقل معارفهم من خلال كتبهم، والمؤسسات من خلال تبادل الأفكار مع العملاء، والطلاب مع أساتذتهم وهكذا.
  - ٥- سهلت على الناس معرفة الأخبار والأحداث العالميّة، والمحليّة، والدولية في نفس اللحظة من حدوثها، وهذا ما حقّقه شبكة الأنترنت وجميع برامج التواصل الاجتماعي في نقل المعلومة بشفافية، وبأسرع وقت.
  - ٦- تعدّ أساس كل العلاقات الإنسانيّة، فتشكّل العلاقات يبدأ من الحوار والتفاعل ومبادلة الآراء، ومن ثمّ تتطور إلى علاقات إنسانيّة قد تدوم لفترات طويلة.
- تساعد على التعبير عن الأفكار والمشاعر، وفهم مشاعر الآخرين وأفكارهم. تساهم في تطوير العلاقات مع الآخرين.

## أهداف الاتصال:

١- هدف توجيهي:

وهذا النوع من الأهداف يمكن أن يحقق حينما يتجه الاتصال إلى إكساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل وتثبيت اتجاهات قديمة موجودة عنده ومرغوب فيها ولقد اتضح من خلال الدراسات العديدة التي أجريت في هذا المجال أن الاتصال الشخصي أقدر على تحقيق هذا الهدف من الاتصال الجماهيري.

٢- هدف تثقيفي:

يتحقق هذا الهدف أو النوع من الأهداف حينما يتجه الاتصال نحو توعية المستقبلين بأمور تهمهم ويقصد منها مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفقهم لما يدور حولهم من أحداث.

٣- هدف تعليمي:

عندما يتجه الاتصال نحو إكساب المستقبل خبرات أو مهارات ومفاهيم ومعلومات جديدة، وذلك في مجالات الحياة المختلفة، حيث هذه الجوانب المختلفة تعود بالفائدة عليه عندما يكون في عمليات اتصال وتفاعل مع مجموعات أخرى، أو عندما يقوم بعمل أي نوع من أنواع الأعمال الاجتماعية التي تتطلب وجود مثل هذه المعارف المختلفة، التي تلعب دورا فعالا في حياة الفرد والمجتمع.

٤- هدف ترفيهي:

ويتحقق هذا الهدف عندما يتجه الاتصال نحو إدخال البهجة والسرور والاستمتاع إلى نفس المستقبل، وذلك عن طريق القيام بإرسال رسائل التي تحمل في مضمونها طابعا خاصا القائم على تحقيق الجوانب التي ذكرت، وهنا يمكن استعمال وسائل مثل المسرحيات والأفلام والمحادثات الهزلية والساخرة التي من خلال مضمونها وعرضها تؤدي إلى حدوث التأثير الإيجابي والترفيهي على نفس الأفراد والمجتمع.

٥- هدف إداري:

هذا الهدف من الأهداف التي لها مكانة خاصة في عملية الاتصال الذي يكثر انتشاره واستعماله اليومي في جميع المؤسسات والمنظمات التي يعمل فيها العديد من الأفراد، يعملون في مجالات الأعمال المختلفة التي من الطبيعي أن يكون لها هدف أو أهداف أخرى كبيرة وعامة. لذلك فإن هذه المؤسسات والمنظمات تعمل دائما على تحقيق أهدافها، وهذه الأهداف تتحقق عندما يتجه الاتصال داخل هذه المنظمات نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاهم بين

العاملين في المؤسسة أو الهيئة التنظيمية، ومن الطبيعي أن تكون مسؤولية القائمين على إدارة المؤسسات ونجاحها لأن نجاحها يعني نجاحهم في تحقيق الأهداف والمطالب التي تضعها هذه المؤسسات أمامها وتحاول الوصول إليها.

٦- هدف اجتماعي:

يقصد به الأوضاع الاجتماعية المختلفة التي تقوم على العلاقات بين أفراد المجتمع الواحد أو المجتمعات المختلفة، ويتحقق هذا الهدف عندما يتيح الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الجماهير بعضهم ببعض البعض الآخر، وهذه العملية بحد ذاتها تؤدي إلى تقوية الصلات والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد.

### فنون الاتصال:

تطورت فنون الاتصال بتطور وسائل الاتصال ذاتها في المجتمع المعاصر وتتمثل هذه الفنون فيما يأتي:

### أولاً: الاعلام:

الاعلام هو نشاط اتصالي يهدف تزويد الناس بالحقائق والاخبار الصحيحة عن القضايا والاحداث والموضوعات والمشكلات بدقة وموضوعية، دون تحريف، بما يؤدي الى زيادة المعرفة والادراك والوعي بما يسهم في تنوير الرأي العام، ويتميز الاعلام بخصائص هي:

١. الاعلام نشاط اتصالي يتضمن كافة عناصر العملية الاتصالية وهي مصدر المعلومات (المرسل) والرسالة الإعلامية (المضمون)، والوسائل الإعلامية (الوسيلة) التي تنقل الرسالة، وجمهور المتلقين (المتلقي) للرسالة الإعلامية، ورجع الصدى للأثر الإعلامي.
٢. يتسم الاعلام بالصدق والدقة والموضوعية وعرض الحقائق الثابتة دون تحريف.
٣. يتصف الاعلام بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها، فانه نشاط موضوعي وليس ذاتي يتأثر بشخصية الإعلاميين القائمين به.
٤. يسعى الاعلام الى محاربة الخرافات والعمل على تنوير الازهان وتنقية العقول.
٥. يعمل الاعلام على الشرح والتوضيح والتبسيط للحقائق والوقائع.
٦. الموضوعية الإعلامية لها تأثير فعلي في عقلية الجمهور ومستويات تفكيره وادراكه، مما يؤدي الى التكيف الحضاري مع المجتمع.

٧. تزداد أهمية الاعلام كلما ازداد المجتمع تعقيداً وتقدمت المدنية وارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع.

ولأهمية الاعلام أصبح نشاطا مرتبطا بحياة الانسان وثقافته، وكلما ارتقى الاعلام وتطور كلما ارتقى المجتمع وتطور.

### ثانياً: الدعوة:

تقوم الدعوة على الأفكار والمبادئ السامية وتتضمن دائماً الدعوة للأفكار النبيلة والمبادئ التي تدعو الى خير البشرية ونموها وتطورها ونشر الفضيلة.  
وتستخدم الدعوة في ذلك أساليباً مشروعة من قوة الحجة وصدق البرهان، كما تستخدم كافة وسائل الاتصال من الاتصال الشخصي انتهاءً بالاتصال الجماهيري.

### ثالثاً: الدعاية:

هي الأنشطة أو الجهود الاتصالية المخططة والهدف من أصحاب المصلحة في نقل معلومات أو أفكار أو اتجاهات تم إعدادها مسبقاً وإخراجها بأسلوب يؤدي إلى تحقيق النتائج المطلوبة والمرغوبة من التأثير على فئة مستهدفة محددة من الجمهور والمقصود بإخراج المعلومات والأفكار والاتجاهات هو إعداد وصياغتها من حيث المحتوى والمضمون والتنظيم والترتيب والتنسيق وطريقة التقديم والعرض وبأسلوب يؤدي إلى إحداث التأثير المطلوب والمحسوب. وتهدف النشطة الدعائية إلى السيطرة على الرأي العام للفئة المستهدفة وسلوكها الاجتماعي بما يحقق أهداف القائمين بعملية الدعاية ، ومن غير الضروري أن يدرك الجمهور المستهدف تلك الأسباب التي تدفعه إلى الانسياق أو تبني آراء وأفكار واتجاهات القائم بالدعاية

خصائص نشاط الدعاية كما يلي:-

- ١- الدعاية مثل الإعلام ،فهما نشاطان اتصاليان لهما نفس المكونات والمراحل التي يمر بها من المرسل إلى المستقبل، وما بينهما من مراحل اتصالية.
- ٢- تختلف الدعاية عن الإعلام في أنها تقدم وتعرض معلومات وتسعى إلى نشر الحقائق والأفكار والآراء ، ولكن بعد تحريفها من خلال إدخال بعض التعديلات على المضمون والشكل بما يحقق ويخدم الأهداف الدعائية ، بل إن هناك البعض الذي يستخدم بعض المعلومات والأكاذيب والشائعات غير الصحيحة لتحقيق أهداف الدعائية.

- ٣- الإعلام ليس عملية ذاتية تعبر عن مصالح أو اتجاهات القائمين به بخلاف الدعاية ، فهي عملية تتأثر بمصلح وشخصية القائمين بها.
- ٤- تختلف الدعاية عن الإعلام في أنها لا تهتم بالسعي إلى تنوير الرأي العام ، و إمداده بما يحتاج إليه من معلومات وآراء واتجاهات صحيحة وغير مغرضة ، بل إنها تسعى إلى تحقيق الأهداف المحددة و المحسوبة للتأثير المتعمد في الآراء و الاتجاهات ، وبالتالي في سلوك المستهدفين طبقاً لرغبات وميول القائمين بالدعاية.
- ٥- يمكن توصيف الدعاية بأنها نوع من التأثير والسيطرة والإلحاح المستمرة الذي يسعى إلى الترويج في قبول وجهات نظر القائمين بالدعاية وآرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم.
- ٦- تعتبر الدعاية فن من فنون الإقناع ، حيث تعمل على دفع المستهدفين إلى أن يسلكوا سلوكاً معيناً تحت تأثير الأفكار و الأساليب الدعائية المستخدمة.
- ٧- تعتمد الدعاية على إيجاد حالة من التنشيط العقلي والفكري تؤدي إلى إضفاء نوع من الغموض يسهل عملية اقتناع المستهدف بالرأي أو الفكرة المطروحة عليه ، حيث أن ذلك يعني عدم إعطاء الفرصة للفرد أن يفكر بمنطقه الذاتي ، وتمارس الدعاية عليه نوعاً من الضغوط المعنوية والتوجيه الفكري.
- تظهر الجهود الدعائية في عدة أشكال حيث تتلون بألوان مختلفة ، وكل لون منها يعبر عن الأسلوب والهدف المستخدم وتنقسم الدعاية الى ثلاثة أنواع هي:
- أ- الدعاية البيضاء:
- وهي الدعاية الواضحة المكشوفة والمعلومة والمصدر ، وتهدف غالباً إلى إحداث تأثيرات إيجابية مرغوبة على الجمهور المستهدف من خلال نقل المعلومات والآراء والأفكار والحقائق التي تظهر وتؤكد الجوانب الإيجابية . وفي هذه الحالة تقترب الدعاية بدرجة كبيرة من الإعلام مع جود بعض اختلاف في أن الدعاية مازالت تعلم من خلال أهداف تأثيرات مسبقة ، وتخفي الجوانب غير المرغوبة أو سلبية ، حيث أنها تركز على جوانب المضنية فقط.
- ب- الدعاية الرمادية:
- وهي أكثر خطورة على المستهدفين من الدعاية البيضاء ، حيث تعتمد على استخدام المضامين والأساليب الأكثر تأثيراً على الجمهور ، فهي تعتمد على بيانات ومعلومات وحقائق صحيحة ولكن تعاد صياغاتها وترتيبها وتنسيقها وإخراج وتقديمها بصورة جديدة ، ولا مانع من إضافة بعض الأكاذيب بشكل دقيق وغير ملموس بين سطور أو معاني الحقائق السابقة.

ويعصب على العين أو الأذن غير المتخصصة اكتشاف هذا الخداع أو التحريف ، وتركيز الدعاية الرمادية على مخاطبة الغرائز مع العقل ، ولكنها لا تفصح بشكل مباشر عن ذلك ، ويكشف هذا النوع من الدعاية عن مصدره في نفس الوقت الذي يعمل على أن تظل اتجاهاته وأهدافه غير واضحة وغامضة بالنسبة للجمهور .

ج- الدعاية السوداء:

تعتمد على الشائعات و الأكاذيب والتحريف الواضح للمعلومات والآراء والحقائق ويهدف هذا النوع من الدعاية إلى التأثير الهدام على الروح المعنوية للمستهدفين وغالباً ما تكون مصادر هذا النوع من الدعاية غير معلومة وسرية ولا تفصح عن نفسها ، ويعصب اكتشافها بسهولة. لاشك أن الدعاية الجيدة والهادفة أو الدعاية البيضاء هي التي تعيش طويلاً من خلال إدراك واقتناع الجمهور بمصداقية مصادرها وبالتالي الارتباط بما تقوله أو تقدمه هذه المصادر مستقبلاً بعكس أنواع الدعاية الأخرى التي ينصرف عنها الجمهور عند اكتشافه لعدم مصداقيتها.