

أخرى تختص بالنفس البشرية. أو إلى إك الأشياء أو عمليات التفسير  
وصياغة الأفكار وتلقيها وهذه العمليات تتعلق بكثير من الأشياء المعقدة  
و المتشابهة ، والتي يتدخل في تفسيرها و معرفة أبعادها كثير من العلوم  
كالإحصاء وعلم النفس وعلم الوراثة ودراسة الأجناس ، ونحو ذلك و لا  
يمكن التعمق وراء كل مرسل أو كل مستقبل ، للتعرف على ما يؤثر في  
تفسيره أو تحكم في عقليته أو مدى وكيفية فهم المرسلين جميعاً لإمكان  
صياغة رسائل إعلامية متوافقة مع الجمهور ومسح الوسائل ووسائل  
متوافقة مع الرعايا ومع الجمهور ولا يعني هذا من ناحية أخرى عدم  
الاجتهاد في التعرف على هذه الأشياء ومراجعتها ولو بقدر أو نسبة معينة  
ولما لابد من التعرف على الخطوط العريضة أو السمات المميزة  
للمجتمع و أفراد و أوقات الاجتماع أو المشاهدة المفضلة لديهم إجمالاً إما  
تفصيل فهذا يتوقف على مزاج كل فرد وهذا شيء يستحيل فهمه على  
الشخص ذاته في بعض الأحيان فكثير من الناس يعلمون أنهم متصليون  
أو يعرفون عن قلقهم أو ضيقهم أحياناً لكنهم لا يستطيعون معرفة سبب  
ذلك و يعني هذا إن التوافق يمكن أن يحدث بين عناصر العملية  
الاتصالية ولكن بنسبة معينة ليست مائة في المائة ، وليس صفر في  
المائة فهي لا تحدث تماماً كما ذكرنا لتعلقها بالنفس البشرية في كثير من  
إطرافها و النفس البشرية لا يمكن تقييدها أو وضع قانون يحكمها ليصفه  
قاطعة كما يحدث للماديات وهي أي صفة التوافق لا تكون صفر في  
المائة ن لأنه لو لا حدوث درجة معينة من التوافق من حيث المبدأ لما  
بدأت العملية الاتصالية ولما استمرت هذا القدر من التوافق الذي تبدأ به  
العلاقة الاتصالية ، وقد يكون نتيجة للظروف المحيطة ، أو للوجود في

فهو الذي يتكون نتيجة الحملات الاعلانية و الترويجية و الاعلامية و الدعائية .. الا اننا يجب ان نلاحظ ان الثبات و التغيير مسألة نسبية ، ففي حين تتغير العادات و التقاليد يمضي الزمن ، الا ان للتغير دوراً مهماً كذلك الرأي العام المبني على حملات الاعلان و الترويج يمكن ان يظل ثابتاً لمدة طويلة ، باستمرار الحملات الموجهة الى الافراد

## الرأي العام و العملية الإعلامية

المقصود هنا بتحديد الرأي العام لشكل عملية الاتصال الإعلامي ، هو دراسة العلاقة بين الرأي العام و العملية الاتصالية ، بصفة عامة ، ثم نتعرف على أهمية الرأي العام في تحديد شكل الرسالة الإعلامية وأخيراً دور الرأي العام في تحديد الوسيلة الإعلامية المناسبة لكل جمهور ولكل وقت من الأوقات ، ولكل مكان من الأماكن . فالرأي العام يلعب دوراً خطيراً في التحكيم في العملية الإعلامية من حيث شكلها و مضمونها ، وسنوف نتعرض للعلاقة بين الرأي العام وشكل العملية الإعلامية ثم نتعرف على العلاقة بين الرأي العام ومضمون العملية الإعلامية أي كيفية تأثيره ومدى تحكّمه في تحديد و توجيه السياسة الإعلامية في المجتمع



**Samsung Quad Camera**

تم الالتقاط بواسطة  
Galaxy M12 الخاص بي

وحتى يمكن معرفة علاقة الرأي العام بشكل العملية الإعلامية. لابد ان نتعرض لعلاقته بالعملية الاتصالية بداية ن فالمعلوم ان الاتصال هو الأوسع أو الأكثر عمومية من الاعلام فما الإعلام إلا شكل من اشكال الاتصال ، أو احدى عملياته ، لان الاتصال مفهوم أكثر اتساعاً حيث يبدأ بالاتصال الذاتي ، الذي هو اساس في كل عملية اتصالية اعلامية أو غير اعلامية وربما اضل البعض الاتصال الذاتي أو رأوا انه غير هام ، وهو عملية الإدراك و الفهم و صياغة الافكار ، ولكن هذه العملية هي البداية ، فالاستنتاج لا يتصل بغيره من الناس في حالة ما اذا بدأ هو بالاتصال إلا بعد التفكير ، كما انه لا يفهم من يتصل به إلا بعد التفكير أيضاً و يلي ذلك الاتصال الشخصي ثم الجمعي ، ثم الاتصال الجماهيري الذي هو الصورة البارزة للأعلام ولا بد من التأكيد على انه لا يستغني عن الاتصال الذاتي ولا الشخصي ولا الجمعي فكل نوع من هذه الأنواع في خدمة النوع الآخر .

أما الاتصال كمفهوم عام فهو عملية التفاهم بين البشر ، أو حتى بين البشر و غيرهم من المخلوقات ، بأي وسيلة من الوسائل <sup>وغيرها</sup> . كانت الوسيلة أو الإيحاء أو الإشارة أو الحركة أو الضوء أو غير ذلك من وسائل لتحقيق هدف عام أو خاص ذلك سوف نبدأ في التعرف على العلاقة بين الرأي العام و العملية الاتصالية بصورة عامة .



Samsung Quad Camera

تقنية الالتقاط بواسطة Galaxy M12 الخاص بي

## 1. العلاقة بين الرأي العام و العملية الاتصالية عامة :

تتلخص العملية الاتصالية الإعلامية في عناصرها التي جمعها العبارة القائلة (( من، يقول ماذا، لمن، وبأي وسيلة ، وما هو التأثير؟ )) وتفسير هذه الأركان هي : المرسل \_ الرسالة \_ الوسيلة \_ المستقبل ، ثم رد الفعل الذي ينتج عن تأثير والذي يكمل الدائرة الاتصالية و يقدر حدوث التوافق بين هذه الأركان الخمسة للعملية الاتصالية بصفة عامة والإعلامية منها بصفة خاصة ، يقدر حدوث تحقيق الهدف من الاتصال وذلك لأن أي تغيير لابد له من هدف، و إلا لما بدأ من حيث البداية و إذا بدأ فما كان هناك نجاحاً إلى الاستمرارية في القيام بالعملية الإعلامية وإذا حدث هذا فما كان هناك نجاحاً إلى عملية التلقي و الاستقبال.

ومعنى حدوث التوافق بين أركان العملية الاتصالية ، هو فهم المرسل لهدفه من القيام بالاتصال و بالتالي فهم المرسلاته ، و للوسيلة المتناسبة للرسالة ، و المتناسبة له كمرسل من حيث الإمكانيات و القدرة على الاستخدام الواضح إن لم يكن الأمثل ثم مدى التوافق بين الرسالة و الوسيلة و الجمهور ، وإذا توافقت هذه العناصر الأربعة كلها ، أدى هذا إلى الأثير ، وبالتالي إلى رد الفعل الذي يؤدي بالمستقبل إلى أن يصبح ممثلاً و المرسل إلى مستقبل وهكذا تدور عجلة الاتصال وتستمر في دوران ولا بد هنا إن نقف على حقيقتين هامتين . الأولى : أنه لا يمكن حدوث التوافق بين عناصر العملية الاتصالية بدرجة 100% مائة في المائة . الثانية : أنه أيضاً لا يمكن أن ينعزم حدوث الاستجابة تماماً في المائة أيضاً . أما انعدام حدوث التوافق تماماً فهذا لأن المتعلقة بالعملية الاتصالية تتدخل فيها ظروف وعناصر

Samsung Quad Camera

Galaxy M12 الخاص بي