

جامعة الجزائر 3

كلية علوم الاعلام والاتصال

ليسانس - تلخيص دروس مدخل إلى علوم الاعلام والاتصال

"السنة الثانية" قسم الاعلام

المجموعة الثانية

الأستاذ : محمد شبري

بعدها تطرقنا في المحاضرة السابقة إلى الصحافة المكتوبة من خلال دراسة أهم التعاريف والسياقات الثقافية والاجتماعية التي ساهمت في ازدهارها وتطورها وتحديد مختلف الخصائص التي تتميز بها، مقارنة بوسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى، كالسينما، الاذاعة والتلفزيون، حيث أن لكل وسيلة أهدافها وخصائصها تميزها عن الأخرى وهي الفكرة التي سنركز عليها في العمل، إذ نحاول معرفة مميزات وخصائص كل وسيلة وعلاقتها بمستقبل الرسالة الاعلامية.

السينما :

إن دراسة تاريخ السينما والاذاعة والتلفزيون "يدل على التأثير المتبادل فيما بينها كوسائل اتصال مسموعة ومرئية . وهذه الإضافات الاتصالية التي قدمها القرن العشرون ، بالإضافة إلى وسائل الاتصال المطبوعة تعرض التسلية للمشاهدين بشكل أساسي على(مثال باب القصص الخيالية في المجالات والكتب) وتقدم أيضا المعلومات والأفكار للمشاهدين والمستمعين". (ادوين امري و آخرون، 2000، صفحة 87).

ويمكن فهم تطور السينما كما كان الحال مع الصحيفة في إطار النموذج التطوري ونموذج الصراع معا . وقد حدثت عملية التراكم الحضاري التي أفرزت تكنولوجيا السينما بشكل رئيسي في صورة تراكم تدريجي للمنجزات العلمية في العديد من المجالات التي تبدو بعيدة كل البعد عن هذا المجال . وقد تجمعت هذه التكنولوجيا معا في نهاية الأمر في صورة

وسائل قادرة على خلق وهم الحركة المستمرة . " (ملفين ل. ديفلير .
ساندرا بول .روكيتش، 1982، صفحة 105) . ويقصد من مضمون
هذه الفكرة أن التراكم الحضاري قد ساهم وبشكل كبير في ظهور هذه
الوسيلة الجماهيرية المتعلقة بالسينما التي والحديث عنها "تجعل أذهاننا
تتجه إلى الولايات المتحدة الأمريكية وبصفة خاصة إلى المدينة السينمائية
هولوود (Holly wood) التي تعتبر مجتمعا متعدد اللغات لكل من يريد
العمل في مجال الفن السينمائي والصناعة السينمائية. والسينما الأمريكية
لها أصولها وتطوراتها " (عزيز لعبان، 2003-2004، صفحة 25).

إن المتمعن في فحوى هذه الوسيلة (السينما) يجد بأنها "لم تكن مرتبطة
على الإطلاق بتقديم مضمون الإعلان التجاري بمعناه المباشر إلا بشكل
هامشي . ورغم أن السينما تتناول الأفكار السياسية والاجتماعية الهامة
بين الحين والحين، إلا أنها لم تستخدم أو تستغل في المجتمع الأمريكي
على الأقل للترويج الصريح و المباشر للإيديولوجيات السياسية. إن الفهم
الكامل لأثر المجتمع على وسائل اتصالية يتطلب أن نفهم السبب الذي من
اجله أصبح السينما في الولايات المتحدة وسيلة اتصال كبرى مكرسة
أساسا للترفيه وليس للثقف والتنوير أو محاولة الإقناع بمعتقدات معينة ،
كما يتطلب هذا الفهم معرفة ، كما يتطلب هذا الفهم معرفة السبب الذي
من اجله أصبح ثمن تذاكر دخول السينما هو أهم مصادر تمويلها وليست
الإعلانات أو الدعم الحكومي. وهذه المنافسة لا يمكن أن تقدم إجابات
كاملة على هذه الأسئلة ولكنها يمكن أن توضح داخل الإطار الأمريكي،
كيف لعبت القوى السياسية والاجتماعية والاقتصادية دورا في تشكل
السينما كنظام للاتصال أو وسيلة إعلام والتحليلات المقارنة للمجتمعات
الأخرى التي انتهجت نماذج مختلفة من حيث هيكل المؤسسة السياسية
وفعالية النظام الاقتصادي قد توضح لماذا يختلف شكل ومضمون نظام
السينما من بلد لآخر " (ملفين ل. ديفلير . ساندرا بول .روكيتش، 1982،
صفحة 106.107). أن هذه الفكرة تشير أن دور السينما مكرس للترفيه
والتسلية وليس للتنوير والثقف أو ترسيخ معتقدات معينة في أذهان
الجماهير ، وفي نفس يؤكدون أن مصادر تمويلها تأتي من تذاكر الدخول

الجدير بالذكر، لقد كان ظهور السينما في القرن التاسع عشر اكتشافاً تكنولوجياً، ولكن إمكانية تقديم عروض وموسيقى وتسلية من أجل الاستهلاك الجماهيري الذي كان في أوج ازدهاره، حيث كانت بداية السينما استجابة لحاجة اجتماعية تمثلت في التسلية، فإن تقليص أوقات العمل أثارت مشكلة جديدة وهي وقت الفراغ، وطبيعة الوسيلة الجديدة وهي السينما كان بإمكانها الاستجابة لهذه الحاجة التي تعتبر اجتماعية قبل أن تكون استهلاكية، وكان بإمكان السينما أن تستجيب من الناحية الاقتصادية أيضاً، بحيث أن سعر تذكرة الدخول كان في متناول الجميع، وكذلك من الناحية الاجتماعية بحيث أن الأسرة كان بإمكانها حضور العروض السينمائية. بالإضافة إلى العاملين الذين تم ذكرهما وهما العامل التكنولوجي وحاجة المجتمعات الصناعية لتنظيم صناعة الخيال كحاجة اجتماعية، فإن هناك عاملاً ثالثاً لا يقل أهمية عن العاملين السابقين وهو الطلب المتزايد لهذه العروض في الأوساط الشعبية" (عزيز لعبان، 2003.2004، صفحة 26).

يفهم من هذه الفكرة أن تقديم العروض السينمائية بطبيعة الحال كان من أجل الاستهلاك الجماهيري. وتعمل هذه الوسيلة من أجل الترفيه والتسلية، حيث أن تقليص وقت العمل والتذكرة التي كانت في متناول الجميع ساهم في الإقبال على هذه الوسيلة الجماهيرية وما تقدمه من مضامين مختلفة في هذا السياق.

مميزات الفيلم : إن من مميزات الفيلم السينمائي تذكر:

لقد حاول جورج سادول في كتابه المعنون "تاريخ السينما في العالم" تقديم ميزة تتميز بها السينما وهي أن هذه الوسيلة "تخلق لدينا وهم الحركة لأن الصورة التي ترسم على الشبكة لا تزول فوراً، كما أن السينما تفرض الفورية وقد عمم التصوير الشمسي هذا المفهوم. (جورج سادول، 1968، الصفحات 17-18)، إذن فالفيلم السينمائي كوسيلة اتصالية يعتمد على الأنوية في تقديم الفيلم يجمع بين الصورة والصوت واللغة التي تعرض بها الرسالة، يعتمد بطبيعة الحال على السمع والبصر.

الاذاعة :

"أما قصة الإذاعة فبدأت مع العالم الإيطالي ماركوني الذي ابتكر ما بين عامي 1895-1900 نظاما عالميا لإرسال الإشارات التلغرافية عبر الفضاء باستخدام الموجات المغناطيسية الكهربائية ، وقد حصل ماركوني على براءة الاختراع الأساسية لهذه الإشارات اللاسلكية ، وأنشأ أول شركة لاسلكية تجارية في سنة 1897 .

وفي سنة 1906 حدثت القفزة من إرسال الكلمات المكونة من نقطة ، شرطة (إلى إرسال الأصوات البشرية عندما ابتكر الدكتور لي دي فورست أول نشرة أخبار إذاعية كانت باكورة عوائد انتخابات الرئاسة في سنة 1916 ، ولكن القوة الكامنة في الإذاعة كوسيلة استماع جماهيري لم تظهر جديا حتى سنة 1919" (ادوين امري و آخرون، 2000، صفحة 89).

خصائص الإذاعة :

- "تقوم الإذاعة على أساس نقل و بث الأصوات بسرعة (و زمن حدوثها أحيانا) وبالتالي فإن الاستماع هو شكل التواصل معها والأذن هي الجسر الذي يربط المستمع بالإذاعة .
- الصوت البشري عبر المذيع هو حامل الرسالة الاعلامية.
- تأخذ عملية مخاطبة المستمع من خلال المذيع طابعا "شخصيا" الأمر الذي يعطي لتجربة الاستماع طابعها الفردي والذاتي.
- لا تفرض عملية الاستماع شرط معرفة القراءة الكتابة ، وبالتالي فإن جمهور الإذاعة قد يضم حتى الأميين.
- لا تتطلب عملية الاستماع تفرغ المستمع بشكل كامل ، بل تتيح له حتى إمكانية القيام بعمل آخر.
- لا يستطيع المستمع أن يتحكم بظروف التعرض للمادة الاعلامية ، فهو يستمع إلى المادة المحددة سلفا والمنقولة بإيقاع معين ، وفي توقيت معين ، وعبر مذيع معين . وهو يتعرض لهذه المادة مرة واحدة ولا يستطيع تكرار عملية التعرض" (اديب خضور، 1999، صفحة 44)، "كما أن الراديو من وسائل الاتصال القومية التي يمكنها أن تصل إلى جميع السكان بسهولة متخطية حاجز الأمية

والحواجز الجغرافية، ويستطيع الراديو أن يصل إلى جماعات خاصة مثل الأفراد كبار السن والأطفال والأقل تعليماً والمتعلمين وغير ذلك من الجماعات المختلفة التي يصعب علينا الوصول إليها بوسائل الإعلام الأخرى. ولا يحتاج الراديو إلى أي مجهود من جانب المستمعين، وحيث أن غالبية الناس أصبحوا مشغولين وليس لديهم وقت للتفرغ للقراءة أو المشاهدة، أصبح الراديو هو الوسيلة السهلة التي تبقيهم على علم بما يحدث" (جيهان احمد رشتي، 1978، صفحة 317).

- تحقق الاذاعة مجالاً واسعاً للأخبار والانتقاء أمام المستمع، إذ يكفي تحريك مؤشر جهاز الراديو لتغيير المحطة إلى أخرى محلية أو خارجية.

- تكاليف إنتاج المادة الإعلامية منخفضة نسبياً، كما أن الاذاعة هي أكثر وسائل الإعلام مقدرة على تقديم ما يحدث، بل وعلى تقديمه بشكل متزامن، أي لحظة حدوثه عبر النقل الحي والمباشر ولكنها وبسبب السرعة والمنافسة والدورية لا تستطيع أن تقدم ما حدث إلا في عمومياته وفي خطوطه العريضة" (اديب خضور، 1999، صفحة 45).

- "الرسالة المذاعة قد تكون أكثر فعالية من الرسالة التي تنقل بالاتصال المواجهي، لأنه يمكن تقويتها بواسطة الموسيقى والتأثيرات الخاصة التي تترك انطباعاتاً قوية. وقد أظهرت التجارب أن المواد البسيطة السهلة التي تقدم بواسطة الراديو يسهل تذكرها مما لو قدمت مطبوعة، خاصة بين الأفراد الأقل تعليماً والأقل ذكاءً" (جيهان احمد رشتي، 1978، صفحة 317).

إن المدقق في هذه الخصائص المذكورة والمتعلقة بالاذاعة يتوصل إلى نتيجة مفادها أن هذه الوسيلة تقدم رسالة إعلامية للجمهور أو المستمع تحاول أن تراعي فيها مبدأ الحق في الإعلام، أي تقديم معلومة كاملة وصادقة وموضوعية من خلال التأكد من مصداقية الخبر، هذا من جهة، من جهة أخرى فهي وسيلة تتجاوز كل الحدود الجغرافية، على عكس الصحافة المكتوبة مثلاً التي تواجه

في العديد من الحالات مشكل التوزيع الصحفي، كما أن هذه الوسيلة موجه إلى كل الفئات الاجتماعية.

التلفزيون:

إن المتمعن في تطور صناعة التلفزيون يكتشف بأن هذا الأخير (التلفزيون) "ورث الكثير من تقاليد الراديو . وقد لعبت العديد من العوامل دورا هاما لتجعل من التطور التكنولوجي للتلفزيون وانتشاره في المجتمع الأمريكي عملية أكثر سرعة و اقل فوضوية مما حدث مع سلفه الراديو . والواقع أن تكنولوجيا التلفزيون كانت معقدة بالفعل قبل التوسع في صناعة الأجهزة وطرحها على نطاق واسع للبيع في السوق وفي هذا المجال ، لا توجد فترة يمكن مقارنتها بما حدث في عصر التلفزيون من حيث سعة الانتشار . ولم تكن الوسيلة الاعلامية الجديدة مضطرة إلى التوصل لهيكل للسيطرة والإشراف مع الحكومة . فقانون الاتصالات الفيدرالي الذي تصفه لجنة الاتصالات الفيدرالية (FCC) والتشريعات المكملة له تم الاستيلاء عليها ببساطة من الراديو . وكانت الأسس المالية للتلفزيون واضحة منذ البداية ، كما كان الجمهور معتاد تماما على الإعلانات التجارية ، كذلك لم تكن هناك مرحلة عداء مع الصحافة ووسائل الاتصال السلكية ، فكل هذه الترتيبات امتدت ببساطة من الراديو إلى التلفزيون" (ملفين ل. ديفلير . ساندرا بول . روكيتش، 1982، الصفحات 168-169).

خصائص التلفزيون: يتميز التلفزيون بمجموعة من الخصائص

وهي:

- المقدرة على التقديم السريع والحي والمباشر للرسالة الاعلامية مستخدما الصوت والصورة والحركة والألوان.
- امتلاك لغة تعبيرية متميزة واستخدام عناصر تجسيد فني غنية، ومخاطبة أكثر من حاسة والتوجه إلى الذهن والعاطفة في آن واحد.
- جمهور التلفزيون واسع ومتنوع . ولا يتطلب التعرض للرسالة التلفزيونية معرفة القراءة والكتابة." (اديب خضور، 1999، صفحة 46).

- "التلفزيون يتطلب انتباها أكثر من الراديو لأنه يحتاج إلى حاستي السمع والبصر . فلا يستطيع المتفرج أن يفعل شيئاً آخر وهو يشاهد التلفزيون ، في حين انه يستطيع أن يقرأ أو يقود العربة وهو يستمع إلى الراديو . ومشاهدة التلفزيون يندمج تماما في المشاهدة لأن مضمون التلفزيون محدد وليس مضمونا مجردا. فالمتفرج على التلفزيون يشاهد ويسمع بينما المستمع إلى الراديو يتيح الفرصة لخياله لكي يصل ويجول.
- أنه اقرب وسيلة للاتصال المواجهي ، فهو يجمع بين الرؤية والصوت والحركة و اللون.
- يقدم التلفزيون مادة إعلامية في نفس زمن حدوثها ، أي قد لا تمر فترة زمنية بين وقوع الحدث وتقديمه (جيهان احمد رشتي، 1978، الصفحات 368-369).
- "أصبح التلفزيون أكثر وسائل الاعلام مقدره على نقل الواقع إلى المشاهدين وعلى إعطائهم إحساسا (أو وهما ، ربما) بأنهم يشاهدون ما يحدث ويطلعون عليه فقط، بل هم حتى يشاركون في صنعه." (أديب خضور، 1999، صفحة 47).
- نستنتج من خلال هذه الخصائص أن التلفزيون يعد من الوسائل التي تتميز بالسرعة والآنية في تقديم المادة الاعلامية ، فهي وسيلة موجهة إلى جميع الفئات الاجتماعية، منا انه يعتمد على حاستي السمع والبصر ، إذ انه يجمع بين الرؤية والصوت والحركة و اللون.
- قائمة المراجع:

- ادوين امري و آخرون. (2000). الاتصال الجماهيري. ترجمة (إبراهيم سلامة إبراهيم) القاهرة : الشركة الدولية للطباعة.
- أديب خضور. (1999). الاعلام و الأزمات (الطبعة الأولى). الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- جورج سادل.(1968). تاريخ السينما في العالم. (إبراهيم الكيلاني وآخرون) لبنان، بيروت : منشورات عويدات.

- جيهان احمد رشتي. (1978). الأسس العلمية لنظريات الاعلام. القاهرة : دار الفكر العربي.
- عزيز لعبان. (2003.2004). مطبوعة بيداغوجية في مادة مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال لطلبة السنة أولى ليسانس . كلية علوم الاعلام والاتصال .جامعة الجزائر.
- ملفين ل. ديفلير . ساندرابول . روكيتش. (1982). نظريات وسائل الاعلام (الطبعة العربية الأولى). ترجمة (كمال عبد الرؤوف) مصر، القاهرة: الدار الدولية للنشر و التوزيع.