



إصدارات مخبر
التنمية الاجتماعية وخدمة المجتمع



علم النفس الاجتماعي للاتصال

كتاب بيداغوجي موجه لطلبة
سنة أولى ماستر علم اجتماع الاتصال



تأليف الدكتورة محمدي كريمة

أستاذ محاضر بقسم العلوم الاجتماعية
جامعة الوادي

عنوان الكتاب

علم النفس الاجتماعي للاتصال

تأليف

الدكتورة محمدي كريمة

ISBN :

978-9969-681-01-7

الإيداع القانوني

أفريل 2026

الطبعة





الإهداء

إلى كل من آمن بأنّ الاتصال ليس مجرد تبادل

كلمات،

بل فعلٌ نفسيّ اجتماعيٌّ يُبنى فيه المعنى،

وتُشكّل به العلاقات،

وتُفهم من خلاله الذات والآخر.

إلى الطلبة والباحثين،

الذين يبحثون عن الإنسان خلف الرسالة،

والمعنى خلف السلوك.

شكر وتقدير

تقدم بجزيل الشكر وعميق الامتنان إلى كل من أسهم، بشكل مباشر أو غير مباشر، في إنجاز هذا العمل العلمي .
وأخص بالشكر أساتذتي الأفاضل، الذين كانوا لي منارات علم ومرجعيات فكرية، لما قدموه من توجيه سديد، ودعم علمي،

ونصح

أكاديمي رصين كان له بالغ الأثر في مساري
البحثي .

كما أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى طلبة الأعزاء، الذين

شكل

تفاعلهم، ومناقشاتهم، وتساولاتهم العلمية الدافع الحقيقي لصياغة هذا

الكتاب .

الفهرس

إهداء.....

الفهرس.....

قائمة المصطلحات - علم النفس الاجتماعي للاتصال.....

مقدمة الكتاب..... 1

أهداف الكتاب..... 4

أهمية دراسة علم النفس الاجتماعي للاتصال..... 7

منهجية عرض علم النفس الاجتماعي للاتصال..... 10

الفصل الأول: مدخل إلى علم النفس الاجتماعي للاتصال: التكامل والتقاطعات

تمهيد..... 15

المبحث الأول: تعريف علم النفس الاجتماعي..... 16

المبحث الثاني: تعريف الاتصال..... 19

المبحث الثالث: نقاط الالتقاء بين علم النفس الاجتماعي والاتصال..... 23

المبحث الرابع: أهمية المقاربة النفسية الاجتماعية في فهم الظاهرة الاتصالية..... 27

المبحث الخامس: أسئلة تقييمية شاملة مع أجوبة نموذجية شاملة حول علم النفس الاجتماعي - الاتصال - نقاط الالتقاء - أهمية المقاربة النفسية الاجتماعية، بصيغة بيداغوجية مناسبة للطلبة:.....	32
خاتمة الفصل:.....	39
المراجع المستخدمة في الفصل الأول:.....	41

الفصل الثاني: عمليات الإدراك الاجتماعي وتشكيل الانطباعات

تمهيد:.....	43
المبحث الأول: مفهوم الإدراك الاجتماعي.....	45
المبحث الثاني: آليات الإدراك الاجتماعي وتفسير السلوك.....	48
المبحث الثالث: تشكيل الانطباعات والانطباع الأول.....	51
المبحث الرابع: الصور النمطية والتحيزات في الإدراك الاجتماعي.....	54
المبحث الخامس: الصور النمطية والتحيزات في الإدراك الاجتماعي.....	57
المبحث السادس: الإدراك الاجتماعي في المجال الاتصالي والإعلامي.....	60
المبحث السابع: أسئلة تقييمية وإجابات نموذجية.....	61
خاتمة الفصل:.....	65
المراجع المستخدمة في الفصل الثاني:.....	67

الفصل الثالث: المواقف والاتجاهات: الإقناع والتأثير

تمهيد:.....	69
المبحث الأول: مفهوم المواقف والاتجاهات.....	71

المبحث الثاني: تشكّل الاتجاهات وتغيّرها.....	75
المبحث الثالث: الإقناع - المفهوم والآليات.....	80
المبحث الرابع: نظريات الإقناع في علم النفس الاجتماعي.....	85
المبحث الخامس: التأثير الاجتماعي وأنواعه.....	92
المبحث السابع: أسئلة تقويمية وإجابات نموذجية.....	106
خاتمة الفصل:.....	114
المراجع المستخدمة في الفصل الثالث:.....	116

الفصل الرابع: التنشئة الاجتماعية ودور الاتصال في بناء الذات

تمهيد:.....	118
المبحث الأول: مفهوم التنشئة الاجتماعية.....	120
المبحث الثاني: مؤسسات التنشئة الاجتماعية ودورها في بناء الذات	122
المبحث الثالث: بناء الذات في ضوء التنشئة والاتصال.....	125
المبحث الرابع: الإعلام وبناء الذات في المجتمع المعاصر.....	128
المبحث الخامس: أسئلة تقويمية وإجابات نموذجية حول الفصل الرابع	131
خاتمة الفصل:.....	135
المراجع المستخدمة في الفصل الرابع:.....	137

الفصل الخامس: الهوية الاجتماعية والاتصال: الانتماء والتمايز

تمهيد:.....	139
المبحث الأول: مفهوم الهوية الاجتماعية.....	141

المبحث الثاني: الانتماء الجماعي والذات الفردية.....	143
المبحث الثالث: دور الاتصال والإعلام في بناء الهوية الاجتماعية.....	145
المبحث الرابع: التمايز بين الجماعات وأثره على السلوك الاتصالي.....	147
المبحث الخامس: الهوية الاجتماعية في الفضاء الرقمي.....	149
المبحث السادس: سئلة تقويمية الفصل الخامس مع إجابات نموذجية.....	151
خاتمة الفصل:.....	154
المراجع المستخدمة في الفصل الخامس:.....	156

الفصل السادس: التفاعل الاجتماعي: الاتصال اللفظي وغير اللفظي

تمهيد:.....	158
المبحث الأول: مفهوم التفاعل الاجتماعي.....	159
المبحث الثاني: الاتصال اللفظي.....	161
المبحث الثالث: الاتصال غير اللفظي.....	163
المبحث الرابع: التفاعل الاجتماعي والاتصال الإعلامي.....	165
المبحث الخامس: العلاقة بين اللغة والسلوك الاجتماعي.....	167
خاتمة الفصل:.....	172
المراجع المستخدمة في الفصل السادس:.....	173

الفصل السابع: السلوك الجماعي: الحشود، التجمعات، والتأثيرات الاجتماعية

تمهيد:.....	175
المبحث الأول: مفهوم السلوك الجماعي.....	177

المبحث الثاني: أنواع السلوك الجماعي.....	180
المبحث الثالث: ديناميات الحشود والتأثير الاجتماعي (توسعة).....	183
المبحث الرابع: التأثيرات النفسية والاجتماعية للسلوك الجماعي.....	186
المبحث الخامس: أسئلة تقويمية وإجابات نموذجية.....	188
خاتمة الفصل:.....	191
المراجع المستخدمة في الفصل السابع:.....	193

الفصل الثامن: العدوان والعنف في الإعلام: مقاربات نفسية اجتماعية

تمهيد:.....	195
المبحث الأول: مفهوم العدوان والعنف.....	196
المبحث الثاني: العوامل النفسية للعدوان.....	198
المبحث الثالث: العوامل الاجتماعية للعدوان.....	200
المبحث الرابع: دور الإعلام في العدوان والعنف.....	203
المبحث الخامس: النظريات النفسية والاجتماعية للعدوان.....	204
المبحث السادس: العدوان والعنف في الفضاء الرقمي.....	206
المبحث السابع: أسئلة مناقشة وإجابات نموذجية.....	209
خاتمة الفصل:.....	212
المراجع المستخدمة في الفصل الثامن:.....	214

الفصل التاسع: التأثيرات الإعلامية على الأطفال والمراهقين

تمهيد:.....	216
-------------	-----

المبحث الأول: الخصائص النفسية والاجتماعية للأطفال والمراهقين.....	217
المبحث الثاني: التأثيرات النفسية للإعلام.....	219
المبحث الثالث: التأثيرات الاجتماعية للإعلام.....	221
المبحث الرابع: العوامل الوسيطة للتأثير الإعلامي.....	223
المبحث الخامس: دور الإعلام التربوي والإيجابي.....	225
المبحث السادس: تحديات الإعلام الحديث.....	226
المبحث السابع: أسئلة للمناقشة واجابات نموذجية.....	229
خاتمة الفصل:.....	231
المراجع المستخدمة في الفصل التاسع:.....	232

الفصل العاشر: الإعلام الرقمي والهوية الشخصية: السيلفي، الشهرة، والتصوير الذاتي

تمهيد:.....	234
المبحث الأول: الإعلام الرقمي وبناء الهوية.....	235
المبحث الثاني: ظاهرة السيلفي Selfie	235
المبحث الثالث: الشهرة الرقمية Digital Fame	237
المبحث الرابع: التصوير الذاتي والهوية الاجتماعية.....	238
المبحث الخامس: استراتيجيات الاستخدام الإيجابي للإعلام الرقمي.....	239
المبحث السادس: اجابات نموذجية - أسئلة للمناقشة (الفصل العاشر: الإعلام الرقمي والهوية الشخصية).....	241

243..... خاتمة الفصل:

245..... المراجع المستخدمة في الفصل العاشر:

الفصل الحادي عشر: الشبكات الاجتماعية وبناء العلاقات الافتراضية

247..... تمهيد:

248..... المبحث الأول: طبيعة العلاقات الافتراضية.

249..... المبحث الثاني: العوامل النفسية في العلاقات الافتراضية.

251..... المبحث الثالث: التفاعل الافتراضي والانتماء الاجتماعي.

252..... المبحث الرابع: التمايز والهوية في الفضاء الرقمي.

253..... المبحث الخامس: التحديات والفرص في العلاقات الافتراضية.

254..... المبحث السادس: استراتيجيات تعزيز العلاقات الافتراضية الصحية.

256..... المبحث السابع: أسئلة للمناقشة والإجابة النموذجية.

258..... خاتمة الفصل:

259..... المراجع المستخدمة في الفصل الحادي عشر:

الفصل الثاني عشر: التواصل الصحي وتعزيز السلوكيات الإيجابية

261..... تمهيد:

262..... المبحث الأول: مفهوم التواصل الصحي.

264..... المبحث الثاني: مهارات التواصل الصحي.

266..... المبحث الثالث: تأثير التواصل الصحي على السلوكيات الإيجابية.

268..... المبحث الرابع: التواصل الصحي والإعلام.

المبحث الخامس: استراتيجيات تعزيز التواصل الصحي.....	270
المبحث السادس: ليك إجابة نموذجية شاملة على أسئلة المناقشة للفصل الثاني عشر: التواصل الصحي وتعزيز السلوكيات الإيجابية:.....	272
خاتمة الفصل:.....	274
المراجع المستخدمة في الفصل الثاني عشر:.....	275

الفصل الثالث عشر: المسؤولية الاجتماعية للإعلام: منظور نفسي وأخلاقي

تمهيد:.....	277
المبحث الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام.....	278
المبحث الثاني: التأثير النفسي والاجتماعي للإعلام.....	280
المبحث الثالث: البعد الأخلاقي للإعلام.....	282
المبحث الرابع: دور الإعلام في تعزيز المسؤولية الاجتماعية.....	284
المبحث الخامس: استراتيجيات لضمان إعلام مسؤول.....	286
المبحث السادس: أسئلة للمناقشة وإجابات نموذجية.....	288
خاتمة الفصل:.....	290
المراجع المستخدمة في الفصل الثالث عشر:.....	291

الفصل الرابع عشر: آفاق البحث في علم النفس الاجتماعي للاتصال

تمهيد:.....	293
المبحث الأول: القضايا البحثية المعاصرة.....	294
المبحث الثاني: التحديات التكنولوجية والاجتماعية.....	296

298	المبحث الثالث: الاتجاهات المستقبلية في البحث.....
300	المبحث الرابع: التطبيقات العملية للبحث المستقبلي.....
302	المبحث الخامس: أسئلة للنقاش وإجابات نموذجية.....
304	خاتمة الفصل:.....
305	المراجع المستخدمة في الفصل الرابع عشر:.....

الفصل الخامس عشر: الامتحان - تقييم المعارف المكتسبة

307	تمهيد:.....
308	المبحث الأول: أهداف الامتحان.....
309	المبحث الثاني: نموذج توزيع الأسئلة.....
312	المبحث الثالث: معايير التقييم.....
313	خلاصة الفصل:.....

302	خاتمة الكتاب
-----	--------------------

.....	قائمة المراجع
-------	---------------------

قائمة المصطلحات - علم النفس الاجتماعي للاتصال

- الاتجاهات (Attitudes)
استعدادات نفسية مكتسبة تُوجّه استجابات الفرد نحو الأشخاص أو الموضوعات أو القضايا إيجاباً أو سلباً، وتؤثر في السلوك الاتصالي.
- الإدراك الاجتماعي (Social Perception)
العملية التي يتم من خلالها تفسير وفهم سلوك الآخرين ونواياهم وخصائصهم في التفاعل الاجتماعي.
- الإقناع (Persuasion)
عملية تأثير اتصالي تهدف إلى تغيير أو تعزيز المواقف والاتجاهات والسلوكيات لدى المتلقي عبر الرسائل الاتصالية.
- التفاعل الاجتماعي (Social Interaction)
عملية تبادل التأثير بين الأفراد داخل سياق اجتماعي معين، ويُعدّ الاتصال أدواته الأساسية.
- التنشئة الاجتماعية (Socialization)
العملية التي يكتسب من خلالها الفرد القيم والمعايير والأدوار الاجتماعية عبر التفاعل مع الأسرة، المدرسة، الإعلام والمجتمع.
- التمثيلات الاجتماعية (Social Representations)
صور ذهنية مشتركة داخل الجماعة تفسّر الواقع وتوجّه السلوك والاتصال.
- التواصل اللفظي (Verbal Communication)
كل أشكال الاتصال التي تعتمد على اللغة المنطوقة أو المكتوبة لنقل المعاني.

- التواصل غير اللفظي (Nonverbal Communication)
الرسائل التي تُنقل عبر تعابير الوجه، الإيماءات، لغة الجسد، نبرة الصوت، المسافة، دون استخدام الكلمات.
- التحيز (Bias)
ميل نفسي لا وعي يؤدي إلى إصدار أحكام غير موضوعية في إدراك الآخرين والتعامل معهم.
- الجماعة (Group)
مجموعة من الأفراد تجمعهم علاقات تفاعل وتأثير متبادل وأهداف أو قيم مشتركة.
- السلوك الجماعي (Collective Behavior)
أنماط السلوك التي تصدر عن الأفراد داخل الحشود والتجمعات في مواقف غير منظمة نسبياً.
- العدوان (Aggression)
سلوك يهدف إلى إلحاق الأذى الجسدي أو النفسي بالآخرين، وقد يتأثر بالمضامين الإعلامية.
- العنف الرمزي (Symbolic Violence)
أشكال غير مباشرة من العنف تُمارَس عبر اللغة، الصور، الخطاب الإعلامي، وتؤثر نفسياً على الأفراد.
- الهوية الاجتماعية (Social Identity)
إحساس الفرد بالانتماء إلى جماعة اجتماعية معينة وتأثير ذلك على سلوكه وتواصله.

- الهوية الرقمية (Digital Identity)

الصورة التي يبنها الفرد عن ذاته عبر الفضاء الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي.

- الصورة النمطية (Stereotype)

تعميمات ذهنية جاهزة حول فئة اجتماعية معينة تؤثر في الإدراك والتواصل معها.

- الرأي العام (Public Opinion)

مجموعة الاتجاهات والمواقف السائدة داخل المجتمع تجاه قضية معينة، ويتأثر بالإعلام والاتصال.

- التأثير الاجتماعي (Social Influence)

الطرق التي يؤثر بها الأفراد أو الجماعات في أفكار ومواقف وسلوك الآخرين.

- الضبط الاجتماعي (Social Control)

الآليات التي يستخدمها المجتمع لتوجيه سلوك الأفراد وفق القيم والمعايير السائدة، ويُعدّ الاتصال أحد أدواته.

- الإعلام (Media)

وسائل نقل المعلومات والأفكار إلى جمهور واسع، وله تأثير نفسي واجتماعي كبير على المتلقين.

- الإعلام الرقمي (Digital Media)

وسائل الاتصال المعتمدة على الإنترنت والتقنيات الرقمية مثل الشبكات الاجتماعية والمنصات الإلكترونية.

- الشهرة الرقمية (Digital Fame) السعي إلى الاعتراف والانتشار عبر الفضاء الرقمي، وله أبعاد نفسية تتعلق بتقدير الذات.
- النرجسية الرقمية (Digital Narcissism) تضخيم صورة الذات عبر وسائل التواصل الاجتماعي بحثاً عن الإعجاب والتقدير.
- التفاعل الافتراضي (Virtual Interaction) أنماط التواصل والعلاقات التي تتم عبر الوسائط الرقمية دون حضور جسدي مباشر.
- الإدمان على وسائل التواصل (Social Media Addiction) حالة نفسية تتمثل في الاستخدام المفرط القهري للمنصات الرقمية.
- التواصل الصحي (Health Communication) استخدام استراتيجيات الاتصال للتأثير في السلوكيات الصحية وتعزيز الوعي الوقائي.
- المسؤولية الاجتماعية للإعلام (Social Responsibility of Media) التزام وسائل الإعلام بأخلاقيات المهنة وحماية المجتمع من الآثار النفسية والاجتماعية السلبية للمضامين.
- الأخلاقيات الإعلامية (Media Ethics) مجموعة القيم والمعايير التي تضبط الممارسة الإعلامية وتحمي كرامة الإنسان.
- التمثيل الذاتي (Self-Representation) الطريقة التي يقدم بها الفرد نفسه للآخرين عبر التواصل المباشر أو الرقمي.
- الانتماء (Belonging) حاجة نفسية واجتماعية تدفع الفرد للارتباط بالجماعة والشعور بالقبول داخلها.

- التميّز (Differentiation)

سعي الفرد لإبراز خصوصيته واختلافه عن الآخرين في التواصل والهوية.

مقدمة الكتاب

مقدمة الكتاب

يشكّل الاتصال أحد أهم الظواهر الإنسانية والاجتماعية، إذ لا يمكن تصور الحياة الفردية أو الجماعية دون عمليات التفاعل وتبادل المعاني بين الأفراد والجماعات. فالإنسان كائن اجتماعي بطبعه، يتواصل ليعبر عن ذاته، ويؤكد وجوده، ويبني علاقاته، ويندمج في محيطه الاجتماعي والثقافي. غير أنّ عملية الاتصال لا تقتصر على مجرد نقل المعلومات، بل تتجاوز ذلك إلى أبعاد نفسية واجتماعية معقدة تتداخل فيها الإدراكات، الاتجاهات، القيم، التمثلات، والانتماءات.

من هذا المنطلق، يبرز علم النفس الاجتماعي كحقل علمي أساسي لفهم السلوك الإنساني في سياقه الاجتماعي، وتحليل الكيفية التي يتأثر بها الفرد بالآخرين ويؤثر فيهم من خلال التفاعل والاتصال. كما يوفر هذا العلم أدوات تفسيرية تساعد على فهم ديناميات التأثير، الإقناع، بناء الهوية، تشكّل الاتجاهات، والسلوك الجماعي، وهي جميعها قضايا محورية في مجال الاتصال والإعلام.

لقد عرف مجال الاتصال تحولات عميقة في العقود الأخيرة، خاصة مع بروز الإعلام الرقمي، الشبكات الاجتماعية، وثقافة الصورة والسرعة، مما أدى إلى إعادة تشكيل أنماط التفاعل الاجتماعي، وبناء الذات، والعلاقات الإنسانية. ولم يعد الاتصال مجرد عملية خطية بين مرسل ومستقبل، بل أصبح فضاءً مفتوحاً تتقاطع فيه الأبعاد النفسية، الاجتماعية، الثقافية، والتكنولوجية. الأمر الذي

يجعل من المقاربة النفسية الاجتماعية ضرورة علمية لفهم هذه التحولات وتحليل آثارها على الأفراد والجماعات.

وانطلاقاً من هذه الرؤية، يأتي هذا الكتاب الموسوم بـ "علم النفس الاجتماعي للاتصال" ليقدم لطلبة ماستر علم اجتماع الاتصال مدخلاً نظرياً وتطبيقياً يربط بين مفاهيم علم النفس الاجتماعي وإشكالات الاتصال المعاصر. ويهدف إلى تمكين الطالب من فهم الأسس النفسية والاجتماعية للظاهرة الاتصالية، وتحليل سلوك الفاعلين في العملية الاتصالية، واستيعاب تأثير الإعلام التقليدي والرقمي على تشكيل المواقف، الاتجاهات، والهويات.

وقد روعي في إعداد هذا الكتاب الطابع البيداغوجي والمنهجي، من خلال:

- تبسيط المفاهيم النظرية دون الإخلال بالدقة العلمية،
 - ربط الإطار النظري بالواقع الإعلامي والاجتماعي،
 - إدراج أمثلة تطبيقية من الحياة اليومية والبيئة الرقمية،
 - وتقديم أسئلة وتمارين تساعد على تنمية التفكير النقدي لدى الطلبة.
- كما تم تنظيم محتوى الكتاب وفق محاور تغطي مختلف القضايا الأساسية في علم النفس الاجتماعي للاتصال، بدءاً من مفاهيم الإدراك الاجتماعي والتنشئة والهوية، مروراً بالإقناع والتفاعل والسلوك الجماعي، وصولاً إلى قضايا الإعلام الرقمي، الشهرة، الصورة الذاتية، المسؤولية الاجتماعية للإعلام، وآفاق البحث المعاصر في هذا المجال.

ويطمح هذا العمل إلى أن يكون مرجعاً بيداغوجياً داعماً للمحاضرات الجامعية، وأداة مساعدة للطالب في بناء معارفه وفهمه النقدي للظاهرة الاتصالية، ومساهمة متواضعة في إثراء المكتبة الجامعية العربية في مجال علم النفس الاجتماعي للاتصال.

أهداف الكتاب

يهدف هذا الكتاب إلى تمكين طلبة ماستر علم اجتماع الاتصال من فهم وتحليل الظاهرة الاتصالية من منظور نفسي اجتماعي، من خلال الجمع بين الإطار النظري والتطبيقات العملية المرتبطة بواقع الإعلام والاتصال المعاصر. ويتوخى تحقيق مجموعة من الأهداف المعرفية والمنهجية والتطبيقية، يمكن تلخيصها فيما يلي:

أولاً: الأهداف المعرفية

1. تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية لعلم النفس الاجتماعي ذات الصلة بالاتصال.
2. توضيح طبيعة العلاقة التكاملية بين علم النفس الاجتماعي وعلوم الاتصال.
3. تمكين الطالب من فهم آليات الإدراك الاجتماعي، وتشكل الانطباعات، وبناء الصور الذهنية في التفاعل الاتصالي.
4. الإحاطة بنظريات الاتجاهات، الإقناع، والتأثير الاجتماعي في المجال الإعلامي.
5. التعرف على مفاهيم الهوية الاجتماعية، التنشئة، والانتماء، ودورها في بناء الذات عبر الاتصال.
6. فهم ديناميات التفاعل الاجتماعي والسلوك الجماعي في سياقات الاتصال المختلفة.
7. الإلمام بالقضايا النفسية والاجتماعية المرتبطة بالإعلام التقليدي والرقمي.

ثانياً: الأهداف المنهجية

1. تدريب الطالب على توظيف المقاربة النفسية الاجتماعية في تحليل الظواهر الاتصالية.
2. تنمية القدرة على الربط بين المفاهيم النظرية والوقائع الإعلامية والاجتماعية.
3. إكساب الطالب مهارات التحليل النقدي للخطاب الإعلامي والمضامين الاتصالية.
4. تعزيز التفكير العلمي في دراسة تأثير الإعلام على السلوك الفردي والجماعي.
5. تمكين الطالب من استخدام المفاهيم النفسية الاجتماعية في تفسير الممارسات الاتصالية اليومية.

ثالثاً: الأهداف التطبيقية

1. تمكين الطالب من تحليل سلوك المتلقين والمؤثرين في البيئة الاتصالية.
2. تقييم التأثيرات النفسية والاجتماعية للمضامين الإعلامية على مختلف الفئات الاجتماعية.
3. فهم آليات بناء الهوية الذاتية والرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
4. تحليل ظواهر الشهرة، السيلفي، النرجسية الرقمية من منظور نفسي اجتماعي.
5. إدراك دور الاتصال في تعزيز السلوكيات الإيجابية، خاصة في مجال التواصل الصحي.
6. تنمية الوعي بالمسؤولية الاجتماعية للإعلام وأخلاقيات الممارسة الاتصالية.

رابعاً: الأهداف التربوية والبيداغوجية

1. دعم الطالب في بناء شخصية نقدية واعية بقضايا الاتصال والمجتمع.
2. المساهمة في تنمية الحس الأخلاقي في التعامل مع الإعلام والاتصال.
3. تعزيز وعي الطلبة بأهمية البعد الإنساني في العملية الاتصالية.
4. إعداد الطالب للبحث العلمي في مجالات علم النفس الاجتماعي للاتصال.

أهمية دراسة علم النفس الاجتماعي للاتصال

تكتسي دراسة علم النفس الاجتماعي للاتصال أهمية بالغة في فهم الظاهرة الاتصالية باعتبارها سلوكاً إنسانياً واجتماعياً معقداً، لا يقتصر على نقل المعلومات فحسب، بل يتضمن أبعاداً نفسية، وجدانية، إدراكية، وثقافية تتداخل في تشكيل المعنى والتأثير. فالإنسان لا يتواصل بوصفه كائناً معزولاً، بل كفاعل اجتماعي تحكمه منظومة من القيم، الاتجاهات، التمثلات، والانتماءات التي تؤثر في طريقته في الإرسال والاستقبال والتفاعل.

وتنبع أهمية هذا المجال من كونه يوفر إطاراً تفسيرياً لفهم الكيفية التي تتشكل بها المواقف والاتجاهات عبر الاتصال، وكيف تؤثر الرسائل الإعلامية في إدراك الأفراد للواقع، وفي بناء الصور الذهنية، وفي توجيه السلوك الفردي والجماعي. فالإعلام، بمختلف وسائطه، لم يعد مجرد ناقل محايد للأحداث، بل أصبح فاعلاً اجتماعياً ونفسياً يسهم في تشكيل الرأي العام، وبناء الهوية، وإعادة إنتاج القيم والمعايير الاجتماعية.

كما تبرز أهمية علم النفس الاجتماعي للاتصال في تحليل ديناميات التأثير والإقناع داخل الفضاء الاتصالي، سواء في الإعلان، الدعاية، الخطاب السياسي، أو الحملات التوعوية. إذ تساعدنا المقاربة النفسية الاجتماعية على فهم آليات الاستمالة العاطفية، التأثير المعياري، الضغط الاجتماعي، والامتثال، وهي عناصر أساسية في تفسير استجابات الجمهور للمضامين الاتصالية.

ونتضاعف أهمية هذا الحقل في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، حيث أعادت الشبكات الاجتماعية، وثقافة الصورة، والتفاعل الافتراضي تشكيل أنماط التواصل والعلاقات الإنسانية. فقد أصبح الفرد يبني ذاته وهويته عبر المنصات الرقمية، ويسعى إلى الاعتراف الاجتماعي من خلال الإعجاب والمتابعة والمشاركة، ما يطرح إشكالات نفسية واجتماعية جديدة مثل النرجسية الرقمية، الإدمان، القلق الاجتماعي، وتضخيم الصورة الذاتية. وهنا يقدم علم النفس الاجتماعي للاتصال أدوات تحليلية لفهم هذه الظواهر واستيعاب انعكاساتها على الصحة النفسية والتماسك الاجتماعي.

ومن جهة أخرى، تسهم دراسة هذا المجال في تعزيز الوعي بأخلاقيات الاتصال والمسؤولية الاجتماعية للإعلام، من خلال إدراك الآثار النفسية العميقة للمضامين الإعلامية على الأطفال، المراهقين، والفئات الهشة. ففهم تأثير العنف الرمزي، الصور النمطية، وخطاب الكراهية، يمكن من تطوير ممارسات اتصالية أكثر إنسانية واحتراماً لكرامة الفرد.

كما تمثل دراسة علم النفس الاجتماعي للاتصال دعامة أساسية لتكوين الطالب في مجال علم اجتماع الاتصال، إذ تزوده بالقدرة على الربط بين البنية الاجتماعية والسلوك الفردي، وبين الرسالة الاتصالية والاستجابة النفسية، مما يعزز كفاءته التحليلية ويؤهله لفهم الواقع الاتصالي المعاصر في أبعاده المتعددة.

وعليه، فإن أهمية هذا التخصص لا تقتصر على الجانب المعرفي، بل تمتد إلى الجانب التربوي والتطبيقي، حيث يساهم في بناء شخصية نقدية واعية، قادرة على التمييز، التحليل، والمساءلة، ومحصنة نسبياً ضد التأثيرات السلبية للاتصال والإعلام.

منهجية عرض علم النفس الاجتماعي للاتصال

اعتمد هذا الكتاب في عرض مادة علم النفس الاجتماعي للاتصال على منهجية علمية بيداغوجية تراعي طبيعة التخصص، ومستوى الطلبة، وخصوصية التداخل المعرفي بين علم النفس الاجتماعي وعلوم الاتصال. وقد تم بناء المحتوى وفق مقاربة تكاملية تجمع بين التحليل النظري والتطبيق العملي، بهدف تمكين الطالب من الفهم العميق للظاهرة الاتصالية في أبعادها النفسية والاجتماعية.

أولاً: المقاربة التكاملية بين التخصصات

انطلقت منهجية العرض من مبدأ التكامل بين علم النفس الاجتماعي وعلم اجتماع الاتصال، باعتبار أن الظاهرة الاتصالية لا يمكن فهمها إلا في إطار تفاعل الفرد مع محيطه الاجتماعي. لذلك تم:

- الربط بين المفاهيم النفسية (الإدراك، الاتجاهات، الدوافع، الانفعالات)
- والمفاهيم الاجتماعية (التنشئة، الهوية، الجماعة، القيم، المعايير)
- وتطبيقها على قضايا الاتصال والإعلام التقليدي والرقمي.

ثانياً: الجمع بين النظري والتطبيقي

تم اعتماد أسلوب مزدوج يقوم على:

- العرض النظري: تقديم المفاهيم، التعاريف، والنظريات الأساسية بطريقة مبسطة ودقيقة علمياً.

• التطبيق العملي: ربط كل محور بأمثلة واقعية من الإعلام، الشبكات الاجتماعية، الحملات الاتصالية، الخطاب اليومي، قصد تقريب المفاهيم من واقع الطالب.

والهدف من ذلك هو تجاوز الطابع التجريدي للنظريات، وتحويلها إلى أدوات تحليلية لفهم الواقع الاتصالي.

ثالثاً: التدرج البيداغوجي في تقديم المحتوى

راعت منهجية العرض مبدأ التدرج من العام إلى الخاص ومن البسيط إلى المركب، حيث:

- يبدأ الكتاب بالمفاهيم الأساسية والمدخل النظري،
- ثم ينتقل إلى آليات الإدراك والتفاعل،
- فالاتجاهات والإقناع،
- فالهوية والسلوك الجماعي،
- وصولاً إلى قضايا الإعلام الرقمي والاتصال المعاصر.
- وهذا التدرج يساعد الطالب على بناء معارفه بشكل منطقي ومتسلسل.

رابعاً: المقاربة التحليلية النقدية

تم اعتماد مقاربة تحليلية نقدية في معالجة القضايا الاتصالية، لا تكتفي بالوصف، بل تسعى إلى:

- تفسير الظواهر
- تحليل أسبابها

- إبراز آثارها النفسية والاجتماعية
- ومناقشة انعكاساتها على الفرد والمجتمع.
- وذلك بهدف تنمية التفكير النقدي لدى الطالب وتعزيز قدرته على المساءلة العلمية

خامساً: البعد البيداغوجي في العرض

- حرصت المنهجية المعتمدة على إدماج عناصر بيداغوجية داعمة، مثل:
- تحديد أهداف كل فصل
- تلخيص النقاط الأساسية في خاتمة كل محور
- إدراج أسئلة للمناقشة
- اقتراح تمارين تطبيقية
- وتقديم مراجع مكّمة
- وذلك قصد تسهيل الاستيعاب، وتعزيز التفاعل داخل الدرس الجامعي.

سادساً: الانفتاح على الواقع المعاصر

- راعت منهجية العرض مواكبة التحولات الاتصالية الراهنة، خاصة:
- الإعلام الرقمي
- الشبكات الاجتماعية
- ثقافة الصورة
- الشهرة الافتراضية
- وبناء الهوية الرقمية

- وتمت معالجة هذه القضايا من منظور نفسي اجتماعي معاصر، ينسجم مع واقع الطلبة وتجربتهم اليومية في الفضاء الرقمي.
- سابعاً: اللغة والأسلوب
- اعتمد في هذا الكتاب أسلوب:
- واضح
- دقيق
- علمي مبسّط
- يوازن بين الصرامة الأكاديمية وإمكانية الاستيعاب البيداغوجي، بما يتناسب مع مستوى طلبة الماستر.

الفصل الأول

مدخل إلى علم النفس الاجتماعي للاتصال: التكامل والتقاطعات

تمهيد

المبحث الأول: تعريف علم النفس الاجتماعي

المبحث الثاني: تعريف الاتصال

المبحث الثالث: نقاط الالتقاء بين علم النفس الاجتماعي والاتصال

المبحث الرابع: أهمية المقاربة النفسية الاجتماعية في فهم الظاهرة

الاتصالية

المبحث الخامس: أسئلة تقويمية شاملة مع أجوبة نموذجية شاملة حول علم

النفس الاجتماعي - الاتصال - نقاط الالتقاء - أهمية المقاربة النفسية

الاجتماعية، بصيغة بيداغوجية مناسبة للطلبة

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل الأول

تمهيد:

يُعدّ الاتصال من أبرز المظاهر التي تميّز الإنسان عن غيره من الكائنات، فهو الوسيلة التي يعبر بها عن أفكاره، مشاعره، حاجاته، وقيمه، وهو الأداة التي يبني بها علاقاته ويندج من خلالها في محيطه الاجتماعي. غير أنّ عملية الاتصال لا يمكن اختزالها في مجرد تبادل للمعلومات أو الرسائل، بل هي سلوك اجتماعي ونفسي معقّد، تحكمه منظومة من الإدراكات، الاتجاهات، الانفعالات، والانتماءات الاجتماعية.

ومن هنا تبرز أهمية علم النفس الاجتماعي بوصفه علماً يدرس سلوك الفرد داخل الجماعة، ويحلّل الكيفية التي يتأثر بها بالآخرين ويؤثر فيهم. ويُعدّ الجمع بين علم النفس الاجتماعي وعلوم الاتصال ضرورة منهجية لفهم الظاهرة الاتصالية في أبعادها الإنسانية العميقة، حيث لا يمكن تحليل الرسائل الاتصالية بمعزل عن الفاعل الاجتماعي الذي ينتجها، ولا عن المتلقي الذي يفسرها ويتفاعل معها.

المبحث الأول: تعريف علم النفس الاجتماعي

يُعدّ علم النفس الاجتماعي (Social Psychology) أحد الفروع الأساسية في علم النفس، ويهتم بدراسة السلوك الإنساني كما يتجلى داخل السياق الاجتماعي، أي في إطار التفاعل مع الآخرين، وفي ظل القيم والمعايير والأدوار السائدة في المجتمع. فهو لا ينظر إلى الفرد ككيان معزول، بل ككائن اجتماعي يتأثر بالبيئة الاجتماعية ويؤثر فيها في الوقت نفسه.

وينطلق هذا العلم من مسألة جوهرية مفادها أن معظم أنماط السلوك الإنساني لا يمكن فهمها أو تفسيرها تفسيراً دقيقاً إلا من خلال دراسة العلاقات الاجتماعية التي يخرط فيها الفرد، سواء داخل الأسرة، أو المدرسة، أو جماعة الرفاق، أو مؤسسات المجتمع المختلفة. ومن ثمّ، فإن علم النفس الاجتماعي يسعى إلى الكشف عن القوانين والآليات النفسية التي تحكم التفاعل الاجتماعي، وكيفية تشكّل المواقف والاتجاهات، وبناء الصور الذهنية، واتخاذ القرارات في المواقف الاجتماعية.

وقد تنوّعت تعريفات علماء النفس الاجتماعي لهذا الحقل تبعاً لاختلاف منطلقاتهم النظرية، إلا أنها تتقاطع جميعاً في التركيز على البعد الاجتماعي للسلوك. فعرفه غوردون ألبورت بأنه: العلم الذي يحاول فهم وتفسير كيف تتأثر أفكار الأفراد، مشاعرهم، وسلوكياتهم بوجود الآخرين الفعلي أو المتخيل أو الضمني. بينما يرى آخرون أنه العلم الذي يدرس التفاعل المتبادل بين الفرد والجماعة، وكيف تؤثر الجماعة في الفرد، وكيف يسهم الفرد بدوره في تشكيل ديناميات الجماعة.

كما يُعرّف علم النفس الاجتماعي أيضاً بأنه العلم الذي يهتم بدراسة الظواهر النفسية كما تظهر في الحياة الاجتماعية، مثل: الامتثال، والتقليد، والطاعة، والقيادة، والصراع، والتعاون، والتنافس، والإقناع، والتأثير الاجتماعي. وهو بذلك لا يكتفي بوصف هذه الظواهر، بل يسعى إلى تفسيرها والتنبؤ بها والتحكم فيها، اعتماداً على مناهج علمية دقيقة.

ويتميّز هذا الحقل بكونه يجمع بين بعدين متكاملين:

- البعد النفسي: الذي يهتم بالدوافع، والانفعالات، والإدراك، والتفكير، والاتجاهات.

- البعد الاجتماعي: الذي يهتم بالقيم، والمعايير، والأدوار الاجتماعية، والجماعات، والمؤسسات.

ومن خلال هذا التداخل، يشكّل علم النفس الاجتماعي جسراً معرفياً بين علم النفس وعلم الاجتماع، إذ يستفيد من مفاهيم كلّ منهما ومناهجهما في تحليل الظواهر الاجتماعية ذات الطابع النفسي.

ويركّز علم النفس الاجتماعي على مجموعة من القضايا المحورية، من أهمها:

- الإدراك الاجتماعي: وكيفية تكوين الانطباعات عن الآخرين وإصدار الأحكام عليهم.

- الاتجاهات والمواقف: نشأتها، ووظائفها، وطرق تغييرها.

- التأثير الاجتماعي والإقناع: آلياتهما واستراتيجياتهما.

- التفاعل الاجتماعي: أشكاله وأنماطه داخل الجماعات.

- الهوية الاجتماعية والانتماء: ودورهما في بناء الذات.
 - السلوك الجماعي والحشود: وديناميات الجماعات الكبيرة.
 - العلاقات بين الجماعات: مثل التعصب، والصراع، والتعاون.
- ولا يقتصر اهتمام علم النفس الاجتماعي على الجانب النظري فحسب، بل يمتد إلى الجانب التطبيقي، حيث تُوظف مفاهيمه في مجالات متعددة مثل: التربية، والإعلام، والاتصال، والعلاقات العامة، والعمل الاجتماعي، والتنظيمات، والصحة النفسية، وحل النزاعات. وهذا ما يمنحه قيمة عملية كبيرة في فهم مشكلات الفرد داخل المجتمع والسعي إلى معالجتها.
- وعليه، يمكن القول إن علم النفس الاجتماعي هو علم دراسة الإنسان في علاقته بالآخرين، وفي تفاعله مع محيطه الاجتماعي، بما يحمله ذلك من أبعاد نفسية وثقافية وقيمية. وهو بذلك يشكل أساساً معرفياً ضرورياً لفهم سلوك الأفراد داخل الجماعات، وتحليل ظواهر الاتصال والتأثير المتبادل في الحياة الاجتماعية.

المبحث الثاني: تعريف الاتصال

يُعدّ الاتصال من أقدم وأهمّ الظواهر الإنسانية، إذ لا يمكن تصوّر وجود المجتمع أو استمرار العلاقات الاجتماعية دون وجود عملية تواصل بين الأفراد والجماعات. فالإنسان كائن اجتماعي بطبعه، ولا يحقق إنسانيته إلا من خلال التفاعل مع الآخرين، والاتصال هو الأداة الأساسية التي يتم بها هذا التفاعل. ومن ثمّ، فإن الاتصال ليس مجرد نشاط ثانوي في الحياة الاجتماعية، بل هو شرط وجود المجتمع واستمراره وتماسكه.

ويُعرّف الاتصال في أبسط معانيه بأنه عملية تبادل للمعاني بين طرفين أو أكثر، باستخدام رموز مشتركة، بهدف تحقيق الفهم والتأثير المتبادل. وهو عملية ديناميكية مستمرة تتطور بتطور العلاقات الإنسانية، وتتأثر بالسياق الثقافي والاجتماعي والنفسي الذي تتم فيه. لذلك، لا يمكن اختزال الاتصال في مجرد إرسال رسالة واستقبالها، بل هو تفاعل مرّكب يتداخل فيه النوايا، والتوقعات، والانفعالات، والخبرات السابقة.

وقد تعددت تعريفات الاتصال بتعدد الحقول المعرفية التي تناولته (علم النفس، علم الاجتماع، علوم الإعلام والاتصال، اللسانيات...) إلا أنها تتقاطع في عناصر أساسية. فهناك من يعرفه بأنه: عملية نقل المعلومات من مرسل إلى مستقبل عبر قناة معينة باستخدام رموز مشتركة. بينما يذهب آخرون إلى تعريفه بأنه: عملية تفاعل اجتماعي يتم من خلالها بناء المعاني وتفسيرها وتبادلها. وهذا

التعريف الأخير يبرز الطابع التفاعلي والبنائي للاتصال، ويؤكد أن المعنى لا يُنقل جاهزاً، بل يُبنى داخل التفاعل الاجتماعي.

ويُفهم الاتصال كذلك بوصفه عملية هادفة، أي أنه يتم لتحقيق غايات محددة، مثل: الإخبار، أو الإقناع، أو التأثير، أو التعبير عن الذات، أو بناء العلاقات. وهو لا يحدث في فراغ، بل في سياق اجتماعي وثقافي يحدد قواعده ومعايره وأساليبه المقبولة.

ويشمل الاتصال أشكالاً وأنماطاً متعددة، من أهمها:

- **الاتصال اللفظي:** ويشمل اللغة المنطوقة والمكتوبة، وهو أكثر أشكال الاتصال وضوحاً وانتشاراً.
- **الاتصال غير اللفظي:** مثل الإيماءات، وتعابير الوجه، ونبرة الصوت، ووضعية الجسد، والمسافة بين المتخاطبين، وهو يلعب دوراً أساسياً في نقل المشاعر والمواقف.
- **الاتصال المباشر (وجهاً لوجه):** حيث يحدث التفاعل في الزمن نفسه والمكان نفسه.
- **الاتصال الوسائطي:** عبر وسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة، التلفزيون، الصحافة) ووسائل الاتصال الحديثة (الإنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي).

ولا يقتصر الاتصال على المستوى الفردي فقط، بل يشمل مستويات

متعددة:

- الاتصال الشخصي: بين فردين.
 - الاتصال داخل الجماعة: داخل الأسرة، القسم، فريق العمل.
 - الاتصال التنظيمي: داخل المؤسسات.
 - الاتصال الجماهيري: عبر وسائل الإعلام.
 - الاتصال الثقافي والحضاري: بين المجتمعات والثقافات المختلفة.
- ولا تقتصر وظيفة الاتصال على نقل المعلومات أو تبادل الأخبار، بل يؤدي وظائف اجتماعية ونفسية عميقة، من بينها:
- بناء العلاقات الاجتماعية: وتدعيم الروابط بين الأفراد.
 - التعبير عن الهوية: الفردية والجماعية.
 - تنظيم الحياة الاجتماعية: عبر نقل القيم والمعايير والقواعد.
 - التأثير في الآخرين: وتوجيه سلوكهم.
 - الإقناع: وتغيير الاتجاهات والمواقف.
 - تشكيل الرأي العام: خاصة في المجتمعات الحديثة.
- ومن المنظور النفسي الاجتماعي، يُنظر إلى الاتصال بوصفه سلوكاً اجتماعياً ذا بعد نفسي، يتأثر بشخصية الفرد، ودوافعه، وحاجاته، ومعتقداته، وانفعالاته. فطريقة تواصل الفرد، وأسلوبه في التعبير، وقدرته على الإقناع، كلها تعكس بنيته النفسية وخبراته الاجتماعية. كما أن الاستجابة للرسائل الاتصالية تتأثر بالاتجاهات المسبقة، والصور الذهنية، والانتماءات الاجتماعية.

وعليه، فإن الاتصال ليس مجرد تقنية أو أداة محايدة، بل هو ممارسة اجتماعية وثقافية ونفسية في آن واحد. إنه عملية بناء للمعنى، وإنتاج للدلالة، وتشكيل للوعي، وإعادة إنتاج للقيم. ومن هنا نتضح العلاقة الوثيقة بين الاتصال وعلم النفس الاجتماعي، إذ يشكل الاتصال المجال التطبيقي الذي تتجلى فيه عمليات التأثير الاجتماعي، وتكوين الاتجاهات، وبناء الهوية، والتفاعل بين الفرد والجماعة. وبذلك يمكن القول إن الاتصال هو العمود الفقري للحياة الاجتماعية، والوسيط الأساسي الذي تنتقل عبره الأفكار، والمشاعر، والقيم، والثقافة، وهو في الوقت نفسه مجال خصب لدراسة السلوك الإنساني في بعده الاجتماعي والنفسي.

المبحث الثالث: نقاط الالتقاء بين علم النفس الاجتماعي والاتصال

تتجلى العلاقة بين علم النفس الاجتماعي والاتصال في كونهما يشتركان في الاهتمام بالإنسان داخل محيطه الاجتماعي، وفي دراسة السلوك الإنساني كما يظهر في سياق التفاعل مع الآخرين. فإذا كان علم النفس الاجتماعي يسعى إلى فهم العمليات النفسية والاجتماعية التي تحكم سلوك الفرد داخل الجماعة، فإن الاتصال يمثل المجال العملي الذي تتجسد فيه هذه العمليات وتُلاحظ بصورة مباشرة. وبذلك يمكن القول إن الاتصال هو الحقل التطبيقي الطبيعي لعلم النفس الاجتماعي، وأن علم النفس الاجتماعي يشكل الإطار النظري التفسيري للظواهر الاتصالية.

ولا يمكن دراسة الاتصال بمعزل عن العوامل النفسية والاجتماعية المؤثرة في الأفراد، كما لا يمكن فهم سلوك الأفراد داخل الجماعة دون تحليل أنماط التواصل التي تربط بينهم. ومن هنا تنشأ علاقة تكاملية بين المجالين، قوامها التفاعل، والتأثير المتبادل، وبناء المعنى.

ومن أبرز نقاط الالتقاء بين علم النفس الاجتماعي والاتصال ما يلي:

1. التفاعل الاجتماعي

يُعدّ التفاعل الاجتماعي محوراً أساسياً في علم النفس الاجتماعي، حيث يهتم هذا العلم بدراسة أنماط التفاعل بين الأفراد داخل الجماعة، وكيفية تشكّل العلاقات الاجتماعية، وأثرها في السلوك الفردي. وفي المقابل، يُعدّ الاتصال الوسيلة الأساسية التي يتحقق بها هذا التفاعل، إذ لا وجود لتفاعل اجتماعي دون تبادل رسائل ومعانٍ.

فالتحية، والحوار، والنقاش، والتفاوض، والصراع، والتعاون... كلها أشكال من التفاعل الاجتماعي التي لا يمكن أن تتم إلا عبر الاتصال. ومن ثمّ، فإن الاتصال هو الأداة، بينما التفاعل هو العملية، وكلاهما وجهان لظاهرة اجتماعية واحدة.

2. الإدراك الاجتماعي وتفسير الرسائل

يهتم علم النفس الاجتماعي بدراسة الإدراك الاجتماعي، أي الكيفية التي يدرك بها الأفراد الآخريين، ويكونون عندهم الانطباعات، ويفسّرون سلوكهم ونواياهم. وهذا الجانب يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالاتصال، لأن فهم الرسائل الاتصالية لا يتم بصورة موضوعية خالصة، بل يتأثر بالصور الذهنية، والتوقعات، والاتجاهات المسبقة.

فقد يستقبل شخصان الرسالة نفسها، لكن يفسّرها تفسيراً مختلفاً تبعاً لاختلاف خبراتهما الاجتماعية، ومعتقداتهما، وانتماءاتهما. وهذا ما يفسّر سوء الفهم، والتأويل الخاطئ، والصراعات الاتصالية. وهنا يظهر دور علم النفس الاجتماعي في تفسير كيفية بناء المعنى داخل العملية الاتصالية.

3. التأثير الاجتماعي والإقناع

يُعدّ التأثير الاجتماعي من الموضوعات المركزية في علم النفس الاجتماعي، حيث يدرس هذا العلم كيف يؤثر الأفراد في بعضهم البعض، وكيف تتشكل الاتجاهات، وكيف يحدث الامتثال والطاعة والتقليد. وفي المقابل، يهتم علم

الاتصال بدراسة الإقناع في مجالات متعددة مثل: الإعلام، الإعلان، العلاقات العامة، الدعاية، والخطاب السياسي.

فالإقناع في جوهره عملية نفسية اجتماعية، تعتمد على فهم دوافع الأفراد، وحاجاتهم، واتجاهاتهم، وقيمهم. ولذلك فإن نظريات التأثير الاجتماعي (مثل: الامتثال، التأثير المعيارى، التأثير المعلوماتى) تُعدّ أساساً نظرياً مهماً لفهم الاستراتيجيات الاتصالية الإقناعية.

4. الاتجاهات وتغيير المواقف

يركّز علم النفس الاجتماعي على دراسة الاتجاهات والمواقف: كيف تتكوّن، ولماذا تستقر، وكيف يمكن تغييرها. وفي المقابل، يُعدّ الاتصال الوسيلة الأساسية التي يتم من خلالها التأثير في الاتجاهات وتعديل المواقف، سواء عبر الحوار المباشر أو عبر وسائل الإعلام.

فالحملات الإعلامية، والخطابات السياسية، والبرامج التربوية، كلها تهدف إلى تغيير مواقف الأفراد واتجاهاتهم، وهو ما يجعل الاتصال أداة عملية لتطبيق نتائج بحوث علم النفس الاجتماعي.

5. الهوية الاجتماعية والانتماء

يبحث علم النفس الاجتماعي في مسألة الهوية الاجتماعية، أي كيف يعرف الفرد نفسه من خلال انتمائه إلى جماعة معينة (أسرة، قبيلة، حزب، أمة، مهنة...). بينما يهتم علم الاتصال بدراسة كيفية التعبير عن هذه الهوية وبناءها عبر الخطاب، والرموز، ووسائل الإعلام.

فاللغة، والشعارات، والرموز، والصور الإعلامية، كلها تسهم في بناء الهوية الفردية والجماعية. ومن خلال الاتصال، يعبر الأفراد عن انتماءاتهم، ويدافعون عنها، ويعيدون إنتاجها داخل الفضاء الاجتماعي.

6. السلوك الجماعي والحشود

يتناول علم النفس الاجتماعي ظواهر السلوك الجماعي، مثل: الحشود، والجمهير، وحالات الهلع الجماعي، والعنف الجماعي، والتظاهر، والتعبئة. وفي المقابل، يهتم علم الاتصال بدراسة دور الإعلام في تشكيل الرأي العام، وتعبئة الجماهير، وتوجيهها.

فوسائل الإعلام والخطاب الجماهيري يمكن أن توجج المشاعر، أو تهدئها، وأن تدفع الجماهير إلى الفعل أو الامتناع عنه. وهنا يظهر التكامل بين المجالين في تفسير ديناميات الجماعات الكبيرة.

7. العلاقات بين الجماعات

يهتم علم النفس الاجتماعي بدراسة العلاقات بين الجماعات، مثل: الصراع، والتعصب، والصورة النمطية، والتمييز. ويهتم علم الاتصال بكيفية تمثيل الجماعات في الإعلام، وبناء الصور الذهنية عنها، وتأثير الخطاب الإعلامي في تعزيز أو تقليص هذه الظواهر.

فالصورة الإعلامية لجماعة معينة قد تركز التحيز أو تساهم في تغييره، وهو ما يجعل الاتصال أداة فعالة في إدارة العلاقات بين الجماعات.

المبحث الرابع: أهمية المقاربة النفسية الاجتماعية في فهم الظاهرة الاتصالية
تكمّن أهمية المقاربة النفسية الاجتماعية في كونها تنقل دراسة الاتصال من مستوى تقني أو إجرائي شكلي إلى مستوى إنساني عميق، يجعل من الفرد محور العملية الاتصالية، لا مجرد متلقٍ سلبي للرسائل. فهي لا تكتفي بتحليل عناصر الاتصال (مرسل، رسالة، قناة، مستقبل)، بل تتجاوز ذلك إلى فهم ما يجري داخل الفرد والجماعة أثناء التفاعل الاتصالي، من دوافع، وانفعالات، وتمثلات، وتوقعات، وانتماءات.

فالمقاربة النفسية الاجتماعية تنطلق من مسألة أساسية مفادها أن الاتصال ليس مجرد تبادل معلومات، بل هو تفاعل نفسي اجتماعي يتم فيه بناء المعنى، وتشكيل المواقف، وتوجيه السلوك. ومن ثمّ، فإن فهم الظاهرة الاتصالية يقتضي تحليل العوامل النفسية والاجتماعية التي تتحكم في استقبال الرسائل وتفسيرها والاستجابة لها.

ومن خلال هذه المقاربة يمكن الإجابة عن تساؤلات جوهرية مثل:

- لماذا يتفاعل الأفراد مع بعض الرسائل دون غيرها؟
- كيف تتشكل المواقف والاتجاهات عبر الإعلام؟
- لماذا يؤثّر خطاب معين في فئة اجتماعية دون أخرى؟
- كيف تُبنى الصور النمطية عبر الاتصال؟
- كيف تتشكّل الهوية الفردية والجماعية عبر التفاعل الرمزي؟

وهي أسئلة لا يمكن الإجابة عنها من منظور تقني بحت، بل تتطلب العودة إلى مفاهيم علم النفس الاجتماعي.

1. فهم الدوافع النفسية وراء الاستجابة الاتصالية

تمكّن المقاربة النفسية الاجتماعية من تحليل الدوافع النفسية التي تقف وراء استجابة الأفراد للرسائل الاتصالية، مثل: الحاجة إلى الأمن، والانتماء، والتقدير، وتحقيق الذات. فالفرد لا يستجيب للرسائل اعتباطاً، بل وفقاً لما تشبعه من حاجات نفسية.

فعلى سبيل المثال، قد يجذب الفرد إلى خطاب معين لأنه يعزّز صورته عن ذاته، أو يمنحه شعوراً بالانتماء إلى جماعة، أو يلبي حاجة نفسية عميقة لديه. وهنا يتضح أن الاستجابة الاتصالية ليست عقلانية خالصة، بل تتداخل فيها الانفعالات والحاجات والدوافع.

2. تحليل الأبعاد الانفعالية للرسائل الاتصالية

تساعد المقاربة النفسية الاجتماعية على فهم البعد الانفعالي في الاتصال، أي كيف تثير الرسائل مشاعر الخوف، أو الأمل، أو الغضب، أو التعاطف، أو الفخر. فالرسائل الإعلامية والخطابات الجماهيرية لا تعتمد فقط على المنطق والحجج، بل توظف العاطفة بوصفها أداة تأثير قوية.

ومن خلال مفاهيم مثل: الاستثارة الانفعالية، والتقمّص الوجداني، والتأثير العاطفي، يمكن تفسير كيف ولماذا تنجح بعض الرسائل في تحريك الجماهير، بينما تفشل رسائل أخرى رغم قوتها المنطقية.

3. تفسير تشكّل الاتجاهات وتغيير المواقف عبر الاتصال

يركّز علم النفس الاجتماعي على دراسة الاتجاهات والمواقف: كيف تتكوّن، وكيف تستقر، وكيف يمكن تغييرها. والمقاربة النفسية الاجتماعية تتمكّن من فهم كيف يسهم الاتصال، خاصة الإعلام، في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية.

فالحملات الإعلامية، والإعلانات، والخطابات السياسية، كلها تستهدف تغيير مواقف الجمهور. ولا يمكن فهم نجاحها أو فشلها دون تحليل:

- الاتجاهات المسبقة،
- درجة التحيز،
- الانتماءات الاجتماعية،
- مستوى التقبّل النفسي للرسالة.

وهنا يظهر بوضوح دور علم النفس الاجتماعي في تفسير الفعل الاتصالي.

4. دور الجماعة والمعايير الاجتماعية في التلقي

تبرز المقاربة النفسية الاجتماعية أن الفرد لا يتلقّى الرسائل بصفته فرداً معزولاً، بل بوصفه عضواً في جماعة، يتأثر بمعاييرها وقيمها وتوقعاتها. فالجماعة تمارس ضغطاً صريحاً أو ضمنياً على الفرد في ما يقبله أو يرفضه من رسائل.

ومن خلال مفاهيم مثل: التأثير المعياري، الامتثال، الضغط الاجتماعي، يمكن فهم لماذا يتبنّى الأفراد آراءً لا يقدّرون بها داخلياً، ولماذا يخشون التعبير عن

مواقف مخالفة للجماعة. وهذا يفسّر كثيراً من سلوكيات التلقي في الفضاء العمومي والإعلامي.

5. تحليل التمثلات الاجتماعية وبناء المعنى

تُعدّ التمثلات الاجتماعية من المفاهيم المركزية في علم النفس الاجتماعي، وهي تشير إلى الصور الذهنية المشتركة التي يبنها الأفراد عن الواقع الاجتماعي. والمقاربة النفسية الاجتماعية تمكّن من تحليل كيف يسهم الاتصال في بناء هذه التمثلات، وإعادة إنتاجها، أو تغييرها.

فوسائل الإعلام لا تنقل الواقع كما هو، بل تبنيه رمزياً، من خلال اختيار الزوايا، والصور، والمصطلحات، والأطر التفسيرية. وهذا البناء الرمزي يؤثر في طريقة فهم الأفراد للواقع، وفي مواقفهم وسلوكهم.

6. بناء الصور النمطية عبر الاتصال

تساعد المقاربة النفسية الاجتماعية على فهم كيفية تشكّل الصور النمطية عن الجماعات والأفراد عبر الخطاب الإعلامي. فالتكرار، والتبسيط، والانتقاء، كلها آليات اتصالية تسهم في تكوين صور ذهنية قد تكون إيجابية أو سلبية.

ومن خلال مفاهيم مثل: التنميط، والتحيّز، والتصنيف الاجتماعي، يمكن تفسير كيف يساهم الاتصال في ترسيخ بعض الأحكام المسبقة، أو في تفكيكها.

7. الهوية والتفاعل الرمزي

تُبرز المقاربة النفسية الاجتماعية أن الهوية لا تُعطى جاهزة، بل تُبنى عبر التفاعل مع الآخرين، ومن خلال الرموز واللغة والخطاب. وهنا يتقاطع علم النفس

الاجتماعي مع نظرية التفاعل الرمزي، التي ترى أن الذات تتشكّل من خلال نظرة الآخر.

فالإنسان يعرف نفسه من خلال:

- ما يقوله الآخرون عنه،
 - كيف يُنظر إليه،
 - كيف يُمثّل في الخطاب الاجتماعي والإعلامي.
- ومن ثمّ، فإن الاتصال يلعب دوراً حاسماً في بناء الهوية الفردية والجماعية.

8. أهمية المقاربة النفسية الاجتماعية في سياق الإعلام الرقمي

تكتسي المقاربة النفسية الاجتماعية أهمية خاصة في عصر الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث أصبح الفرد:

- يبني ذاته عبر الصورة (الصورة الشخصية، العرض الذاتي)،
- يسعى إلى الاعتراف الاجتماعي عبر الإعجاب والمتابعة والتعليق،
- ويتأثر بشدّة بضغوط المقارنة الاجتماعية.

فهذه الظواهر لا يمكن فهمها دون العودة إلى مفاهيم علم النفس الاجتماعي مثل:

- تقدير الذات،
- الحاجة إلى الانتماء،
- الهوية الاجتماعية،
- المقارنة الاجتماعية،
- التأثير المعياري.

فعدد الإعجابات والمتابعين لم يعد مجرد رقم، بل أصبح مؤشراً نفسياً على القبول الاجتماعي والقيمة الذاتية.

المبحث الخامس: أسئلة تقويمية شاملة مع أجوبة نموذجية شاملة حول علم النفس الاجتماعي - الاتصال - نقاط الالتقاء - أهمية المقاربة النفسية الاجتماعية، بصيغة يداغوجية مناسبة للطلبة:

أولاً: أسئلة الفهم والاستيعاب

1. عرّف علم النفس الاجتماعي.

الإجابة النموذجية:

علم النفس الاجتماعي هو أحد فروع علم النفس الذي يهتم بدراسة السلوك الإنساني في سياقه الاجتماعي، أي كما يظهر داخل الجماعة وفي إطار التفاعل مع الآخرين. ويبحث في كيفية تشكّل الأفكار، والمشاعر، والاتجاهات، والسلوك نتيجة التأثير المتبادل بين الفرد ومحيطه الاجتماعي.

2. عرّف الاتصال من منظور نفسي اجتماعي.

الإجابة النموذجية:

الاتصال هو عملية تفاعل نفسي اجتماعي يتم من خلالها تبادل المعاني والأفكار والمشاعر بين الأفراد والجماعات باستخدام رموز مشتركة، بهدف الفهم والتأثير المتبادل وبناء العلاقات الاجتماعية.

3. لماذا يعدّ الاتصال عملية ديناميكية وليس حدثاً آلياً؟

الإجابة النموذجية:

لأن الاتصال عملية مستمرة ومتغيرة، تتأثر بالسياق الاجتماعي والثقافي والنفسي، وتتضمن تفاعلاً متبادلاً بين المرسل والمستقبل، ولا تقتصر على إرسال رسالة واستقبالها فقط.

ثانياً: أسئلة التحليل والفهم العميق

4. بين العلاقة بين علم النفس الاجتماعي والاتصال.

الإجابة النموذجية:

العلاقة بين علم النفس الاجتماعي والاتصال علاقة تكامل وتداخل؛ فالاتصال هو المجال التطبيقي الذي تتجلى فيه الظواهر النفسية الاجتماعية، بينما يوفر علم النفس الاجتماعي الإطار النظري لتفسير ما يحدث داخل العملية الاتصالية من تأثير، وإقناع، وتفاعل، وبناء للمعنى.

5. لماذا لا يمكن فهم الاتصال فهماً صحيحاً دون العودة إلى علم النفس

الاجتماعي؟

الإجابة النموذجية:

لأن الاتصال لا يتم في فراغ، بل يتأثر بالدوافع، والانفعالات، والاتجاهات، والانتماءات، والمعايير الاجتماعية. وهذه كلها موضوعات يدرسها علم النفس الاجتماعي، مما يجعل فهم العملية الاتصالية ناقصاً دون هذا البعد.

6. اشرح كيف يؤثر الإدراك الاجتماعي في فهم الرسائل الاتصالية.

الإجابة النموذجية:

الإدراك الاجتماعي يحدد كيفية تفسير الأفراد لسلوك الآخرين ورسائلهم. فالفرد لا يستقبل الرسالة بشكل محايد، بل يفسرها وفقاً لصورته الذهنية، وتوقعاته، وخبراته السابقة، وانتماءاته الاجتماعية.

ثالثاً: أسئلة المقارنة والربط

7. قارن بين الاتصال كعملية تقنية والاتصال كعملية نفسية اجتماعية.

الإجابة النموذجية:

- الاتصال كعملية تقنية يركّز على عناصر: مرسل، رسالة، قناة، مستقبل.
- أما الاتصال كعملية نفسية اجتماعية فيركّز على ما يجري داخل الفرد والجماعة من دوافع، وانفعالات، وتأثير اجتماعي، وبناء للمعنى.
- والثاني أعمق وأشمل لأنه يفسّر السلوك الاتصالي ولا يكتفي بوصفه.

8. ما الفرق بين التأثير الاجتماعي والإقناع في سياق الاتصال؟

الإجابة النموذجية:

التأثير الاجتماعي مفهوم أوسع يشمل كل أشكال التأثير المتبادل بين الأفراد داخل الجماعة، مثل الامتثال والطاعة والتقليد. أما الإقناع فهو شكل خاص من التأثير يهدف إلى تغيير الاتجاهات والمواقف عبر الرسائل الاتصالية.

رابعاً: أسئلة التطبيق والتفسير

9. كيف تفسّر المقاربة النفسية الاجتماعية انجذاب الأفراد لبعض الخطابات

الإعلامية دون غيرها؟

الإجابة النموذجية:

تفسّر ذلك من خلال الدوافع النفسية (الحاجة إلى الانتماء، التقدير، الأمن)، والاتجاهات المسبقة، والهوية الاجتماعية، والتأثير المعياري للجماعة.

10. كيف تُبنى الصور النمطية عبر الاتصال؟

الإجابة النموذجية:

تُبنى الصور النمطية عبر التكرار، والانتقاء، والتبسيط في الخطاب الإعلامي، مما يؤدي إلى تكوين صور ذهنية عامة عن جماعات معينة، قد تكون إيجابية أو سلبية.

11. فسر دور الإعلام في تشكيل الهوية الاجتماعية.

الإجابة النموذجية:

الإعلام يقدم نماذج وصوراً وقيماً تسهم في بناء تصوّر الفرد لذاته وانتمائه، ويعزز الإحساس بالانتماء للجماعة معينة من خلال الرموز والخطاب المشترك.

خامساً: أسئلة خاصة بالمبحث الرابع (أهمية المقاربة النفسية الاجتماعية)

12. لماذا تُعدّ المقاربة النفسية الاجتماعية أساسية في فهم الظاهرة الاتصالية؟

الإجابة النموذجية:

لأنها تمكّن من تفسير ما وراء الرسائل من دوافع، وما خلف الاستجابات من حاجات، وما تحت السلوك من انتماءات وتمثلات، ولا تكتفي بوصف العملية الاتصالية شكلياً.

13. اذكر ثلاثة مفاهيم من علم النفس الاجتماعي تساعد في فهم سلوك الأفراد في شبكات التواصل الاجتماعي.

الإجابة النموذجية:

- تقدير الذات
- الحاجة إلى الانتماء
- المقارنة الاجتماعية

(ويمكن أيضاً: الهوية الاجتماعية، التأثير المعياري)

14. كيف تفسّر المقاربة النفسية الاجتماعية السعي إلى الإعجابات والمتابعين؟

الإجابة النموذجية:

تفسّره بالحاجة إلى الاعتراف الاجتماعي، وتعزيز تقدير الذات، والشعور بالقبول والانتماء داخل الجماعة.

سادساً: أسئلة تركييبية شاملة

15. اكتب فقرة تبيّن فيها كيف يتكامل علم النفس الاجتماعي والاتصال في فهم السلوك الإنساني.
الإجابة النموذجية:

يتكامل علم النفس الاجتماعي والاتصال في فهم السلوك الإنساني من خلال اعتبار الاتصال المجال التطبيقي الذي تظهر فيه الظواهر النفسية الاجتماعية، بينما يقدم علم النفس الاجتماعي الأدوات النظرية لتفسير التأثير، والإقناع، والتفاعل، وبناء الهوية. فالفرد لا يتواصل بمعزل عن جماعته، ولا يستقبل الرسائل دون تأثير اتجاهاته وانتماءاته، مما يجعل الجمع بين المجالين ضرورياً لفهم الظاهرة الاتصالية فهماً عميقاً.

16. استخرج من الفصل سببين يبرران إدراج علم النفس الاجتماعي ضمن مادة علم اجتماع الاتصال.
الإجابة النموذجية:

1. لأن الظاهرة الاتصالية ذات بعد نفسي اجتماعي مركّب.
 2. لأن فهم التفاعل، والتأثير، والهوية، وتشكل الاتجاهات يتطلب العودة إلى مفاهيم علم النفس الاجتماعي.
- سابعاً: أسئلة صح / خطأ مع التعليل
17. الاتصال يقتصر على نقل المعلومات فقط. (خطأ)
- التعليل: لأن الاتصال يشمل بناء العلاقات، التعبير عن الهوية، التأثير، والإقناع.

18. الفرد يتلقى الرسائل الاتصالية بمعزل عن جماعته. (خطأ)

التعليق: لأن التلقي يتأثر بالمعايير الاجتماعية والانتماء للجماعة.

19. الهوية تُعطى جاهزة ولا تتأثر بالاتصال. (خطأ)

التعليق: لأن الهوية تُبنى عبر التفاعل الرمزي والخطاب الاجتماعي.

ثامناً: سؤال ختامي تقويمي

20. لماذا يمكن اعتبار علم النفس الاجتماعي للاتصال ضرورة منهجية وليس

ترفاً معرفياً؟

الإجابة النموذجية:

لأنه يمكن من فهم السلوك الاتصالي في عمقه النفسي والاجتماعي،
ويكشف آليات التأثير، وبناء المعنى، وتشكل الهوية، ويجعل تحليل الاتصال أكثر
واقعية وإنسانية.

خاتمة الفصل:

سعى هذا الفصل إلى تقديم مدخل نظري متكامل لفهم العلاقة بين علم النفس الاجتماعي والاتصال، من خلال تحديد المفاهيم الأساسية، وإبراز نقاط الالتقاء بين المجالين، وبيان أهمية المقاربة النفسية الاجتماعية في تحليل الظاهرة الاتصالية.

لقد تبين أن علم النفس الاجتماعي يهتم بدراسة السلوك الإنساني في سياقه الاجتماعي، أي كما يتشكل داخل الجماعة وفي إطار التفاعل مع الآخرين، بينما يُعدّ الاتصال العملية الأساسية التي يتم من خلالها هذا التفاعل وتبادل المعاني وبناء العلاقات. ومن ثمّ، فإن كلا المجالين يلتقيان في الاهتمام بالإنسان بوصفه كائناً اجتماعياً يتأثر بالآخرين ويؤثر فيهم.

كما أبرز الفصل أن العلاقة بين علم النفس الاجتماعي والاتصال هي علاقة تكامل وتداخل، لا علاقة فصل أو تجاور. فالاتصال يمثل المجال التطبيقي الذي تتجلى فيه الظواهر النفسية الاجتماعية، في حين يوفر علم النفس الاجتماعي الإطار النظري التفسيري لفهم ما يحدث داخل العملية الاتصالية من تأثير، وإقناع، وتفاعل، وبناء للمعنى، وتشكيل للاتجاهات والهوية.

وقد أظهر الفصل أن المقاربة النفسية الاجتماعية تمكّن من الانتقال بدراسة الاتصال من مستوى تقني شكلي إلى مستوى إنساني عميق، من خلال تحليل:

- الدوافع النفسية وراء الاستجابة للرسائل،
- الأبعاد الانفعالية للاتصال،

- تأثير الجماعة والمعايير الاجتماعية في التلقي،
 - دور التمثلات الاجتماعية والصور النمطية في تفسير الواقع،
 - وبناء الهوية عبر التفاعل الرمزي.
- كما تبين أن هذه المقاربة تكتسي أهمية متزايدة في سياق الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت الذات تُبنى عبر الصورة، ويُقاس القبول الاجتماعي عبر الإعجاب والمتابعة، وتشتدّ ضغوط المقارنة الاجتماعية، وهي كلها ظواهر لا يمكن فهمها دون الرجوع إلى مفاهيم علم النفس الاجتماعي. وعليه، يمكن القول إن هذا الفصل أسّس أرضية مفاهيمية ونظرية ضرورية لفهم علم النفس الاجتماعي للاتصال، وأبرز أن الظاهرة الاتصالية ليست مجرد تبادل رسائل، بل هي عملية نفسية اجتماعية مركّبة تتداخل فيها الذات والآخر، الفرد والجماعة، الدوافع والمعايير، والهوية والانتماء. وبذلك يمهد هذا المدخل للانتقال إلى دراسة القضايا والنظريات والتطبيقات العملية لعلم النفس الاجتماعي في مجال الاتصال في الفصول اللاحقة.

المراجع المستخدمة في الفصل الأول:

- راجح، أحمد عزت. أصول علم النفس الاجتماعي. دار النهضة العربية، القاهرة.
- إبراهيم، عبد الستار. علم النفس الاجتماعي. دار الفكر العربي، القاهرة.
- عبد الحميد، محمد. نظريات الإعلام والاتصال. عالم الكتب، القاهرة.
- مكوي، حسن عماد - السيد، ليلي حسين. الاتصال ونظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية.
- وطفة، علي أسعد. سوسيولوجيا الاتصال. دار الفكر، دمشق.
- ميد، جورج هربرت. العقل والذات والمجتمع. ترجمة عربية، دار المعرفة.
- غوفمان، إرفنغ. عرض الذات في الحياة اليومية. المنظمة العربية للترجمة.
- بورديو، بيير. عن التلفزيون. المركز الثقافي العربي.
- كاستلز، مانويل. مجتمع الشبكة. ترجمة عربية.

الفصل الثاني

عمليات الإدراك الاجتماعي وتشكيل

الانطباعات

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الإدراك الاجتماعي

المبحث الثاني: آليات الإدراك الاجتماعي وتفسير السلوك

المبحث الثالث: تشكيل الانطباعات والانطباع الأول

المبحث الرابع: الصور النمطية والتحيزات في الإدراك الاجتماعي

المبحث الخامس: الصور النمطية والتحيزات في الإدراك الاجتماعي

المبحث السادس: الإدراك الاجتماعي في المجال الاتصالي والإعلامي

المبحث السابع: أسئلة تقويمية وإجابات نموذجية

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل الثاني

تمهيد:

بعد أن تناولنا في الفصل الأول المدخل المفاهيمي للعلاقة بين علم النفس الاجتماعي والاتصال، وبيننا أهمية المقاربة النفسية الاجتماعية في فهم الظاهرة الاتصالية، ننتقل في هذا الفصل إلى أحد أهم المحاور المركزية في علم النفس الاجتماعي للاتصال، وهو الإدراك الاجتماعي وتشكيل الانطباعات.

فالتواصل بين الأفراد لا يتم في فراغ، ولا يقوم على نقل الرسائل فحسب، بل يمرّ عبر سلسلة من العمليات الذهنية والنفسية التي من خلالها يدرك الفرد الآخر، ويفسّر سلوكه، ويكوّن عنه صورة ذهنية قد تكون إيجابية أو سلبية. وهذه الصور والانطباعات تلعب دوراً حاسماً في توجيه التفاعل الاجتماعي، وتحديد طبيعة العلاقة، ومستوى القبول أو الرفض، والتقارب أو النفور.

ويُقصد بالإدراك الاجتماعي الكيفية التي يدرك بها الأفراد الأشخاص، والجماعات، والمواقف الاجتماعية، ويعطون لها معنى. وهو عملية نفسية مركّبة تتداخل فيها الخبرة السابقة، والتمثلات الاجتماعية، والصور النمطية، والتوقعات، والانفعالات. ومن ثمّ، فإن فهم الإدراك الاجتماعي يُعدّ مفتاحاً أساسياً لفهم سوء الفهم، والصراعات، والتحيزات، وكذلك التوافق والانسجام في العلاقات الإنسانية.

ويكتسي موضوع الإدراك الاجتماعي أهمية خاصة في مجال الاتصال، لأنّ الرسائل لا تُستقبل كما أُرسلت بالضرورة، بل كما أُدرّكت وفسّرت. فالفرد لا يتعامل مع الآخر كما هو، بل كما يتصوّره في ذهنه. وهنا نشكّل الانطباعات

الأولى، وتُبنى الصور النمطية، وتتركّس التحيزات، وقد تستمر هذه التمثلات لفترة طويلة وتؤثر في مسار العلاقة والتواصل.

كما أن وسائل الإعلام تلعب دوراً محورياً في تشكيل الإدراك الاجتماعي، من خلال تقديم صور معيّنة عن الأفراد والجماعات، وتكريس نماذج محددة للنجاح، أو الفشل، أو التفوق، أو التهميش. ومن هنا يصبح الإدراك الاجتماعي ليس مجرد عملية فردية داخلية، بل ظاهرة اجتماعية وثقافية تُبنى جماعياً عبر الخطاب والإعلام والتفاعل اليومي.

ويندرج هذا الفصل في إطار تعميق الفهم النفسي الاجتماعي للاتصال، من خلال التركيز على:

- مفهوم الإدراك الاجتماعي وآلياته،
- تشكّل الصور النمطية والتحيزات،
- دور الانطباع الأول في التواصل،
- وأمثلة تطبيقية من الإعلام والتواصل اليومي.
- وذلك بهدف تمكين الطالب من:
- فهم كيفية بناء الصور الذهنية عن الآخرين،
- إدراك تأثير هذه الصور في التواصل والعلاقات الاجتماعية،
- وتطوير وعي نقدي تجاه ما يُعرض عليه إعلامياً وما يبنيه ذهنياً عن الآخر.

وبذلك يشكّل هذا الفصل حلقة أساسية في الانتقال من المدخل النظري العام إلى التحليل النفسي الاجتماعي الدقيق للعمليات الداخلية التي تتحكم في السلوك الاتصالي.

المبحث الأول: مفهوم الإدراك الاجتماعي

يُعتبر الإدراك الاجتماعي أحد الركائز الأساسية في علم النفس الاجتماعي، إذ يمثل العملية النفسية التي يتم من خلالها فهم وتفسير سلوك الآخرين، نواياهم، مشاعرهم، وخصائصهم الشخصية داخل السياق الاجتماعي. وبمعنى آخر، فهو الآلية التي من خلالها يُكوّن الفرد صوراً ذهنية عن الآخرين، تُوجّه توقعاته وسلوكه في التفاعل الاجتماعي.

ولا يقتصر الإدراك الاجتماعي على مجرد الرؤية الحسية أو الملاحظة السطحية، بل يشمل عمليات عقلية معقّدة تشمل: الانتباه إلى العناصر المهمة في الموقف، التفسير والتأويل بناءً على السياق والخبرة السابقة، وتصنيف المعلومات الاجتماعية وفق أنماط محددة. كما تتداخل في هذه العملية عوامل معرفية (التحليل العقلي، الفهم) وانفعالية (المشاعر، التعاطف) واجتماعية (المعايير والقيم الثقافية).

خصائص الإدراك الاجتماعي

يمتاز الإدراك الاجتماعي بعدة خصائص أساسية تميّزه عن الإدراك الفردي أو الحسي البحت:

1. الانتقائية:

لا يمكن للفرد إدراك كل ما يحيط به في البيئة الاجتماعية؛ إذ يركّز على عناصر محددة ذات أهمية بالنسبة له، سواء كانت مرتبطة بالشخص الآخر أو بالموقف الاجتماعي.

2. الذاتية:

يتأثر الإدراك الاجتماعي بخبرة الفرد، وقيمه، واتجاهاته، ومعتقداته السابقة. فالشخص الذي يمتلك خبرات واسعة أو انتماءات ثقافية معينة قد يفسّر السلوك ذاته بطريقة مختلفة عن شخص آخر.

3. التأويلية:

الإدراك الاجتماعي لا يكتفي بوصف سلوك الآخرين، بل يسعى لتفسير دوافعهم وأسباب تصرفاتهم. فعلى سبيل المثال، قد يفسّر الشخص صمت الآخر في اجتماع ما على أنه تحفظ أو نجمل أو رفض، حسب خبراته ومعتقداته.

4. الاجتماعية:

تتأثر عملية الإدراك الاجتماعي بالقيم والمعايير الثقافية السائدة، والتمثلات الاجتماعية الموروثة، وما تفرضه الجماعة من أنماط مقبولة أو مرفوضة من السلوك. فالإدراك ليس عملية فردية منعزلة، بل متأثرة بالبيئة الاجتماعية.

أهمية الإدراك الاجتماعي في الاتصال

يُعدّ الإدراك الاجتماعي حجر الأساس في التفاعل الاتصالي، لأن فهم الرسالة لا يعتمد فقط على مضمونها، بل على كيفية إدراك المرسل والمتلقي لبعضهما البعض. فلا استجابة لأي رسالة اتصالية تُتوقف على الصور الذهنية التي يحملها الفرد عن المرسل، توقعاته، وانفعالاته، بالإضافة إلى السياق الاجتماعي والثقافي الذي يتم فيه الاتصال.

وهكذا، فإن الإدراك الاجتماعي يُمكن الفرد من:

- التنبؤ بسلوك الآخرين،
- تفسير دوافعهم ونواياهم،
- ضبط سلوكه في التفاعل،
- تقليل سوء الفهم والنزاعات المحتملة،
- وتسهيل التواصل الفعال والناجح.

المبحث الثاني: آليات الإدراك الاجتماعي وتفسير السلوك

يمثل الإدراك الاجتماعي عملية معقدة لا تتم تلقائياً، بل تعتمد على مجموعة من الآليات النفسية التي تساعد الفرد على تنظيم المعلومات الاجتماعية وفهمها، وتوجيه سلوكه وتفاعله مع الآخرين. هذه الآليات تعمل معاً لتوفير إطار لفهم السلوك البشري، سواء في التفاعلات اليومية أو في سياق الاتصال الإعلامي.

1. الانتباه الاجتماعي

الانتباه الاجتماعي هو القدرة على تركيز الانتباه على عناصر معينة في الموقف الاجتماعي أو الاتصالي مع تجاهل عناصر أخرى.

• يشمل الانتباه إلى: نبرة الصوت، تعابير الوجه، لغة الجسد، مضمون الرسالة، وسياق الموقف.

• يتأثر الانتباه بالحاجات والدوافع والاهتمامات الشخصية، فمثلاً الشخص القلق على تقييمه المهني يركز على تعليقات المدير أكثر من المحيط.

أهمية الانتباه الاجتماعي في الاتصال:

- يساعد على التقاط الرسائل المهمة وتجاهل المعلومات غير ذات الصلة.
- يسهم في تكوين الانطباعات الأولية عن الآخرين.
- يفسر لماذا يلتقط بعض الأفراد رسائل معينة ويتجاهلون أخرى.

2. الإسناد السببي (Attribution)

- الإسناد السببي هو العملية التي يقوم من خلالها الفرد بتفسير أسباب سلوك الآخرين، أي هل يعود السبب إلى عوامل داخلية (صفات شخصية، نوايا، قدرة) أم عوامل خارجية (ظروف، ضغوط، سياق الموقف).
- مثال: إذا تأخر زميل عن اجتماع، قد يفسره البعض كسلوك غير مسؤول (إسناد داخلي)، بينما يراه آخرون نتيجة ازدحام مروري أو ظرف طارئ (إسناد خارجي).
 - أنماط الإسناد تؤثر بشكل مباشر في: الحكم على الآخرين، الاستجابة للرسائل، وطبيعة التفاعل.

أهمية الإسناد في الاتصال:

- يحدد كيف يفسر الأفراد تصرفات الآخرين.
- يؤثر في أسلوب الحوار، سواء بالثقة أو الشك.
- يساعد في فهم المشكلات الاتصالية الناشئة عن سوء التفسير أو التحيز.

3. التوقعات الاجتماعية

- يحمل الأفراد توقعات مسبقة عن الآخرين بناءً على أدوارهم الاجتماعية أو موقعهم في المجتمع، مثل: أستاذ، إعلامي، سياسي، مؤثر.
- هذه التوقعات تعمل كمرشحات لتفسير السلوك، فالفرد يميل إلى تأكيد توقعاته تجاه الآخرين (ما يُعرف بـ "تأكيد التوقعات").

مثال: قد يُفسّر الطالب ملاحظة الأستاذ كتحفيز أو نقد، بناءً على صورته الذهنية عن دور الأستاذ.

أهمية التوقعات الاجتماعية في الاتصال:

- تحدد كيفية استقبال الرسائل وفهمها.
- تؤثر على مستوى الثقة والتقبل في التفاعل.
- تساهم في تكوين الانطباعات المبكرة عن الأشخاص والجماعات.

4. التمثلات الاجتماعية

التمثلات الاجتماعية هي الصور الذهنية المشتركة داخل الجماعة حول أشخاص أو قضايا أو فئات اجتماعية، وتؤثر بشكل كبير في تفسير السلوك وفهم الرسائل. مثال: الصور النمطية عن الصحفيين، السياسيين، أو المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، تحدد توقعات الجمهور وسلوكياتهم تجاههم.

- التمثلات الاجتماعية تُبنى تاريخياً وثقافياً، ويتم تداولها عبر الإعلام، التعليم، والممارسات اليومية.

أهمية التمثلات الاجتماعية في الاتصال:

- توجه الانتباه والانطباعات، فتؤثر على اختيار الرسائل المهمة أو تجاهلها.
- تفسر كيفية استقبال المعلومات وتفسيرها في سياق اجتماعي محدد.
- تساهم في تكوين الصور النمطية والتحيزات، وتؤثر على سلوك الجماعة والفرد.

المبحث الثالث: تشكيل الانطباعات والانطباع الأول

يُعد تشكيل الانطباعات من العمليات الأساسية في الإدراك الاجتماعي، إذ يقوم الفرد من خلاله ببناء صورة ذهنية عن الآخرين اعتماداً على المعلومات المتاحة، سواء كانت لفظية أو غير لفظية. وهذه العملية لا تقتصر على تفسير السلوك الحالي فحسب، بل تؤثر على التوقعات المستقبلية للفرد تجاه الآخرين وعلى نوعية التفاعل معهم.

1. الانطباع الأول

• يُعرف الانطباع الأول بأنه الصورة أو الحكم الأولي الذي يكوّنه الفرد عن شخص آخر أو عن رسالة ما، وغالباً ما يتكوّن بسرعة كبيرة، حتى قبل التحليل الواعي لكل المعلومات.

• يتميز الانطباع الأول بـ الثبات النسبي؛ فالأفراد يميلون إلى تثبيت الصورة الأولى التي تشكّلت لديهم، ويصعب تعديلها لاحقاً، حتى عند ظهور معلومات جديدة قد تتعارض معها.

مثال: عند مقابلة شخص لأول مرة، قد يكوّن الفرد انطباعاً عن صدقه أو كفاءته أو اهتمامه، وهذا الانطباع يؤثر لاحقاً على طريقة تفاعله معه.

أهمية الانطباع الأول في الاتصال:

- يوجّه طريقة فهم الرسائل واستقبالها،
- يؤثر على مستوى الثقة والانفتاح في التفاعل،

- يمكن من التنبؤ بسلوك الآخرين، ما يساعد على تنظيم التواصل بشكل أسرع وأكثر فاعلية.

2. تأثير الهالة (Halo Effect)

- تأثير الهالة هو ميل الفرد إلى تعميم صفة واحدة على باقي الصفات للشخص. مثال: قد يؤدي المظهر الجيد أو اللباقة إلى الحكم على الشخص بأنه ذكي، كفء، وموثوق، حتى بدون معرفة دقيقة بباقي الصفات. بالمقابل، صفة سلبية قد تظلل التقييم العام للفرد.

أهمية تأثير الهالة في الاتصال:

- يوضح كيف يمكن لصورة سطحية أو محدودة أن تُشكّل انطباعاتاً عاماً،
- يفسّر بعض الأخطاء في تقييم الآخرين أو استجابة الجمهور للخطاب الإعلامي،
- يُستخدم في الإعلام والإعلان لبناء صورة معينة عن الشخصيات العامة أو المنتجات.

3. ترتيب المعلومات

- تلعب المعلومات الأولى والأخيرة دوراً محورياً في تشكيل الانطباع، ويُعرف ذلك بـ:
- تأثير الأسبقية: (Primacy Effect) الميل لتثبيت الانطباعات المبكرة وتأثيرها الأكبر.
- تأثير الحداثة: (Recency Effect) الميل للتأثر بالمعلومات الأخيرة التي ترد قبل اتخاذ الحكم النهائي.

أمثلة في الاتصال والإعلام:

- عند متابعة خبر أو تقرير تلفزيوني، فإن الانطباع الأول عن شخصية سياسية قد يظل مؤثراً على رأي الجمهور، حتى لو جاءت معلومات لاحقة مضادة.
- في الإعلانات، تُقدّم الرسائل الأولى والأخيرة بعناية لتعظيم تأثير الانطباع.

4. التطبيق الإعلامي والاتصالي

تُستغل هذه الآليات في بناء صورة الشخصيات العامة، السياسيين، والمشاهير، حيث يُظهر الإعلام بعض الصفات أو الأحداث بشكل متكرر لتثبيت انطباعات معينة لدى الجمهور، سواء كانت إيجابية أو سلبية.

كما تُستخدم في التواصل اليومي لتسهيل التفاعل الاجتماعي من خلال قراءة الانطباعات الأولية واتخاذ القرار المناسب بسرعة.

المبحث الرابع: الصور النمطية والتحيزات في الإدراك الاجتماعي

1. الصور النمطية

يُعدّ الإدراك الاجتماعي عملية معقدة تتأثر بالخبرة، والقيم، والتمثيلات الجماعية، ويظهر في تفاعلاتنا اليومية ميلاً لتبسيط الواقع الاجتماعي. من أبرز مظاهر هذا التبسيط: الصور النمطية والتحيزات الإدراكية، التي تؤثر في فهمنا للآخرين وتوجيه سلوكنا تجاههم، سواء في التفاعل اليومي أو في التواصل الإعلامي.

2. الصور النمطية

الصورة النمطية هي تعميم ذهني مبسّط حول فئة اجتماعية معينة، يُنسب فيه للأفراد صفات موحدة دون اعتبار للفروق الفردية بينهم. أمثلة:

- اعتبار جميع السياسيين غير موثوقين،
- تصور أن جميع الرياضيين متفوقون بدنياً فقط،
- الحكم على فئة معينة بناءً على مظهرها أو جنسها أو عرقها.

تأثير الصور النمطية على الإدراك الاجتماعي والاتصال:

- طريقة الإدراك: تجعل الفرد يركّز على الصفات التي تؤكد الصورة النمطية، متجاهلاً الاستثناءات.
- أسلوب التواصل: يحدّد طريقة التفاعل مع أفراد الفئة وفق الصورة المسبقة.
- طبيعة الحكم على الآخرين: قد يؤدي إلى أحكام خاطئة أو متحيزة على الأشخاص، بما يؤثر على قراراتهم الاجتماعية والمهنية.

دور الإعلام:

- تلعب وسائل الإعلام دوراً محورياً في ترسيخ أو تفكيك الصور النمطية.
- ترسيخها: من خلال التمثيل المتكرر لبعض الفئات بشكل نمطي، مثل تصوير النساء دائماً في أدوار محددة أو تصوير مجموعات معينة بطريقة سلبية.
- تفكيكها: عبر تقديم نماذج متنوعة وغير نمطية، وعرض قصص استثنائية تعكس التنوع داخل الفئات.

2. التحيزات الإدراكية

- التحيز الإدراكي هو ميل لا واعي يجعل الفرد يدرك الواقع بطريقة غير موضوعية، متأثراً بمعتقداته وخبراته السابقة.

أمثلة على التحيزات الإدراكية:

1. تحيز التأكيد (Confirmation Bias) :

- ميل الفرد للبحث عن المعلومات التي تؤكد قناعاته السابقة وتجاهل المعلومات المخالفة.

- مثال: مشاهدة أخبار أو محتوى إعلامي يتفق مع رأي الشخص السياسي، وتجاهل المصادر المخالفة.

2. تحيز الجماعة (In-group Bias) :

- الميل لتفضيل جماعة الانتماء، وتقدير أفرادها أكثر من الآخرين.
- مثال: منح الثقة لأعضاء نفس النادي أو المؤسسة بشكل أكبر من الآخرين.

3. التمييز الثقافي:

- الحكم على الآخرين وفق القيم والمعايير الثقافية للفرد، دون الأخذ بالاعتبار اختلاف السياقات الثقافية.
- مثال: النظر إلى عادات غذائية أو لباس ثقافة أخرى على أنها "غريبة" أو "غير ملائمة".

أثر التحيزات على الاتصال:

- تؤثر في فهم الرسائل وتفسيرها، حيث يفسر الفرد المعلومة وفق قناعاته مسبقاً.
- تحدد الانطباع الأول وتؤثر في جودة التفاعل الاجتماعي.
- تلعب دوراً مهماً في الخطاب الإعلامي، سواء في التلاعب بالرأي العام أو توجيهه، أو في تعزيز مفاهيم التنميط الاجتماعي.

المبحث الخامس: الصور النمطية والتحيزات في الإدراك الاجتماعي

يُعدّ الإدراك الاجتماعي عملية معقدة تتأثر بالخبرة، والقيم، والتمثيلات الجماعية، ويظهر في تفاعلاتنا اليومية ميلاً لتبسيط الواقع الاجتماعي. من أبرز مظاهر هذا التبسيط: الصور النمطية والتحيزات الإدراكية، التي تؤثر في فهمنا للآخرين وتوجيه سلوكنا تجاههم، سواء في التفاعل اليومي أو في التواصل الإعلامي.

1. الصور النمطية

الصورة النمطية هي تعميم ذهني مبسّط حول فئة اجتماعية معينة، يُنسب فيه للأفراد صفات موحدة دون اعتبار للفروق الفردية بينهم.

أمثلة:

- اعتبار جميع السياسيين غير موثوقين،
- تصور أن جميع الرياضيين متفوقون بدنياً فقط،
- الحكم على فئة معينة بناءً على مظهرها أو جنسها أو عرقها.

تأثير الصور النمطية على الإدراك الاجتماعي والاتصال:

- طريقة الإدراك: تجعل الفرد يركّز على الصفات التي تؤكد الصورة النمطية، متجاهلاً الاستثناءات.
- أسلوب التواصل: يحدّد طريقة التفاعل مع أفراد الفئة وفق الصورة المسبقة.
- طبيعة الحكم على الآخرين: قد يؤدي إلى أحكام خاطئة أو متحيزة على الأشخاص، بما يؤثر على قراراتهم الاجتماعية والمهنية.

دور الإعلام:

- تلعب وسائل الإعلام دوراً محورياً في ترسيخ أو تفكيك الصور النمطية.
- ترسيخها: من خلال التمثيل المتكرر لبعض الفئات بشكل نمطي، مثل تصوير النساء دائماً في أدوار محددة أو تصوير مجموعات معينة بطريقة سلبية.
- تفكيكها: عبر تقديم نماذج متنوعة وغير نمطية، وعرض قصص استثنائية تعكس التنوع داخل الفئات.

2. التحيزات الإدراكية

التحيز الإدراكي هو ميل لا واعي يجعل الفرد يدرك الواقع بطريقة غير موضوعية، متأثراً بمعتقداته وخبراته السابقة.

أمثلة على التحيزات الإدراكية:

1. تحيز التأكيد (Confirmation Bias) :

- ميل الفرد للبحث عن المعلومات التي تؤكد قناعاته السابقة وتجاهل المعلومات المخالفة.

- مثال: مشاهدة أخبار أو محتوى إعلامي يتفق مع رأي الشخص السياسي، وتجاهل المصادر المخالفة.

2. تحيز الجماعة (In-group Bias) :

- الميل لتفضيل جماعة الانتماء، وتقدير أفرادها أكثر من الآخرين.
- مثال: منح الثقة لأعضاء نفس النادي أو المؤسسة بشكل أكبر من الآخرين.

3. التمييز الثقافي:

- الحكم على الآخرين وفق القيم والمعايير الثقافية للفرد، دون الأخذ بالاعتبار اختلاف السياقات الثقافية.
- مثال: النظر إلى عادات غذائية أو لباس ثقافة أخرى على أنها "غريبة" أو "غير ملائمة".

أثر التحيزات على الاتصال:

- تؤثر في فهم الرسائل وتفسيرها، حيث يفسر الفرد المعلومة وفق قناعاته مسبقاً.
- تحدد الانطباع الأول وتؤثر في جودة التفاعل الاجتماعي.
- تلعب دوراً مهماً في الخطاب الإعلامي، سواء في التلاعب بالرأي العام أو توجيهه، أو في تعزيز مفاهيم التنميط الاجتماعي.

المبحث السادس: الإدراك الاجتماعي في المجال الاتصالي والإعلامي
في مجال الاتصال، لا يتعامل المتلقي مع الرسالة بمعزل عن:

- صورة المرسل
- مصداقيته
- خلفيته الاجتماعية
- انتمائه الثقافي
- كما أن الرسائل الإعلامية نفسها تُصمَّم وفق تصورات مسبقة عن الجمهور المستهدف، مستندة إلى:
- خصائصه النفسية
- توقعاته
- قيمه
- حاجاته
- ومن هنا يتضح أن الإدراك الاجتماعي يؤثر في:
- اختيار الرسائل
- صياغتها
- استقبالها
- تأويلها
- والاستجابة لها

وفي الإعلام الرقي، تتضاعف أهمية الإدراك الاجتماعي بسبب:

- غياب التفاعل الوجهي المباشر
- الاعتماد على الصورة والرمز
- سرعة الحكم والانطباع

المبحث السابع: أسئلة تقويمية وإجابات نموذجية

السؤال الأول: تعريف وفهم المفاهيم

1. عرف الإدراك الاجتماعي وبيّن أهم خصائصه.

الإجابة النموذجية:

- الإدراك الاجتماعي هو العملية النفسية التي من خلالها يفهم الفرد سلوك الآخرين، نواياهم، مشاعرهم، وخصائصهم داخل السياق الاجتماعي.
- الخصائص:

1. انتقائي: التركيز على عناصر محددة من البيئة.
2. ذاتي: متأثر بخبرة الفرد وقيمه ومعتقداته.
3. تأويلي: يسعى لتفسير دوافع السلوك.
4. اجتماعي: يتأثر بالقيم والمعايير والثقافة.
5. ما المقصود بالانطباع الأول ولماذا يعد مهماً في التواصل؟

الإجابة النموذجية:

- الانطباع الأول هو الصورة أو الحكم الأولي الذي يشكّله الفرد عن شخص آخر أو رسالة ما.

- أهميته: يؤثر بسرعة على التفاعل، يميل الأفراد لتثبيت الصورة الأولى، ويصعب تعديلها لاحقاً، ما يوجّه سلوك التواصل والانتباه إلى الرسائل.

السؤال الثاني: آليات الإدراك الاجتماعي

1. يبيّن معنى الإسناد السببي مع مثال تطبيقي.

الإجابة النموذجية:

- الإسناد السببي: تفسير الفرد لأسباب سلوك الآخرين، هل هي داخلية (صفات شخصية) أم خارجية (ظروف).
- مثال: تأخر زميل عن المحاضرة، قد يُفسّر كشخص غير مسؤول (إسناد داخلي) أو نتيجة ازدحام مروري (إسناد خارجي).

2. ما هي التمثلات الاجتماعية؟ وكيف تؤثر في تفسير السلوك؟

الإجابة النموذجية:

- التمثلات الاجتماعية: صور ذهنية مشتركة داخل الجماعة حول أشخاص أو قضايا أو فئات.
- تأثيرها: توجه الانتباه، تبني الانطباعات، وتؤثر في تفسير السلوك وفق الصورة الجماعية وليس الفردية فقط.

السؤال الثالث: الصور النمطية والتحيزات

1. حددي الفرق بين الصورة النمطية والتحيز الإدراكي.

الإجابة النموذجية:

- الصورة النمطية: تعميم مبسّط عن فئة معينة ينسب صفات موحدة لأفرادها.

• التحيز الإدراكي: ميل لا واعي لتفسير الواقع بطريقة غير موضوعية بناءً على معتقدات الفرد أو جماعته.

2. أعطي مثالاً على تأثير التحيز الإدراكي في فهم رسالة إعلامية.
الإجابة النموذجية:

• إذا كان المشاهد متحيزاً سياسياً، قد يفسر تقريراً إخبارياً عن شخصية سياسية وفق رأيه المسبق، متجاهلاً المعلومات المخالفة.

السؤال الرابع: الانطباع الأول وتشكيل الانطباعات

1. ما تأثير ترتيب المعلومات (تأثير الأسبقية والحدائية) على الانطباع؟
الإجابة النموذجية:

• تأثير الأسبقية: الميل لتثبيت الانطباع بناءً على المعلومات الأولى.

• تأثير الحدائية: الميل لتأثر الانطباع بالمعلومات الأخيرة.

• كلاهما يؤثر في استمرارية الانطباع الأول وقرارات التواصل.

2. عرف تأثير الهالة واذكري مثالاً له.

الإجابة النموذجية:

• تأثير الهالة: (Halo Effect) تعميم صفة واحدة إيجابية أو سلبية على بقية صفات الشخص.

• مثال: المظهر الجيد لشخص يؤدي إلى الحكم بأنه ذكي وكفاء، حتى دون

معرفة دقيقة بباقي صفاته.

السؤال الخامس: تطبيقات إعلامية واتصالية

1. كيف تُستخدم الصور النمطية والانطباعات الأولية في الإعلام؟

الإجابة النموذجية:

• الإعلام يستخدم الانطباعات الأولية لتثبيت صورة عن شخصيات عامة أو مجموعات.

• يُكرر تمثيل صفات معينة لتعزيز الصور النمطية أو تفكيكها.

• مثال: تصوير السياسي على أنه قيادي أو فاسد بشكل متكرر يؤثر في رأي الجمهور.

2. لماذا تعتبر آليات الإدراك الاجتماعي مهمة لفهم التفاعل في شبكات

التواصل الاجتماعي؟

الإجابة النموذجية:

• لأنها تحدد كيفية تفسير الرسائل والمنشورات،

• تؤثر في الانطباعات عن الآخرين،

خاتمة الفصل:

يُعدّ الإدراك الاجتماعي حجر الأساس لفهم السلوك الإنساني داخل العملية الاتصالية، إذ يوفر الآليات النفسية والمعرفية التي تمكّن الفرد من تفسير الرسائل، تكوين الانطباعات، وبناء الأحكام على الآخرين. من خلال هذا الفصل، تبيّن أن عملية الإدراك الاجتماعي ليست عملية فردية بسيطة، بل تفاعل معقد بين الانتباه، الإسناد السببي، التوقعات، والتمثيلات الاجتماعية، إضافة إلى تأثير الصور النمطية والتحيزات الإدراكية على استقبال الرسائل وفهمها.

كما أظهر الفصل أهمية الانطباع الأول وتأثير الهالة وترتيب المعلومات في توجيه التفاعل الاجتماعي، مع توضيح كيف يمكن لهذه الآليات أن تُستثمر في الإعلام لبناء صورة الشخصيات العامة أو توجيه الرأي العام. وقد تبيّن كذلك أن الصور النمطية والتحيزات ليست مجرد مفاهيم نظرية، بل لها أثر ملموس في التحكم في تفسير الرسائل، تكوين الانطباعات، وضبط سلوك المتلقين. وبذلك، يمهّد هذا الفصل للانتقال إلى فصول لاحقة تتعلق بـ:

- الاتجاهات والمواقف،
- الإقناع والتأثير الاجتماعي،
- بناء الهوية الاجتماعية،

حيث تُعدّ جميعها امتدادات طبيعية لعمليات الإدراك الاجتماعي، وفهمها لا يمكن إلا عبر تحليل العمليات الإدراكية التي تتحكم في استقبال الرسائل وتفسيرها.

وفي المجمل، يُبرز هذا الفصل أن العملية الاتصالية الحقيقية تتطلب إدراكاً نفسياً واجتماعياً متعمقاً، لا يكتفي بنقل الرسائل، بل يسعى إلى تفسيرها، فهمها، واستثمارها في سياق التفاعل الاجتماعي والإعلامي.

المراجع المستخدمة في الفصل الثاني:

- راجح، أحمد عزت. أصول علم النفس الاجتماعي. دار النهضة العربية، القاهرة.
- إبراهيم، عبد الستار. علم النفس الاجتماعي. دار الفكر العربي، القاهرة.
- غوفان، إرفنغ. عرض الذات في الحياة اليومية. المنظمة العربية للترجمة.
- فينكل، سوزان. التحيزات والإدراك الاجتماعي. المركز الثقافي العربي.
- عبد الحميد، محمد. نظريات الإعلام والاتصال. عالم الكتب، القاهرة.

الفصل الثالث

المواقف والاتجاهات: الإقناع والتأثير

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم المواقف والاتجاهات

المبحث الثاني: تشكّل الاتجاهات وتغيّرها

المبحث الثالث: الإقناع - المفهوم والآليات

المبحث الرابع: نظريات الإقناع في علم النفس الاجتماعي

المبحث الخامس: التأثير الاجتماعي وأنواعه

المبحث السادس: دور الاتصال والإعلام في تغيير الاتجاهات

المبحث السابع: أسئلة تقويمية وإجابات نموذجية

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل الثالث

تمهيد:

يُعدّ موضوع المواقف والاتجاهات من الركائز الأساسية في علم النفس الاجتماعي للاتصال، لما له من دور محوري في تفسير السلوك الإنساني وفهم آليات الاستجابة للرسائل الاتصالية والإعلامية. فالإنسان لا يتلقى الرسائل بوصفه كياناً محايداً، بل يتفاعل معها انطلاقاً من منظومة من الاتجاهات والمعتقدات والقيم التي تشكّلت عبر التنشئة الاجتماعية، والخبرات الشخصية، والتأثيرات الثقافية.

وفي هذا السياق، يبرز الإقناع كعملية نفسية واتصالية معقّدة تهدف إلى إحداث تغيير أو تعزيز في اتجاهات الأفراد ومواقفهم، سواء في المجال السياسي، أو الاجتماعي، أو الثقافي، أو التجاري. وقد سعت النظريات النفسية والاتصالية إلى تفسير كيف ولماذا يتأثر الأفراد بالرسائل، ومن أبرزها نظريات هوفلاند، ونماذج الإقناع المعرفي، ونظرية المسار المزدوج، التي تبيّن اختلاف طرق المعالجة العقلية للمعلومات بين المعالجة العميقة السطحية.

ويحتل الإعلام موقعاً مركزياً في هذه العملية، إذ لا يقتصر دوره على نقل المعلومات، بل يتجاوز ذلك إلى تشكيل الرأي العام، وبناء الصور الذهنية، وتوجيه الاتجاهات الفردية والجماعية. فوسائل الإعلام، من خلال اختيار القضايا، وصياغة الرسائل، واستخدام الأساليب الرمزية والانفعالية، تمارس تأثيراً مباشراً وغير مباشر على مواقف المتلقين.

ويهدف هذا الفصل إلى دراسة مفهوم الاتجاهات والمواقف، وتحليل أهم نظريات الإقناع، وبيان دور الإعلام في تغيير الاتجاهات، مع تقديم تطبيقات

عملية على مجالي الإعلان والدعاية، باعتبارهما من أكثر المجالات توظيفاً لتقنيات التأثير والإقناع في الحياة اليومية.

المبحث الأول: مفهوم المواقف والاتجاهات

يُعدّ مفهوم الاتجاهات والمواقف من المفاهيم المركزية في علم النفس الاجتماعي، لما له من دور أساسي في تفسير السلوك الإنساني وفهم كيفية استجابة الأفراد للمثيرات الاجتماعية والرسائل الاتصالية. فالإنسان لا يتفاعل مع الواقع كما هو، بل كما يدركه ويفسره من خلال منظومة اتجاهاته وقيمه ومعتقداته. ومن هنا تبرز أهمية دراسة الاتجاهات باعتبارها الإطار النفسي الذي يوجّه التفكير والشعور والسلوك.

أولاً: تعريف الاتجاهات

يُعرّف الاتجاه بأنه استعداد نفسي مكتسب، نسبيّ الثبات، يوجّه استجابات الفرد نحو موضوع أو شخص أو قضية معينة، إيجاباً أو سلباً. ويُعدّ هذا الاستعداد نتاجاً للتنشئة الاجتماعية، والخبرة الشخصية، والتفاعل مع الجماعات المرجعية ووسائل الإعلام. ولا يمكن ملاحظة الاتجاهات بشكل مباشر، لأنها حالة داخلية نفسية، وإنما يُستدل عليها من خلال السلوك الظاهر، والتعبيرات اللفظية، والمواقف الانفعالية، وأنماط التفاعل الاجتماعي.

فالطالب الذي يشارك بحماس في النقاش، أو المواطن الذي يدافع عن فكرة معينة، أو المستهلك الذي يفضل علامة تجارية دون غيرها، إنما يعبر في سلوكه عن اتجاهات داخلية تشكّلت عبر الزمن. وبذلك، فالأتجاه يمثل حلقة وصل بين الإدراك والسلوك، وهو ما يمنحه أهمية كبيرة في دراسة الاتصال والإقناع.

وتتميّز الاتجاهات بعدة خصائص أساسية:

1. مكتسبة وليست فطرية

فالفرد لا يولد باتجاهات جاهزة، بل يكتسبها عبر الأسرة، المدرسة، الأصدقاء، الثقافة السائدة، ووسائل الإعلام. فالاتجاه نحو الوطن، أو الدين، أو العمل، أو المرأة، أو السلطة... كلها تتشكل اجتماعياً.

2. تتمتع بدرجة من الثبات النسبي

فالآ اتجاهات ليست سريعة التغير، لكنها في الوقت نفسه ليست جامدة. إذ يمكن تعديلها أو تغييرها تحت تأثير الخبرة الجديدة، أو الصدمات، أو الحملات الإعلامية، أو الحوار والإقناع.

3. توجه السلوك والتفاعل الاجتماعي

فالإنسان يميل إلى التصرف بطريقة منسجمة مع اتجاهاته. فإذا كان اتجاهه إيجابياً نحو التعليم، فإنه يسعى للتعلم، وإذا كان اتجاهه سلبياً نحو فئة اجتماعية، فإنه يتجنبها أو يعادياها.

4. مرتبطة بالقيم والمعتقدات

فالآ اتجاهات لا تنشأ في فراغ، بل تتغذى من منظومة القيم الدينية، والثقافية، والأخلاقية، والإيديولوجية التي يتبناها الفرد والمجتمع.

ثانياً: مكونات الاتجاهات

يتكوّن الاتجاه من ثلاثة مكونات أساسية متداخلة ومتكاملة، تشكّل في مجموعها البناء النفسي للاتجاه، وهي: المكوّن المعرفي، المكوّن الوجداني، والمكوّن السلوكي.

1. المكوّن المعرفي (Cognitive Component)

ويتعلّق بما يحمله الفرد من معلومات، وأفكار، ومعتقدات، وتصورات حول موضوع الاتجاه. أي ما يعرفه أو يعتقد أنه يعرفه عن القضية أو الشخص أو الظاهرة.

فمثلاً:

- ما يعرفه الفرد عن التدخين (أضراره، مخاطره، نتائجه الصحية)
 - ما يعتقد أنه حول التعليم عن بُعد
 - ما يسمعه عن قضية اجتماعية أو سياسية
- ويُعدّ هذا المكوّن أساساً مهماً في عملية الإقناع، لأن تغيير المعرفة أو تصحيح المعلومة قد يؤدي إلى تعديل الاتجاه.

2. المكوّن الوجداني (Affective Component)

ويتعلّق بالمشاعر والانفعالات التي يكتنّها الفرد تجاه موضوع الاتجاه، مثل: الحب، الكره، الإعجاب، النفور، التعاطف، الغضب، الخوف... وهذا المكوّن هو الأكثر ارتباطاً بالاستجابة العاطفية، وغالباً ما يكون أقوى من المكوّن المعرفي في توجيه السلوك.

فقد يعرف الشخص أن التدخين مضر (معرفياً)، لكنه يشعر بالمتعة أو الارتياح عند التدخين (وجدانياً)، فيستمر في السلوك. وهذا يبيّن أن المشاعر قد تغلب أحياناً على المعرفة.

ولهذا تعتمد الإعلانات والدعاية بكثرة على هذا المكوّن، من خلال إثارة العاطفة، والخوف، والأمل، والانتفاء، والحنين...

3. المكوّن السلوكي (Behavioral Component)

ويتعلق بالاستعداد أو النزعة إلى التصرف بطريقة معيّنة تجاه موضوع الاتجاه. أي كيف يميل الفرد إلى أن يتصرّف بناءً على ما يعرفه ويشعر به. مثل:

- الميل إلى المشاركة في حملة تطوعية
- مقاطعة منتج معين
- التصويت لحزب سياسي
- الدفاع عن فكرة في النقاش

ويُعدّ هذا المكوّن المظهر الخارجي للاتجاه، لأنه يظهر في السلوك العملي.

ثالثاً: تكامل مكونات الاتجاه

لا تعمل هذه المكونات الثلاثة بشكل منفصل، بل في حالة تفاعل وتكامل. فالمعلومة تولّد شعوراً، والشعور يدفع إلى سلوك، والسلوك بدوره قد يعزّز المعتقد أو يغيّره. ومن هنا فإن أي محاولة للإقناع أو التأثير لا بد أن تراعي هذه الأبعاد الثلاثة:

- ماذا يعرف المتلقي؟
- ماذا يشعر؟
- وكيف سيتصرف؟

وبذلك يمكن القول إن الاتجاه يمثل بناءً نفسياً مركباً، يشكّل الأساس الذي تُبنى عليه المواقف، وتُفسّر من خلاله الاستجابات للرسائل الإعلامية والاتصالية، وهو ما يجعل دراسته ضرورية لفهم عمليات التأثير والإقناع في الإعلام والإعلان والدعاية.

المبحث الثاني: تشكّل الاتجاهات وتغيّرها

تمثّل الاتجاهات نتاجاً لتفاعل معقّد بين الفرد وبيئته الاجتماعية والثقافية، فهي لا تولد مع الإنسان، ولا تتشكّل عشوائياً، بل تتكون تدريجياً عبر مسار التنشئة الاجتماعية والتجارب الحياتية والتفاعلات الاتصالية. كما أنها ليست ثابتة بصورة مطلقة، بل تخضع للتعديل والتغيير وفقاً للظروف والمؤثرات المختلفة. ويكتسي هذا المبحث أهمية خاصة في علم النفس الاجتماعي للاتصال، لأنه يفسّر كيف تُبنى الاتجاهات، وكيف يمكن للإعلام والاتصال التأثير فيها وتغييرها.

أولاً: مصادر تشكّل الاتجاهات

تشكّل الاتجاهات من خلال مجموعة من المصادر الاجتماعية والنفسية التي تساهم مجتمعة في بناء منظومة المواقف لدى الفرد. ومن أهم هذه المصادر:

1. الأسرة

تعدّ الأسرة أول وأهم إطار لتشكّل الاتجاهات، فهي البيئة الأولى التي يتفاعل فيها الطفل، ومنها يكتسب القيم الأساسية، والمعايير السلوكية، وأنماط التفكير، والمواقف تجاه الذات والآخرين.

فالأتجاه نحو الدين، الوطن، السلطة، العمل، المرأة، الآخر المختلف... غالباً ما تكون جذوره الأولى أسرية. وتنتقل هذه الاتجاهات عبر التقليد، والتلقين، والملاحظة، والتعزيز، والعقاب.

فالطفل الذي ينشأ في أسرة تقدر الحوار، يميل إلى تبني اتجاهات إيجابية نحو التعبير والتواصل، في حين أن الطفل الذي ينشأ في بيئة سلطوية قد يطور اتجاهات سلبية نحو النقاش أو الاختلاف.

2. المدرسة والمؤسسة التربوية

تلعب المدرسة دوراً مكماً للأسرة في تشكيل الاتجاهات، من خلال:

- المناهج الدراسية
- أساليب التدريس
- العلاقة مع المعلم
- التفاعل مع الزملاء

فالمدرسة لا تنقل المعرفة فقط، بل تساهم في غرس اتجاهات مثل: الانضباط، التعاون، المواطنة، احترام القانون، قيمة العمل، قبول الآخر. كما أن المناخ المدرسي الديمقراطي أو السلطوي ينعكس مباشرة على اتجاهات التلاميذ. ومن هنا تظهر أهمية التربية على القيم والاتجاهات الإيجابية داخل المنظومة التعليمية.

3. الجماعة والرفاق

تؤدي الجماعات الاجتماعية، خاصة جماعة الأقران، دوراً بالغ التأثير في تشكيل الاتجاهات، لا سيما في مرحلتى المراهقة والشباب. فالفرد يميل إلى الامتثال لمعايير الجماعة، وتبني مواقفها، وخشية الرفض أو رغبة في القبول والانتماء. وقد يتخلى الفرد عن بعض اتجاهاته الشخصية ليتماشى مع اتجاهات الجماعة، سواء في اللباس، أو السلوك، أو الأفكار، أو المواقف السياسية والاجتماعية. ويُعرف هذا التأثير في علم النفس الاجتماعي بتأثير الامتثال والضغط الجماعي.

4. وسائل الإعلام

يُعدّ الإعلام في العصر الحديث من أقوى وأوسع مصادر تشكيل الاتجاهات، نظراً:

- لانتشاره الواسع
- لتكرار رسائله
- لتنوّع وسائطه (تلفزيون، إذاعة، صحافة، إنترنت، شبكات اجتماعية)
- لقوته الرمزية والتأثيرية

فوسائل الإعلام لا تكفي بعرض الوقائع، بل تقوم بـ:

- انتقاء القضايا
- ترتيب الأولويات
- تأطير الأحداث
- تقديم نماذج وقدوات
- بناء صور ذهنية

وبذلك تسهم في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو السياسة، القضايا الاجتماعية، المرأة، الأسرة، الاستهلاك، النجاح، الجمال، العنف، وغيرها. وقد تركز اتجاهات إيجابية أو سلبية حسب مضمون الرسالة وأسلوب تقديمها. ولهذا يُقال إن الإعلام اليوم أصبح "مؤسسة تنشئة اجتماعية موازية للأسرة والمدرسة".

5. الخبرة الشخصية والتجربة الفردية

تلعب التجارب الشخصية دوراً مهماً في تشكيل الاتجاهات، فقد يغيّر الفرد اتجاهه نتيجة:

- تجربة نجاح أو فشل
- موقف مؤلم أو صادم
- علاقة إيجابية أو سلبية
- احتكاك مباشر بقضية معينة

فالشخص الذي يتعرض لظلم قد يكون اتجاهاً سلبياً نحو العدالة أو السلطة، والذي ينجح في مشروع قد يطور اتجاهاً إيجابياً نحو العمل والمبادرة. والخبرة المباشرة غالباً ما تكون أقوى أثراً من المعلومات النظرية أو الرسائل الإعلامية.

ثانياً: قابلية الاتجاهات للتغير

رغم أن الاتجاهات تتمتع بدرجة من الثبات النسبي، إلا أنها ليست جامدة أو مغلقة، بل قابلة للتعديل والتغيير تحت تأثير عوامل متعددة. ويُعدّ فهم قابلية الاتجاهات للتغير أساساً لفهم الإقناع والتأثير الإعلامي.

ومن أهم العوامل المؤدية إلى تغيير الاتجاهات:

1. الإقناع

الإقناع هو عملية اتصالية تهدف إلى تغيير أو تعزيز اتجاهات ومعتقدات وسلوكيات الأفراد عبر تقديم الحجج، والمعلومات، والاستمالات العاطفية. ويُستخدم في:

- الإعلام
- الإعلان.

المبحث الثالث: الإقناع - المفهوم والآليات

يُعدّ الإقناع من المفاهيم المحورية في علم النفس الاجتماعي للاتصال، لأنه يمثل الآلية الأساسية التي يتم من خلالها التأثير في المواقف والاتجاهات والسلوكيات. فلا يمكن فهم الإعلان، أو الدعاية، أو الخطاب السياسي، أو الحملات التوعوية، دون الإحاطة بمفهوم الإقناع وآلياته النفسية والاجتماعية. ويتميّز الإقناع بكونه عملية تفاعلية معقّدة، تتداخل فيها الأبعاد المعرفية والانفعالية والاجتماعية، ويخضع فيها المتلقي لتأثيرات متعددة، قد يكون واعياً بها أو غير واعٍ.

أولاً: مفهوم الإقناع

يُعرّف الإقناع بأنه عملية اتصالية تهدف إلى التأثير في مواقف واتجاهات وسلوكيات الآخرين، عبر تقديم رسائل مدروسة تعتمد على الحجج العقلية، والاستمالات العاطفية، أو المكانة الاجتماعية للمرسل. وهو لا يقوم على الإكراه أو القسر، بل على التأثير النفسي والاجتماعي الذي يقود المتلقي إلى القبول والاقتران والتبني الطوعي للفكرة أو الموقف.

وبذلك يختلف الإقناع عن:

• الإكراه: الذي يعتمد على التهديد والعقاب

• الإكراه: الذي يسلب حرية الاختيار

• التلاعب: الذي يخفي النوايا ويستغل الجهل

فالإقناع - في صورته المثالية - يقوم على الحوار، وتقديم المبررات، وبناء الثقة، واستمالة العقل والعاطفة معاً.

ويعتمد الإقناع أساساً على ثلاثة مركّبات نفسية:

1. القبول

أي استعداد المتلقي للاستماع والانفتاح على الرسالة وعدم رفضها مسبقاً. فالإنسان لا يقتنع برسالة يرفض مصدرها أو محتواها من البداية.

2. الاقتناع

وهو المرحلة التي يشعر فيها المتلقي بأن الرسالة منطقية، أو مقبولة، أو منسجمة مع حاجاته وقيمه، فيبدأ بتغيير موقفه الداخلي.

3. التفاعل

ويقصد به مشاركة المتلقي ذهنياً أو سلوكياً مع مضمون الرسالة، سواء عبر النقاش، أو التجربة، أو تبني السلوك المقترح.

ومن هنا فإن الإقناع ليس فعلاً أحادي الاتجاه، بل عملية ديناميكية تقوم على التفاعل بين المرسل والمتلقي داخل سياق اجتماعي وثقافي محدد.

ثانياً: عناصر عملية الإقناع

تتكوّن عملية الإقناع من أربعة عناصر رئيسية متداخلة: المرسل، الرسالة، المتلقي، السياق. ويؤدي كل عنصر دوراً حاسماً في نجاح أو فشل العملية الإقناعية.

1. المرسل (المصدر)

يمثّل المرسل نقطة الانطلاق في العملية الإقناعية، وتكمن أهميته في الصورة التي يحملها عنه المتلقي. فليست كل رسالة مقنعة لمجرد محتواها، بل لأن مصدرها يُنظر إليه على أنه جدير بالثقة أو الإعجاب.

ومن أهم خصائص المرسل المؤثرة في الإقناع:

• المصداقية:

أي مدى صدق المرسل وأمانته في نظر المتلقي. فالأشخاص يميلون إلى تصديق من يرونه صادقاً، نزيهاً، غير متحيز.

• الخبرة والكفاءة:

فالمختص في الطب يُقنع في القضايا الصحية أكثر من غيره، والأستاذ يُقنع في القضايا العلمية أكثر من الشخص العادي.

• الجاذبية:

وتشمل الشكل، الأسلوب، اللباقة، القبول الاجتماعي. فالشخص الجذاب غالباً ما يكون أكثر تأثيراً.

• المكانة الاجتماعية:

فالمرسل ذو المكانة (زعيم، عالم، فنان مشهور...) يمتلك سلطة رمزية تؤثر في المتلقي.

ولهذا تعتمد الإعلانات كثيراً على المشاهير، ويعتمد الخطاب السياسي على القيادات، ويعتمد الإعلام على الخبراء.

2. الرسالة

تمثل الرسالة مضمون الإقناع، وهي الأداة التي تنتقل عبرها الأفكار والقيم والمعاني. وتؤثر الرسالة في الإقناع من خلال:

• المحتوى:

هل هو منطقي؟ واقعي؟ مناسب لحاجات المتلقي؟

• تنظيم الأفكار:

هل يبدأ بالمقدمة ثم الحجج ثم الخاتمة؟ هل يسرد المشكلات ثم الحلول؟

• أسلوب العرض:

هل هو مباشر أم غير مباشر؟ هل يستخدم السرد، أو المثال، أو القصة، أو

الصورة، أو الإحصاء؟

• الاستمالات المستخدمة:

عقلية (منطق، أرقام، براهين)

أو عاطفية (خوف، أمل، حب، انتماء، شفقة)

فالرسالة الجيدة هي التي تراعي مستوى المتلقي، وتوازن بين العقل والعاطفة، وتُعرض بأسلوب جذاب ومفهوم.

3. المتلقي

المتلقي ليس عنصراً سلبياً، بل طرفاً فاعلاً في العملية الإقناعية، يحمل اتجاهات سابقة، وتجارب، وقيماً، وحاجات تؤثر في طريقة استقباله للرسالة.

ومن أهم خصائص المتلقي المؤثرة في الإقناع:

• اتجاهاته السابقة:

فالمتفق مع الرسالة يقبلها بسهولة، والمعارض قد يرفضها أو يقاومها.

- حاجاته ودوافعه:
- فالرسالة التي تليّ حاجة يشعر بها المتلقي تكون أكثر تأثيراً.
- مستوى الوعي والتعليم:
- فالمتعلم قد يتأثر بالحجج المنطقية، بينما قد يتأثر غيره بالصور والعاطفة.
- الخبرة والتجربة:
- فالتجارب السابقة تشكّل إطاراً لتفسير الرسالة.
- ولهذا فإن الإقناع الناجح يبدأ دائماً بـ معرفة الجمهور.

4. السياق

- السياق هو الإطار الذي تتم فيه عملية الإقناع، ويشمل:
- السياق الاجتماعي: طبيعة المجتمع، العلاقات، التقاليد
 - السياق الثقافي: القيم، اللغة، الرموز
 - السياق الزمني: وقت الأزمات أو الاستقرار
 - السياق النفسي: الحالة الانفعالية للمتلقي
 - فالرسالة التي تُقنع في سياق معين قد تفشل في سياق آخر. نخطاب التضحية مثلاً يكون مؤثراً في زمن الحرب أكثر منه في زمن السلم.

المبحث الرابع: نظريات الإقناع في علم النفس الاجتماعي

سعت دراسات علم النفس الاجتماعي إلى تفسير الكيفية التي يتأثر بها الأفراد بالرسائل الاتصالية، وكيف تتغير اتجاهاتهم ومواقفهم تحت تأثير الإقناع. وقد نتج عن ذلك ظهور عدد من النماذج والنظريات التي حاولت تحليل عملية الإقناع من زوايا مختلفة، مع التركيز على عناصر العملية الاتصالية، وطرق المعالجة العقلية، والدوافع النفسية. ويُعدّ كل من نموذج هوفلاند، ونموذج المسار المزدوج، ونظرية التنافر المعرفي من أبرز هذه النظريات وأكثرها توظيفاً في دراسة الإعلام والإعلان والدعاية.

أولاً: نموذج هوفلاند (Hovland Model)

يُعدّ كارل هوفلاند من أوائل الباحثين الذين أسسوا لدراسة الإقناع بطريقة علمية تجريبية، خاصة من خلال أبحاثه في جامعة ييل حول تأثير الدعاية أثناء الحرب العالمية الثانية. ويركز نموذج هوفلاند على أن الإقناع هو نتيجة تفاعل ثلاثة عناصر رئيسية: المرسل - الرسالة - المتلقي.

1. المرسل (Source)

يرى هوفلاند أن خصائص المرسل تلعب دوراً حاسماً في مدى قبول الرسالة، ومن أهمها:

- المصداقية: كلما كان المرسل موثقاً وصادقاً في نظر المتلقي، زادت قوة الإقناع.
- الخبرة: المتخصص يُقنع أكثر من غير المتخصص.

- الجاذبية: المرسل الجذاب أو المحبوب اجتماعياً يكون أكثر تأثيراً.
- ولهذا نجد أن الإعلانات تستعين بالمشاهير، وأن الحملات الصحية تعتمد على الأطباء، وأن الخطاب السياسي يستند إلى القادة والرموز.
- 2. الرسالة (Message)

يؤكد هوفلاند أن طريقة بناء الرسالة تؤثر في الإقناع، من حيث:

- ترتيب الحجج
- قوة الأدلة
- استخدام الاستمالات العقلية أو العاطفية
- عرض وجهة نظر واحدة أو وجهتي نظر
- فالرسالة الواضحة، المنظمة، المدعّمة بالحجج، تكون أكثر إقناعاً من الرسالة الغامضة أو المبعثرة.

3. المتلقي (Audience)

لا يقلّ المتلقي أهمية عن المرسل والرسالة، إذ تتوقف فعالية الإقناع على:

- مستوى ذكائه وتعليمه
- اتجاهاته السابقة
- درجة اهتمامه بالموضوع
- حاجاته ودوافعه
- فالمتلقي المتحمّس للموضوع يعالج الرسالة بعمق، بينما المتلقي اللامبالي قد يكتفي بالانطباع العام.

خلاصة نموذج هوفلاندا:

يرى أن الإقناع عملية اتصالية تعتمد على التوازن بين مصدر موثوق، ورسالة جيدة البناء، وجمهور مهياً للاستقبال.

ثانياً: نموذج المسار المزدوج للإقناع (ELM – Elaboration Likelihood Model)

يُعدّ نموذج المسار المزدوج، الذي طوّره بيتي وكاتشوبو، من أهم النماذج الحديثة في تفسير الإقناع، ويقوم على فكرة أن الأفراد لا يعالجون الرسائل بالطريقة نفسها دائماً، بل عبر مسارين مختلفين حسب درجة اهتمامهم وقدرتهم على التفكير.

1. المسار المركزي (Central Route)

ويعتمد على:

- التفكير العميق
- التحليل المنطقي
- فحص الحجج والأدلة

ويحدث هذا المسار عندما يكون المتلقي:

- مهتماً بالموضوع
- قادراً على الفهم والتحليل
- متفرغاً ذهنياً

وفي هذا المسار، يتأثر الفرد بمحتوى الرسالة ذاته، ويكون التغيير في الاتجاهات أكثر ثباتاً واستقراراً.

مثال: طالب يقرأ دراسة علمية حول أهمية البحث العلمي ويقتنع بالحجج والأدلة.

2. المسار المحيطي (Peripheral Route)

ويعتمد على:

- الإشارات السطحية
- الجاذبية الشكلية
- الشهرة
- التكرار
- الموسيقى
- الصور

ويحدث عندما يكون المتلقي:

- غير مهتم كثيراً بالموضوع
- أو غير قادر على التحليل العميق
- فيتأثر بالشكل أكثر من المضمون، مثل:
- الإعجاب بالمعلن
- أو الانجذاب للموسيقى
- أو الثقة في المشهور

وفي هذا المسار يكون التغيير غالباً سطحيًا ومؤقتًا.

مثال: شراء منتج فقط لأن إعلانه جذاب أو لأن شخصية مشهورة تروج له.

أهمية هذا النموذج في الإعلام والإعلان:

يُستخدم بكثرة في تحليل الإعلانات والحملات الإعلامية، حيث:

- الإعلانات التجارية تعتمد غالباً على المسار المحيطي
- الحملات التوعوية الجادة تميل إلى المسار المركزي

ثالثاً: نظرية التنافر المعرفي (Festinger)

قدّم ليون فستنغر نظرية التنافر المعرفي لتفسير ما يحدث داخل الفرد عندما تتعارض:

- معتقداته
- اتجاهاته
- سلوكياته

وتفترض هذه النظرية أن الإنسان يسعى دائماً إلى الانسجام الداخلي، وعندما يحدث تناقض (تنافر) بين ما يؤمن به وما يفعله، يشعر بعدم الراحة النفسية، فيسعى إلى تقليل هذا التنافر.

أشكال التنافر المعرفي:

- شخص يؤمن بأهمية الصحة لكنه يدخن.
 - طالب يعتقد بقيمة الاجتهاد لكنه لا يدرس.
 - فرد يرى نفسه أخلاقياً لكنه يكذب.
- هذا التناقض يولّد توتراً داخلياً، فيحاول الفرد التخلص منه عبر:

1. تغيير السلوك

(الإقلاع عن التدخين مثلاً)

2. تغيير الاتجاه أو المعتقد

(إقناع النفس بأن التدخين ليس خطيراً)

3. تبرير السلوك

(الجميع يدخن، الحياة قصيرة ...)

أهمية هذه النظرية في الإقناع:

تُستخدم هذه النظرية في:

- الحملات الصحية
- التوعية الاجتماعية
- الدعاية السياسية
- حيث يُبرز الخطاب التناقض بين:
- ما يؤمن به الفرد
- وما يمارسه فعلياً
- لدفعه إلى تغيير سلوكه أو موقفه.

مثال:

حملة تقول: "تحب أبنائك؟ إذن لا تقم السيارة بسرعة"

فتربط بين قيمة الحب وسلوك القيادة.

خامساً: أهمية نظريات الإقناع في دراسة الإعلام والاتصال

تُبرز هذه النظريات أن الإقناع:

- ليس عملية عشوائية

- ولا يعتمد على عامل واحد
 - بل هو نتيجة تفاعل معقد بين الرسالة، والمتلقي، والسياق، والعمليات النفسية الداخلية.
 - وهي نتيحة للباحث والطالب:
 - فهم كيف تؤثر الإعلانات
 - لماذا تنجح بعض الحملات وتفشل أخرى
 - كيف تُبنى الدعاية السياسية
 - وكيف يمكن توجيه الرأي العام
- وبذلك تشكّل نظريات الإقناع أساساً علمياً لفهم التأثير الإعلامي، وتمهّد لتحليل التطبيقات العملية في الإعلان والدعاية والحملات الاتصالية.

المبحث الخامس: التأثير الاجتماعي وأنواعه

يُعدّ التأثير الاجتماعي من المفاهيم الأساسية في علم النفس الاجتماعي، إذ يفسّر الكيفية التي يتغيّر بها تفكير الأفراد، ومواقفهم، وسلوكهم نتيجة تفاعلهم مع الآخرين، سواء كان هذا التفاعل مباشراً (وجهاً لوجه) أو غير مباشر عبر وسائل الإعلام والاتصال. فالإنسان كائن اجتماعي بطبعه، يتأثر بالجماعة، ويسعى إلى القبول والانتماء، ويستجيب للسلطة، ويتعلّم من النماذج المحيطة به. ومن هنا فإن التأثير الاجتماعي يشكّل إحدى الركائز الكبرى لعمليات الإقناع والتوجيه والتنشئة.

ويُعرّف التأثير الاجتماعي بأنه:

العملية التي يتم من خلالها تغيير أفكار الأفراد، أو مواقفهم، أو سلوكياتهم، نتيجة التفاعل مع الآخرين أو الخضوع لضغوطهم الصريحة أو الضمنية. ولا يحدث هذا التأثير دائماً بشكل واعٍ، بل قد يتم بطريقة غير مباشرة أو لاشعورية، خاصة في السياقات الإعلامية. ومن أبرز أنماط التأثير الاجتماعي التي درسها علم النفس الاجتماعي: الامتثال، الطاعة، التقليد.

أولاً: الامتثال (Conformity)

1. تعريف الامتثال

الامتثال هو ميل الفرد إلى مجاراة الجماعة في آرائها أو سلوكياتها، حتى وإن كانت مخالفة لقناعاته الشخصية، وذلك تجنباً للرفض الاجتماعي أو رغبة في القبول والانتماء.

فالإنسان بطبيعته يخشى العزلة، ويسعى إلى الاعتراف الاجتماعي، لذلك يميل إلى التكيف مع معايير الجماعة، خاصة عندما تكون الجماعة مهمة بالنسبة له.

2. دوافع الامتثال

من أهم دوافع الامتثال:

- الخوف من الرفض أو السخرية.
- الرغبة في القبول والانتماء.
- الاعتقاد بأن الجماعة على حق.
- ضعف الثقة بالنفس.
- غموض الموقف.

وقد بينت تجارب علم النفس الاجتماعي (مثل تجارب آش) أن الفرد قد يغيّر رأيه الواضح ليتماشى مع رأي الجماعة، حتى وهو يعلم بخطئه.

3. الامتثال في الإعلام

يظهر الامتثال في المجال الإعلامي من خلال:

- الانسياق وراء المؤضة الرائجة

- تبني الآراء السائدة في مواقع التواصل
- مشاركة محتوى فقط لأنه منتشر
- تقليد أنماط اللباس والكلام والسلوك المعروضة في المسلسلات والبرامج
- وتعتمد كثير من الإعلانات على فكرة: "الجميع يستخدم هذا المنتج" لإحداث الامتثال.

ثانياً: الطاعة (Obedience)

1. تعريف الطاعة

الطاعة هي استجابة الفرد لأوامر أو توجيهات تصدر عن شخص يتمتع بسلطة أو مكانة أعلى، سواء كانت هذه السلطة رسمية (رئيس، معلم، شرطي، مسؤول) أو رمزية (زعيم، شيخ، طبيب، خبير). وفي الطاعة، لا يكون الدافع الأساسي هو القبول الاجتماعي، بل الخضوع للسلطة والشرعية.

2. خصائص الطاعة

تتميز الطاعة بعدة خصائص:

- تعتمد على الهرمية والسلطة
- تكون أقوى عندما تكون السلطة واضحة ومشروعة
- تزداد في المجتمعات التي تقدّر الانضباط والطاعة
- قد تدفع الفرد إلى سلوكيات لا يوافق عليها أخلاقياً

وقد أظهرت تجارب ميلغرام الشهيرة أن الأفراد قد يطيعون أوامر السلطة حتى عندما تتعارض مع ضمائرهم.

3. الطاعة في الإعلام والاتصال

تظهر الطاعة في المجال الإعلامي من خلال:

- الاستجابة لتعليمات السلطات عبر الإعلام (حظر، تلقیح، إجراءات صحية)
- التأثير بآراء الخبراء والمحللين
- الانصياع لخطاب القادة والزعماء
- تصديق ما يصدر عن المؤسسات الرسمية
- وتستثمر الحملات الاتصالية هذا النمط عبر:
- استخدام الزي الرسمي
- إبراز الصفة المهنية (طبيب، قاضٍ، أستاذ...)
- التأكيد على المرجعية القانونية أو الدينية

ثالثاً: التقليد (Imitation)

1. تعريف التقليد

التقليد هو ميل الفرد إلى محاكاة سلوك الآخرين، خاصة الشخصيات التي يعتبرها نموذجاً أو قدوة. وهو آلية أساسية في التعلم الاجتماعي، حيث يتعلم الإنسان عبر الملاحظة أكثر مما يتعلم عبر التلقين. ويكون التقليد أقوى عندما يكون النموذج:

- محبوباً

• ناجحاً

• مشهوراً

• قريباً من الفئة العمرية أو الاجتماعية للفرد

2. التقليد كآلية تعلم اجتماعي

يرتبط التقليد بنظرية التعلم الاجتماعي (باندورا)، التي تؤكد أن:

• الأفراد يتعلمون من خلال الملاحظة

• يقلّدون السلوكيات التي يرونها مجزية

• يتجنبون السلوكيات التي يرونها معاقبة

ومن هنا فإن النماذج المعروضة في الإعلام تكتسب قوة تأثير كبيرة.

3. التقليد في الإعلام المعاصر

يظهر التقليد بوضوح في:

• تقليد المشاهير في اللباس والمظهر

• تقليد المؤثرين في أسلوب الحياة

• تقليد الشخصيات الدرامية في الكلام والسلوك

• تقليد "الترندات" والتحديات في مواقع التواصل

وقد يتحول التقليد من سلوك بسيط إلى نمط حياة كامل، خاصة لدى الأطفال

والمراهقين.

رابعاً: التأثير الاجتماعي في البيئة الإعلامية الرقمية

في العصر الرقمي، تضاعف تأثير الامتثال والطاعة والتقليد بسبب:

- الانتشار الواسع لمواقع التواصل
- سرعة تداول المحتوى
- هيمنة الصور والفيديو
- بروز المؤثرين كمرجعيات رمزية

فلاحظ:

- انسياقاً جماعياً وراء الترددات
 - تقليداً واسعاً لأنماط استهلاك معينة
 - استجابة سريعة لحمولات رقمية
 - تشكّل رأي عام إلكتروني قد يضغط على الأفراد
- وهذا ما يجعل التأثير الاجتماعي اليوم أكثر سرعة، وأوسع انتشاراً، وأعمق أثراً مما كان عليه في السابق.

خامساً: العلاقة بين التأثير الاجتماعي والإقناع

رغم أن الإقناع والتأثير الاجتماعي مفهومان مختلفان، إلا أنهما متداخلان:

- الإقناع يعتمد على الحجج والرسائل
 - التأثير الاجتماعي يعتمد على الجماعة والسلطة والنموذج
- لكن في الواقع العملي، كثيراً ما يُستخدمان معاً في الإعلام والدعاية والإعلان. فالإعلان قد يقنع بالحجة، ويؤثر بالامتثال. والخطاب السياسي قد يقنع بالمنطق، ويؤثر بالطاعة. والحملات الرقمية قد تقنع بالمعلومة، وتؤثر بالتقليد.

المبحث السادس: دور الاتصال والإعلام في تغيير الاتجاهات

يُعدّ الاتصال والإعلام من أقوى الأدوات المعاصرة في تشكيل الاتجاهات وتغيير المواقف الفردية والجماعية، إذ لم يعد الإعلام مجرد ناقل للمعلومات أو عارض للأحداث، بل أصبح فاعلاً أساسياً في بناء الوعي، وصناعة الرأي العام، وتوجيه التصورات، وترسيخ القيم أو تعديلها. وفي ظل هيمنة الوسائط الحديثة وانتشارها الواسع، بات تأثير الإعلام في الاتجاهات أكثر عمقاً واتساعاً من أي وقت مضى. فالإنسان المعاصر يعيش داخل فضاء اتصالي دائم، تحيط به الرسائل الإعلامية من كل جانب: تلفزيون، إذاعة، صحافة، إنترنت، شبكات اجتماعية، إعلانات... وهو ما يجعل اتجاهاته في حالة تشكّل وتعديل مستمر.

أولاً: الإعلام وتشكيل الرأي العام

يقصد بالرأي العام مجموع الاتجاهات والمواقف السائدة داخل المجتمع تجاه قضية أو حدث أو شخصية. ويلعب الإعلام دوراً محورياً في تشكيل هذا الرأي من خلال:

اختيار القضايا المطروحة

فالإعلام لا يعرض كل شيء، بل ينتقي ما يراه مهماً، وبذلك يحدّد ما يفكر فيه الناس.

ترتيب الأولويات

حين يكرّر الإعلام قضية معينة ويمنحها مساحة كبيرة، فإنه يوحي بأهميتها، فتتحول إلى محور اهتمام الجمهور.

تفسير الأحداث

لا يكتفي الإعلام بسرد الوقائع، بل يقدم لها تفسيراً وتحليلاً، يوجه من خلاله فهم المتلقي.

وبذلك يسهم الإعلام في توجيه الرأي العام نحو:

- التأييد أو الرفض
- القبول أو الرفض
- التعاطف أو الإدانة

ثانياً: توجيه المواقف وبناء الصور الذهنية

يساهم الإعلام في بناء الصور الذهنية عن الأشخاص، الجماعات، الدول، القضايا، من خلال طريقة عرضها ولغتها وصورها ورموزها. وهذه الصور الذهنية تشكّل أساس المواقف.

فقد يبني الإعلام:

- صورة إيجابية عن شخصية سياسية
- صورة سلبية عن فئة اجتماعية
- صورة نمطية عن ثقافة معينة

وهذه الصور لا تبقى في مستوى المعرفة فقط، بل تتحول إلى:

- مشاعر (تعاطف، كره، خوف...)
- ثم إلى مواقف
- ثم إلى سلوك

- وبذلك يكون الإعلام مشاركاً في تشكيل المواقف حتى دون تصريح مباشر.

ثالثاً: ترسيخ القيم أو تغييرها

القيم الاجتماعية والأخلاقية ليست معطيات ثابتة، بل تتأثر بالخطاب الإعلامي المستمر. فالإعلام يساهم في:

ترسيخ قيم معينة

مثل: النجاح، الاستهلاك، الفردانية، الحرية، الجمال، القوة...

إضعاف أو تهيمش قيم أخرى

مثل: التضحية، البساطة، التضامن، الحياء...

ومن خلال المسلسلات، البرامج، الإعلانات، المحتوى الرقمي، يُعاد تعريف:

- ما هو "مقبول"

- وما هو "مرفوض"

- وما هو "عادي"

- وما هو "غريب"

وهكذا يتدخل الإعلام في إعادة تشكيل منظومة القيم، وبالتالي في تعديل

الاتجاهات الاجتماعية.

رابعاً: آليات الإعلام في تغيير الاتجاهات

يعتمد الإعلام على مجموعة من الآليات الاتصالية والنفسية لتغيير الاتجاهات، من أبرزها:

1. التكرار

- التكرار من أقوى أدوات التأثير، فكما تكررت الرسالة:
- ترسّخت في الذهن
- أصبحت مألوفاً
- زاد قبولها
- حتى وإن لم تكن مقنعة في البداية. ويُعرف هذا بتأثير “الألفة”.

2. اختيار الزوايا (زاوية المعالجة)

- يمكن للإعلام أن يقدّم القضية نفسها بزوايا مختلفة:
- زاوية إنسانية
 - زاوية أمنية
 - زاوية اقتصادية
 - زاوية أخلاقية
- وكل زاوية تخلق اتجاهًا مختلفًا لدى المتلقي. فطريقة التقديم لا تقل أهمية عن المضمون.

3. الإطار الإعلامي (Framing)

- الإطار هو السياق الذي توضع فيه القضية. فهل تُقدّم المشكلة ك:
- أزمة
 - تهديد
 - فرصة

• فشل

• تحدي

هذا الإطار يوجّه تفسير المتلقي ويؤثر في موقفه.

4. الاستمالات العاطفية

يعتمد الإعلام بكثرة على:

• الخوف

• الأمل

• الشفقة

• الفخر

• الغضب

• الحنين

• لأن العاطفة تؤثر أسرع وأقوى من المنطق في كثير من الأحيان. ولهذا نجد الصور المؤلمة، القصص الإنسانية، الموسيقى المؤثرة في الإعلانات والحملات.

5. استخدام الرموز والصور

الصورة أقوى من الكلمة، والرمز أكثر عمقاً من العبارة. فالعلم، الطفل، الأم، الشهيد، الوطن، الدموع... كلها رموز تستثمر لتوجيه المشاعر وبناء المواقف. وفي العصر الرقمي، أصبحت الصورة والفيديو القصير من أخطر أدوات التأثير.

خامساً: توظيف تقنيات الإقناع في المجالات الاتصالية

تُستخدم تقنيات الإقناع التي درسها علم النفس الاجتماعي بشكل واسع في مجالات متعددة، أهمها:

1. الإعلان

- يهدف الإعلان إلى:
- تغيير اتجاه المستهلك
- خلق حاجة جديدة
- تعزيز صورة العلامة
- ويستخدم:
- المشاهير
- الجاذبية الشكلية
- الموسيقى
- التكرار
- الربط العاطفي بالمنتج
- فهو لا يبيع المنتج فقط، بل يبيع معنى، وهوية، وأسلوب حياة.

2. الدعاية

- تُستخدم الدعاية لتوجيه:
- الرأي العام
- المواقف السياسية

- القنوات الإيديولوجية
- وغالباً ما تعتمد على:
- التبسيط
- التكرار
- الاستقطاب
- الشحن العاطفي
- خلق "نحن" و"هم"
- وهي تستثمر الامتثال والطاعة والتقليد بشكل واضح.

3. الحملات الانتخابية

في الحملات الانتخابية، يُستثمر الإعلام لت:

- بناء صورة المرشح
- تشويه الخصم
- إثارة الخوف أو الأمل
- تعبئة الناخبين
- ويُستخدم فيها:
- الخطاب العاطفي
- الرموز الوطنية
- القصص الشخصية
- الإيحاء بالقرب من الناس

4. الحملات التوعوية

• تهدف الحملات التوعوية إلى:

- تغيير سلوكيات سلبية
- تعزيز سلوكيات إيجابية

مثل:

- حملات الصحة
- السلامة المرورية
- البيئة
- مكافحة العنف

وتعتمد على:

- إبراز الخطر
- استشارة المسؤولية
- الربط بالقيم
- خلق التنافر المعرفي

سادساً: الإعلام الجديد وتسريع تغيير الاتجاهات

- مع شبكات التواصل الاجتماعي:
- أصبح التأثير أسرع
- وأوسع انتشاراً
- وأقل خضوعاً للرقابة

المبحث السابع: أسئلة تقييمية وإجابات نموذجية

المواقف والاتجاهات - الإقناع والتأثير

السؤال 1:

عرّف الاتجاه والموقف في علم النفس الاجتماعي.

الإجابة النموذجية:

الاتجاه هو استعداد نفسي مكتسب لدى الفرد للاستجابة إيجابياً أو سلبياً تجاه موضوع أو شخص أو فكرة.

أما الموقف فهو تعبير عملي عن هذا الاتجاه في شكل سلوك أو رأي أو قرار. وبعبارة أخرى: الاتجاه داخلي نفسي، والموقف هو تجسيده الخارجي.

السؤال 2:

بين العلاقة بين الاتجاهات والسلوك.

الإجابة النموذجية:

الاتجاهات توجه السلوك وتؤثر في اختيارات الفرد وقراراته. فالاتجاه الإيجابي نحو موضوع ما يزيد احتمال السلوك الداعم له، بينما الاتجاه السلبي يقلل من ذلك. ومع ذلك، قد يتأثر السلوك أيضاً بالضغوط الاجتماعية والسياق.

السؤال 3:

اذكر مكونات الاتجاه مع الشرح.

الإجابة النموذجية:

يتكوّن الاتجاه من ثلاثة أبعاد:

1. البعد المعرفي: الأفكار والمعتقدات حول الموضوع.
2. البعد الوجداني: المشاعر والانفعالات تجاهه.
3. البعد السلوكي: الاستعداد للتصرف بطريقة معينة حياله.
- السؤال 4:

ما المقصود بالإقناع في علم النفس الاجتماعي؟
الإجابة النموذجية:

الإقناع هو عملية تأثير اتصالي تهدف إلى تغيير أو تدعيم الاتجاهات والمواقف من خلال الرسائل، والحجج، والاستمالات العاطفية، والرمزية، بهدف توجيه التفكير أو السلوك.

السؤال 5:

اشرح نموذج هوفلاند في الإقناع.

الإجابة النموذجية:

يركز نموذج هوفلاند على ثلاثة عناصر أساسية في عملية الإقناع:

1. المرسل: مصداقيته، خبرته، جاذبيته.
 2. الرسالة: وضوحها، تنظيمها، أسلوب عرضها.
 3. المتلقي: مستوى وعيه، اتجاهاته السابقة، استعدادة للتأثر.
- ويؤكد أن تغيير الاتجاهات يتم نتيجة تفاعل هذه العناصر معاً.

السؤال 6:

بين دور المرسل في نجاح عملية الإقناع.

الإجابة النموذجية:

يزداد تأثير المرسل كلما كان:

• موثوقاً

• خبيراً

• محبوباً

• قريباً من المتلقي

فالمتلقي يميل لتصديق من يثق فيه، حتى قبل تحليل مضمون الرسالة.

السؤال 7:

اشرح نموذج المسار المزدوج (ELM).

الإجابة النموذجية:

يقسم هذا النموذج الإقناع إلى مسارين:

1. المسار المركزي: يعتمد على التفكير والتحليل العقلي للحجج.

2. المسار المحيطي: يعتمد على إشارات سطحية مثل الجاذبية، الشهرة، التكرار.

ويستخدم بكثرة في تحليل الإعلانات والحملات الإعلامية.

السؤال 8:

متى يُستخدم المسار المركزي؟ ومتى يُستخدم المسار المحيطي؟

الإجابة النموذجية:

يُستخدم المسار المركزي عندما يكون المتلقي مهتماً وواعياً بالقضية.

أما المسار المحيطي فيُستخدم عندما يكون المتلقي غير مهتم أو غير قادر على التحليل، فيتأثر بالمظهر والشكل أكثر من المضمون.

السؤال 9:

اشرح نظرية التنافر المعرفي. (Festinger)

الإجابة النموذجية:

تفترض هذه النظرية أن الفرد يسعى للانسجام بين معتقداته وسلوكه.

وعندما يحدث تعارض بينهما يشعر بعدم ارتياح نفسي (تنافر)، فيحاول تقليله إما بتغيير السلوك أو بتعديل الموقف أو بتبرير الفعل.

السؤال 10:

اذكر مثلاً يوضح التنافر المعرفي.

الإجابة النموذجية:

شخص يدخن ويعلم أن التدخين مضر بالصحة، فيبرّر سلوكه بالقول: "كل شيء مضر"، أو "جدي دخّن وعاش طويلاً"، لتقليل التنافر بين معرفته وسلوكه.

السؤال 11:

عرّف التأثير الاجتماعي.

الإجابة النموذجية:

التأثير الاجتماعي هو العملية التي يتم من خلالها تغيير أفكار أو مواقف أو سلوك الأفراد نتيجة تفاعلهم مع الآخرين أو مع الجماعة أو مع السلطة.

السؤال 12:

اشرح الامتثال. (Conformity)

الإجابة النموذجية:

الامتثال هو ميل الفرد لمجاراة الجماعة وتبني سلوكها أو رأيها لتجنب الرفض الاجتماعي أو العزلة، حتى لو كان مقتنعاً داخلياً بعكس ذلك.

السؤال 13:

اشرح الطاعة. (Obedience)

الإجابة النموذجية:

الطاعة هي استجابة الفرد لأوامر السلطة أو الشخص ذي المكانة الأعلى، حتى لو تعارضت أحياناً مع قناعاته الشخصية.

السؤال 14:

اشرح التقليد. (Imitation)

الإجابة النموذجية:

التقليد هو محاكاة سلوك الآخرين، خاصة الشخصيات المؤثرة أو المشاهير، ويظهر بقوة في الأزياء، اللهجات، أنماط العيش.

السؤال 15:

بين تجليات التأثير الاجتماعي في الإعلام.

الإجابة النموذجية:

يظهر التأثير الاجتماعي في الإعلام من خلال:

- تقليد المشاهير
- الانسياق وراء الترنند
- التأثير بالمؤثرين
- تبني الآراء السائدة في الشبكات الاجتماعية

السؤال 16:

ما دور الإعلام في تشكيل الاتجاهات؟

الإجابة النموذجية:

يساهم الإعلام في تشكيل الاتجاهات عبر:

- بناء الصور الذهنية
- توجيه الرأي العام

- ترسيخ القيم أو تغييرها
- إعادة تعريف المقبول اجتماعياً

السؤال 17:

اذكر آليات الإعلام في تغيير الاتجاهات.

الإجابة النموذجية:

من أهمها:

- التكرار
- اختيار الزوايا
- الإطار الإعلامي
- الاستمالات العاطفية
- استخدام الرموز والصور

السؤال 18:

اشرح مفهوم الإطار الإعلامي.

الإجابة النموذجية:

الإطار الإعلامي هو الطريقة التي يُقدَّم بها الحدث داخل سياق معين يوجّه

فهم المتلقي وتفسيره، وبالتالي يؤثر في موقفه واتجاهه.

السؤال 19:

كيف يُستخدم الإقناع في الإعلان؟

الإجابة النموذجية:

يُستخدم عبر:

- المشاهير
- الجاذبية الشكلية
- الموسيقى
- الربط العاطفي
- التكرار

نخلق اتجاه إيجابي نحو المنتج.

السؤال 20:

ما دور الدعاية في التأثير على الاتجاهات؟

الإجابة النموذجية:

الدعاية تهدف إلى بناء القناعات الإيديولوجية وتوجيه الرأي العام عبر التبسيط، التكرار، الشحن العاطفي، والاستقطاب.

خاتمة الفصل:

يتبين من خلال هذا الفصل أنّ المواقف والاتجاهات تمثل البنية النفسية العميقة التي تُوجّه السلوك الإنساني داخل العملية الاتصالية، وأن الفرد لا يتفاعل مع الرسائل الإعلامية والاتصالية بصورة محايدة، بل انطلاقاً من منظومة معقدة من المعتقدات والقيم والانفعالات المتراكمة عبر التنشئة الاجتماعية والخبرة الحياتية. وعليه، فإن فهم السلوك الاتصالي لا يكتمل دون تحليل هذه البنية الاتجاهية الكامنة.

كما أظهر الفصل أنّ الإقناع والتأثير الاجتماعي يشكّان الآليتين الأساسيتين لتغيير الاتجاهات وتعديل المواقف، سواء عبر الحجج العقلانية، أو الاستمالات العاطفية، أو ضغط الجماعة، أو سلطة المصدر. وقد أبرزت نظريات الإقناع المختلفة، مثل نموذج هوفلاند، ونموذج المسار المزدوج، ونظرية التنافر المعرفي، تعدد المسارات التي يتم من خلالها التأثير في الفرد، وتنوّع العوامل التي تتحكم في درجة استجابته للرسائل.

ويحتلّ الاتصال والإعلام موقعاً محورياً في هذا السياق، بوصفهما المجال التطبيقي الأبرز لممارسات الإقناع والتأثير، حيث تتقاطع فيه العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية والرمزية. فوسائل الإعلام لا تكتفي بنقل المعلومات، بل تسهم في تشكيل الرأي العام، وبناء الصور الذهنية، وتوجيه الاتجاهات الفردية والجماعية، سواء في الإعلان، أو الدعاية، أو الحملات الانتخابية، أو الحملات التوعوية.

ويُهدّ هذا الفصل لفهم فصول لاحقة تتناول قضايا التنشئة الاجتماعية، والهوية، والسلوك الجماعي، باعتبارها مجالات يظهر فيها أثر الاتجاهات والمواقف بوضوح أكبر، ويتجلى فيها دور الاتصال في إعادة إنتاج القيم والمعايير الاجتماعية، أو في إحداث التحوّل والتغيير داخل البنى الاجتماعية.

المراجع المستخدمة في الفصل الثالث:

1. زهران، حامد عبد السلام. علم النفس الاجتماعي. القاهرة: عالم الكتب.
2. عبد الحميد، محمد. الاتصال والإقناع. القاهرة: عالم الكتب.
3. مكوي، حسن عماد. نظريات الاتصال. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الفصل الرابع

التنشئة الاجتماعية ودور الاتصال في بناء

الذات

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم التنشئة الاجتماعية

المبحث الثاني: مؤسسات التنشئة الاجتماعية ودورها في بناء الذات

المبحث الثالث: بناء الذات في ضوء التنشئة والاتصال

المبحث الرابع: الإعلام وبناء الذات في المجتمع المعاصر

المبحث الخامس: أسئلة تقويمية وإجابات نموذجية حول الفصل الرابع

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل الرابع

تمهيد:

يُعدّ مفهوم التنشئة الاجتماعية من المفاهيم المحورية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، لما له من دور أساسي في تفسير كيفية تشكّل شخصية الفرد وبناء هويته الاجتماعية والثقافية. فالفرد لا يولد كائنًا اجتماعيًا مكتملاً، بل يكتسب قيمه، ومعاييره، وأنماط سلوكه، وطرائق تفكيره عبر عملية تفاعلية مستمرة مع محيطه الاجتماعي.

ويأتي هذا الفصل امتداداً منطقياً للفصل السابق الذي تناول المواقف والاتجاهات والإقناع، إذ إن الاتجاهات لا تتشكل في فراغ، بل تُبنى وتُعاد صياغتها داخل مسارات التنشئة الاجتماعية، من خلال الاتصال اليومي داخل الأسرة، والمدرسة، والجماعات المرجعية، ووسائل الإعلام. فهذه المؤسسات لا تنقل المعارف فقط، بل تؤدي وظيفة عميقة تتمثل في غرس القيم، وتحديد الأدوار الاجتماعية، وبناء التصورات عن الذات والآخر.

كما يركّز هذا الفصل على دور الاتصال بوصفه الآلية المركزية التي تتحقق من خلالها التنشئة الاجتماعية، سواء عبر التواصل اللفظي وغير اللفظي، أو عبر الرموز والصور والخطابات الإعلامية. فاللغة، والحوار، والتفاعل، والرسائل الإعلامية تسهم جميعها في تشكيل وعي الفرد بذاته، وفي بناء هويته الفردية والاجتماعية، وفي تحديد ما هو مقبول أو مرفوض داخل المجتمع.

ويبرز الفصل كذلك وظيفة الاتصال كوسيط للضبط الاجتماعي، حيث تُنقل القواعد والمعايير الاجتماعية، وتُمارس أشكال الثواب والعقاب الرمزي،

ويُعاد إنتاج النظام الاجتماعي. وبذلك، فإن دراسة التنشئة الاجتماعية من منظور اتصالي تُمكن الطالب من فهم العلاقة الجدلية بين الفرد والمجتمع، وبين الذات والبنية الاجتماعية، وتُهدّ لتحليل أعمق لقضايا الهوية، والانتماء، والتفاعل الاجتماعي في الفصول اللاحقة.

المبحث الأول: مفهوم التنشئة الاجتماعية

تُعدّ التنشئة الاجتماعية من المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، إذ تمثل الإطار الذي من خلاله يتحوّل الفرد من كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي قادر على التفاعل مع محيطه والاندماج في جماعته. وهي العملية التي يكتسب عبرها الفرد ثقافة المجتمع الذي ينتمي إليه، بما تتضمنه من قيم، ومعايير، وقواعد سلوك، وأدوار اجتماعية، وأنماط تفكير وتواصل، وذلك من خلال التفاعل المستمر مع الآخرين والمؤسسات الاجتماعية المختلفة.

ولا تقتصر التنشئة الاجتماعية على مرحلة الطفولة فقط، بل هي عملية ممتدة ومتواصلة ترافق الإنسان منذ الميلاد، مروراً بمراحل الطفولة والمراهقة والرشد، وصولاً إلى الشيخوخة. فالفرد يظلّ يتعلّم ويعيد التكيّف مع الأدوار والمعايير الجديدة التي تفرضها التحوّلات الاجتماعية والثقافية، والتغيّرات في المكانة الاجتماعية أو المهنية أو الأسرية.

وتتميّز عملية التنشئة الاجتماعية بعدة خصائص أساسية:

1. عملية مستمرة

لا تتوقف التنشئة عند مرحلة عمرية محددة، بل تستمر طيلة حياة الفرد، حيث يخضع في كل مرحلة لشكل من أشكال إعادة التنشئة، خاصة عند الانتقال من وضع اجتماعي إلى آخر (كالانتقال من الأسرة إلى المدرسة، أو من الدراسة إلى العمل).

2. اجتماعية الطابع

تمّ التنشئة داخل الجماعة ومن خلال التفاعل مع الآخرين، فلا يمكن للفرد أن يكتسب المعايير والقيم في عزلة. ويُعدّ الاتصال، بمختلف أشكاله اللفظية وغير اللفظية، الوسيط الأساسي الذي تتحقق من خلاله هذه العملية.

3. تعلية

تقوم التنشئة على التعلم الاجتماعي، حيث يكتسب الفرد السلوكيات والمعايير عبر الملاحظة، والتقليد، والتوجيه، والتعزيز، والعقاب. ويشمل هذا التعلم أنماط التفكير، وأساليب التعبير، وقواعد التواصل، إضافة إلى السلوك الظاهر.

4. تراكمية وبناءة

تُبنى الشخصية الاجتماعية للفرد بشكل تدريجي وتراكمي، إذ تُتداخل الخبرات السابقة مع اللاحقة، وتؤثر في كيفية إدراك الفرد لذاته وللآخرين. فكل مرحلة من مراحل التنشئة تضيف بعداً جديداً إلى البناء النفسي والاجتماعي للشخصية.

وتُعدّ التنشئة الاجتماعية الأساس الذي يتم من خلاله تكوين الشخصية الاجتماعية، وتشكيل الاتجاهات والمواقف، وبناء الهوية الفردية والجماعية. فمن خلالها يتعلّم الفرد من هو، وما موقعه داخل المجتمع، وما هو المقبول والمرفوض، وما هي الأدوار المتوقعة منه. كما تُمكن المجتمع من ضمان استمراره عبر نقل ثقافته وقيمه من جيل إلى آخر.

ومن هذا المنطلق، لا يمكن فهم السلوك الإنساني أو العملية الاتصالية أو بناء الهوية دون تحليل عميق لآليات التنشئة الاجتماعية، باعتبارها الإطار الذي تتشكل داخله الذات، وتُعاد من خلاله صياغة العلاقة بين الفرد والمجتمع.

المبحث الثاني: مؤسسات التنشئة الاجتماعية ودورها في بناء الذات

تتحقق عملية التنشئة الاجتماعية عبر مجموعة من المؤسسات الاجتماعية التي يتفاعل معها الفرد في مراحل مختلفة من حياته، وتؤدي كلُّ منها دوراً مميزاً في تشكيل شخصيته وبناء صورته عن ذاته وعن الآخرين. وتُعدّ هذه المؤسسات فضاءات اتصالية بامتياز، يتم داخلها نقل القيم والمعايير، وتُعلّم الأدوار الاجتماعية، وإعادة إنتاج الثقافة السائدة.

أولاً: الأسرة

تُعدّ الأسرة أول إطار اجتماعي يتفاعل معه الطفل، وهي المؤسسة الأساسية التي تُرسخ اللبنة الأولى للشخصية. ففي كنف الأسرة:

- يتعلّم الطفل اللغة الأولى وأساليب التعبير والتواصل.
- يكتسب القيم الأساسية مثل الصدق، الاحترام، التعاون، والانضباط.
- يتشكل نمط التعلّق (آمن، قلق، متجنّب) الذي يؤثر لاحقاً في علاقاته الاجتماعية.

- تُبنى صورة الذات الأولية من خلال نظرة الوالدين، وأساليب الثواب والعقاب، والتشجيع أو النقد.

ويؤثر أسلوب التواصل الأسري تأثيراً بالغاً في بناء شخصية الطفل؛ فالتواصل القائم على الحوار والدعم يعزز الثقة بالنفس والاستقلالية، في حين يؤدي التواصل التسلطي أو الإهمال إلى ضعف تقدير الذات أو الميل إلى الانسحاب أو العدوانية. ومن هنا، تُعدّ الأسرة الفضاء الأول الذي يتعلّم فيه الفرد كيف يرى ذاته وكيف يتواصل مع الآخرين.

ثانياً: المدرسة

تلعب المدرسة دوراً محورياً في مرحلة لاحقة من التنشئة، إذ تمثل الانتقال من التنشئة الخاصة إلى التنشئة الاجتماعية المنظّمة. وتضطلع المدرسة بعدة وظائف أساسية، من أبرزها:

- تعليم المعايير الاجتماعية وقواعد السلوك المقبول داخل الجماعة.
- ترسيخ الانضباط واحترام النظام والوقت والقانون.
- بناء العلاقات مع الأقران وتعلّم العمل الجماعي.
- تنمية الشعور بالانتماء للمؤسسة والمجتمع الأوسع.

ويسهم الاتصال التربوي داخل المدرسة، سواء بين المعلم والمتعلّم أو بين المتعلمين أنفسهم، في بناء صورة الذات الأكاديمية والاجتماعية. فطريقة تقييم المعلم، وأسلوب التشجيع أو الإقصاء، ونوعية التفاعل داخل القسم، كلها عوامل تؤثر في إدراك المتعلم لقدراته وقيّمته داخل الجماعة.

ثالثاً: جماعة الأقران

تُعدّ جماعة الأقران من أهم مؤسسات التنشئة، خاصة في مرحلتى الطفولة المتأخرة والمراهقة، حيث يبدأ الفرد في البحث عن الاستقلال النسبي عن الأسرة. وتُشكّل جماعة الأقران فضاءً أساسياً لـ:

- تعلّم التعاون والمنافسة.
 - اختبار القبول والرفض الاجتماعي.
 - بناء الهوية الاجتماعية والشعور بالانتماء.
 - تقليد النماذج السلوكية السائدة داخل الجماعة.
- ويبرز في هذا السياق ضغط الجماعة كآلية قوية للتأثير في السلوك والاتجاهات، حيث قد يتبنّى الفرد مواقف أو سلوكيات لا لقناعاته الشخصية، بل رغبةً في القبول وتجنّب الإقصاء. ويكون هذا التأثير أكثر وضوحاً خلال مرحلة المراهقة، لما تشهده من تحولات نفسية وهوياتية.

رابعاً: وسائل الإعلام

أصبحت وسائل الإعلام في العصر الحديث من أقوى مؤسسات التنشئة الاجتماعية، لما تتمتع به من انتشار واسع وتأثير مستمر في الحياة اليومية. فهي تساهم في:

- نقل القيم والمعايير الاجتماعية والثقافية.
- بناء النماذج السلوكية وتقديم قدوات إيجابية أو سلبية.
- تشكيل الطموحات والتطلّعات الفردية.

• توجيه الأذواق والاتجاهات الاستهلاكية والفكرية.

ويُعَدّ الإعلام الرقي والشبكات الاجتماعية من أبرز أدوات التنشئة الحديثة، إذ لم يعد الفرد متلقياً سلبياً فقط، بل أصبح فاعلاً ومشاركاً في إنتاج المحتوى والتفاعل معه. وقد أدى ذلك إلى تعقيد عملية التنشئة، حيث نتعدد مصادر التأثير، وتتشابك الرسائل، ما يستدعي وعياً نقدياً لدى الفرد لفهم ما يُقدَّم له من نماذج وقيم.

المبحث الثالث: بناء الذات في ضوء التنشئة والاتصال

لا تُعدّ الذات معطى فطرياً ثابتاً يولد مع الفرد، بل هي بناء اجتماعي دينامي يتشكّل ويتطوّر عبر مسار طويل من التفاعل الاجتماعي والاتصال مع الآخرين. فالإنسان لا يكتشف ذاته في عزلة، وإنما من خلال علاقته بالآخرين، وردود أفعالهم، ونظرتهم إليه، وتقييمهم لسلوكه وأدائه داخل الجماعة.

وقد بيّن علماء النفس الاجتماعي أن الفرد يبني تصوّره عن ذاته انطلاقاً مما يتلقاه من إشارات اجتماعية، لفظية وغير لفظية، تصدر عن المحيطين به. ويعبر عن هذه العملية بما يُعرف بـ المرأة الاجتماعية، أي أن الفرد يرى نفسه كما يعتقد أن الآخرين يرونه، ويعيد تشكيل سلوكه وصورته الذاتية بناءً على ذلك.

أولاً: الذات بوصفها نتاجاً للتفاعل الاجتماعي

يتشكّل وعي الفرد بذاته من خلال:

- نظرة الآخرين إليه (الوالدان، المعلمون، الأقران، المجتمع).
- ردود أفعالهم تجاه سلوكه (تشجيع، نقد، تجاهل).

• تقييمهم الاجتماعي لأدائه وأدواره.

وتلعب عملية الاتصال دور الوسيط الأساسي في هذا البناء، حيث تنتقل عبرها الرسائل التي تحمل معاني القبول أو الرفض، التقدير أو الإقصاء، الاعتراف أو التهميش. وبذلك، تصبح الذات انعكاساً للتفاعل الاجتماعي المستمر، وليست كياناً نفسياً معزولاً.

ثانياً: صورة الذات

صورة الذات هي التمثّل المعرفي الذي يحمله الفرد عن نفسه، أي الكيفية التي يدرك بها قدراته، وخصائصه، وقيّمته داخل المجتمع. وتتأثر صورة الذات بعدة عوامل، من أبرزها:

• أسلوب التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة (داعمة، تسلطية، متساهلة، مهملة).

• نوعية الاتصال الذي يتعرّض له الفرد (حوار، تشجيع، نقد بناء، سخرية).

• درجة القبول الاجتماعي التي يحظى بها داخل الجماعة.

فالفرد الذي ينشأ في بيئة اتصالية إيجابية، قائمة على الاحترام والتشجيع، غالباً ما يطور صورة ذاتية إيجابية، في حين أن التنشئة القائمة على التحقير أو المقارنة السلبية قد تؤدي إلى صورة ذاتية مشوهة أو ضعيفة.

ثالثاً: تقدير الذات

يمثّل تقدير الذات البعد الوجداني للذات، أي التقييم الانفعالي الذي يصدره الفرد تجاه نفسه، ويتراوح بين الرضا والفخر من جهة، والخلج أو الشعور بالدونية من جهة أخرى. ويتشكّل تقدير الذات عبر خبرات تفاعلية متكررة، من أهمها:

- الثناء أو النقد الذي يتلقاه الفرد.
 - الدعم أو الرفض الاجتماعي داخل الأسرة، المدرسة، وجماعة الأقران.
 - خبرات النجاح أو الفشل في الدراسة، العمل، والعلاقات الاجتماعية.
- ويلعب الاتصال دوراً محورياً في تعزيز أو إضعاف تقدير الذات، فالكلمات، ونبرة الخطاب، وأساليب التفاعل اليومي، قد تكون مصدراً لبناء الثقة بالنفس، أو سبباً في زعزعتها. كما تسهم الرسائل الإعلامية، خاصة في العصر الرقمي، في التأثير على تقدير الذات من خلال الصور النمطية، ومعايير النجاح والجمال، ونماذج المقارنة الاجتماعية.

المبحث الرابع: الإعلام وبناء الذات في المجتمع المعاصر

في المجتمعات الحديثة، لم تعد التنشئة الاجتماعية مقتصرة على الأسرة والمدرسة والمؤسسات التقليدية، بل أصبح الإعلام، بمختلف أشكاله التقليدية والرقية، فاعلاً مركزياً في بناء الذات وتشكيل الهوية الفردية والاجتماعية. فقد تحول الإعلام من مجرد وسيلة لنقل المعلومات إلى فضاء رمزي يُنتج المعاني، ويقترح النماذج، ويحدد معايير النجاح والقبول الاجتماعي.

أولاً: الإعلام كفاعل في بناء تصوّر الذات

يسهم الإعلام في بناء الذات من خلال:

- تقديم نماذج للنجاح (المشاهير، المؤثرون، رجال الأعمال، الشخصيات العامة)، التي تصبح مرجعاً للمقارنة والتقليد.
 - ترسيخ معايير الجمال والكمال الجسدي والنفسي والاجتماعي، غالباً بصورة مثالية أو غير واقعية.
 - تحديد أنماط الحياة المرغوبة، مثل أساليب العيش، الاستهلاك، العلاقات، والطموحات المهنية.
- وتؤثر هذه الرسائل في كيفية إدراك الفرد لذاته، وفي طموحاته، وتوقعاته من نفسه ومن الآخرين، خاصة عندما تُقدّم بصورة متكررة ومكثفة.

ثانياً: الذات في الفضاء الرقمي

مع تطوّر الإعلام الرقمي والشبكات الاجتماعية، أصبح الفرد فاعلاً ومنتجاً للذات في آن واحد، حيث لم يعد يكتفي بتلقّي الصور والمعاني، بل يشارك في صناعتها وعرضها. ففي الفضاء الرقمي:

- يبني الفرد صورة ذاته عبر المنشورات، الصور، القصص، والتعليقات.
- يسعى إلى الاعتراف الاجتماعي من خلال عدد الإعجابات، المشاركات، والتعليقات.
- يدخل في مقارنة اجتماعية مستمرة مع الآخرين، سواء على مستوى المظهر، أو النجاح، أو أسلوب الحياة.

وتؤدي هذه الممارسات إلى تحويل الذات إلى ما يشبه "مشروعاً معروضاً" أمام الجمهور، يخضع للتقييم والقياس المستمر.

ثالثاً: الإشكالات النفسية والاجتماعية المرتبطة بالإعلام الرقمي

أبرز هذا النمط الجديد من التنشئة الإعلامية مجموعة من الإشكالات النفسية والاجتماعية، من أبرزها:

- القلق الاجتماعي الناتج عن الخوف من التقييم السلبي أو عدم القبول.
- ضعف تقدير الذات نتيجة المقارنة المستمرة مع صور مثالية يصعب تحقيقها.
- النرجسية الرقمية، حيث يسعى الفرد إلى لفت الانتباه وبناء قيمة الذات من خلال الظهور والتفاعل الرقمي.

• التماهي مع الصور المثالية التي يقدمها الإعلام، ما يؤدي إلى اغتراب الفرد عن ذاته الواقعية.

وتزداد حدة هذه الإشكالات لدى فئات الشباب والمراهقين، بحكم هشاشة البناء الهويّاتي في هذه المرحلة، واعتمادهم الكبير على الاعتراف الاجتماعي في تشكيل صورتهم الذاتية.

رابعاً: الإعلام والاتصال بوصفهما إطاراً لفهم بناء الذات

لا يمكن فهم هذه التحوّلات في بناء الذات دون تحليل دور الاتصال بوصفه الآلية التي تُنقل عبرها القيم، والمعايير، والنماذج، والتقييمات الاجتماعية. فالإعلام لا يفرض تأثيره بالقوة، بل عبر التكرار، والإقناع الرمزي، وإنتاج المعنى، ما يجعله عنصراً حاسماً في التنشئة المعاصرة.

ومن ثمّ، يصبح الوعي النقدي بالإعلام ضرورة تربوية ونفسية، تمكّن الفرد من:

- التمييز بين الصورة الواقعية والصورة المفبركة.
- حماية تقدير الذات من التأثيرات السلبية.
- بناء علاقة متوازنة مع الفضاء الرقمي.

المبحث الخامس: أسئلة تقويمية وإجابات نموذجية حول الفصل الرابع

السؤال الأول: عرف التنشئة الاجتماعية وبيّن خصائصها الأساسية.

الإجابة النموذجية:

التنشئة الاجتماعية هي العملية التي يكتسب من خلالها الفرد ثقافة المجتمع الذي ينتمي إليه، بما تتضمنه من قيم، ومعايير، وأدوار، وأنماط سلوك، وذلك عبر التفاعل المستمر مع الآخرين والمؤسسات الاجتماعية. وتتميّز التنشئة الاجتماعية بكونها عملية مستمرة تمتد طوال حياة الفرد، واجتماعية الطابع تتم داخل الجماعة، وتعلّمية يكتسب الفرد من خلالها السلوكيات والمعايير، وتراكمية تُبنى فيها الشخصية بشكل تدريجي.

السؤال الثاني: اشرح دور الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية وبناء الذات.

الإجابة النموذجية:

تعدّ الأسرة أول وأهم مؤسسة للتنشئة الاجتماعية، حيث يتعلّم الطفل اللغة الأولى، ويكتسب القيم الأساسية، ويتشكّل نمط التعلّق، وتُبنى صورة الذات الأولية. ويؤثر أسلوب التواصل داخل الأسرة، سواء كان قائماً على الحوار والدعم أو على التسلّط والإهمال، في بناء شخصية الطفل، وثقته بنفسه، وتقديره لذاته، وقدرته على التفاعل الاجتماعي السليم.

السؤال الثالث: ما دور المدرسة في بناء الذات الاجتماعية للفرد؟

الإجابة النموذجية:

تلعب المدرسة دوراً مركزياً في التنشئة الاجتماعية من خلال تعليم المعايير الاجتماعية، وترسيخ الانضباط، وبناء العلاقات مع الأقران، وتنمية الشعور بالانتماء. ويسهم الاتصال التربوي داخل المدرسة في تشكيل صورة الذات الأكاديمية والاجتماعية لدى المتعلم، حيث تؤثر طريقة التقييم، والتشجيع، والتفاعل داخل القسم في إدراك المتعلم لقدراته وقيمه داخل الجماعة.

السؤال الرابع: يبيّن أهمية جماعة الأقران في تشكيل الهوية الاجتماعية.

الإجابة النموذجية:

تعدّ جماعة الأقران فضاءً أساسياً لتجريب الأدوار الاجتماعية وبناء الهوية، خاصة في مرحلة المراهقة. ومن خلالها يتعلّم الفرد التعاون والمنافسة، ويختبر القبول والرفض الاجتماعي، كما يؤثر ضغط الجماعة في توجيه السلوك والاتجاهات، حيث قد يتبنّى الفرد مواقف وسلوكيات مسيطرة للجماعة بحثاً عن القبول الاجتماعي.

السؤال الخامس: كيف يسهم الاتصال في بناء صورة الذات وتقدير الذات؟

الإجابة النموذجية:

يسهم الاتصال في بناء صورة الذات من خلال الرسائل اللفظية وغير اللفظية التي يتلقاها الفرد من الآخرين، والتي تحمل معاني القبول أو الرفض والتقدير أو النقد. كما يؤثر الاتصال في تقدير الذات عبر الثناء أو النقد، والدعم أو الإقصاء،

وخبرات النجاح أو الفشل، حيث يمكن أن يعزز الثقة بالنفس أو يضعفها حسب طبيعة التفاعل الاتصالي.

السؤال السادس: ما المقصود بالمرأة الاجتماعية؟ وكيف تؤثر في بناء الذات؟
الإجابة النموذجية:

المرأة الاجتماعية مفهوم يشير إلى أن الفرد يرى ذاته كما يعتقد أن الآخرين يرونه، ويكون صورته عن نفسه بناءً على ردود أفعالهم وتقييمهم لسلوكه. وتؤثر المرأة الاجتماعية في بناء صورة الذات وتقديرها، إذ يمكن أن تسهم في بناء ذات إيجابية إذا كانت التفاعلات داعمة، أو ذات سلبية إذا كانت قائمة على النقد والرفض.

السؤال السابع: وضح دور الإعلام في بناء الذات في المجتمع المعاصر.
الإجابة النموذجية:

أصبح الإعلام في المجتمع المعاصر فاعلاً رئيسياً في التنشئة الاجتماعية وبناء الذات، من خلال تقديم نماذج للنجاح، وترسيخ معايير الجمال، وتحديد أنماط الحياة المرغوبة. كما يؤثر الإعلام الرقمي في بناء صورة الذات عبر السعي للاعتراف الاجتماعي، والمقارنة المستمرة بالآخرين، ما ينعكس على تقدير الذات والهوية الفردية.

السؤال الثامن: ما أهم الإشكالات النفسية والاجتماعية المرتبطة بالإعلام الرقمي؟
الإجابة النموذجية:

من أبرز الإشكالات النفسية والاجتماعية المرتبطة بالإعلام الرقمي: القلق الاجتماعي، وضعف تقدير الذات، والرجسية الرقمية، والتماهي مع الصور المثالية. وتنشأ هذه الإشكالات نتيجة المقارنة الاجتماعية المستمرة، والسعي إلى القبول والاعتراف عبر التفاعل الرقمي.

السؤال التاسع: كيف يمكن تحقيق تنشئة اتصالية إيجابية في ظل الإعلام المعاصر؟
الإجابة النموذجية:

يمكن تحقيق تنشئة اتصالية إيجابية من خلال تعزيز الحوار داخل الأسرة والمدرسة، وتنمية الوعي النقدي بالإعلام، وتشجيع الاستخدام الواعي والمتوازن لوسائل الإعلام الرقمية، بما يساهم في بناء ذات متوازنة وقادرة على التكيف الاجتماعي.

السؤال العاشر: يبيّن العلاقة بين التنشئة الاجتماعية وبناء الهوية.
الإجابة النموذجية:

تُعدّ التنشئة الاجتماعية الإطار الأساسي الذي تتشكل داخله الهوية الفردية والاجتماعية، حيث يكتسب الفرد من خلالها القيم، والمعايير، والأدوار، وأنماط التواصل التي تحدد موقعه داخل المجتمع. ويسهم الاتصال في نقل هذه العناصر وترسيخها أو تعديلها، مما يجعل الهوية تتأجلاً للتفاعل الاجتماعي المستمر.

خاتمة الفصل:

يتضح من خلال هذا الفصل أنّ التنشئة الاجتماعية تتمثل الإطار الأساسي الذي تتشكل داخله شخصية الفرد وتُبنى من خلاله ذاته وهويته الاجتماعية. فالذات ليست كياناً ثابتاً أو معطى فطرياً جاهزاً، بل هي بناء اجتماعي دينامي يتكوّن عبر مسار طويل من التفاعل والاتصال مع الآخرين، داخل الأسرة، والمدرسة، وجماعة الأقران، ووسائل الإعلام.

وقد أبرز الفصل الدور المحوري الذي يلعبه الاتصال بوصفه الآلية المركزية التي تنتقل عبرها القيم والمعايير والأدوار الاجتماعية، وتُبنى من خلالها صورة الذات وتقديرها. فأنماط التواصل اليومي، وأساليب الخطاب، ورسائل القبول أو الرفض، تؤثر بشكل مباشر في إدراك الفرد لذاته، وفي شعوره بالقيمة والانتماء، وفي قدرته على التكيف الاجتماعي.

كما بين الفصل أنّ وسائل الإعلام، خاصة في المجتمع المعاصر، أصبحت فاعلاً أساسياً في التنشئة الاجتماعية وبناء الذات، لما تقدّمه من نماذج ومعايير وصور مثالية قد تكون داعمة أو مُربكة للبناء النفسي والهويّاتي للفرد. وقد أفرز هذا الدور الإعلامي إشكالات نفسية واجتماعية جديدة، مثل ضعف تقدير الذات، والقلق الاجتماعي، والترجسية الرقمية، ما يستدعي تنمية الوعي النقدي بالإعلام وتعزيز الاتصال الإيجابي.

ويمهّد هذا الفصل لفهم فصول لاحقة تتناول قضايا الهوية، والانتماء، والتفاعل الاجتماعي، والسلوك الجماعي، باعتبارها امتدادات طبيعية لعملية التنشئة

وبناء الذات داخل السياق الاتصالي. كما يبرز أهمية إدماج البعد الاتصالي في دراسة الظواهر النفسية والاجتماعية، لفهم العلاقة الجدلية بين الفرد والمجتمع في عالم يشهد تحولات اتصالية متسارعة.

المراجع المستخدمة في الفصل الرابع:

- زهران، حامد عبد السلام. علم النفس الاجتماعي. القاهرة: عالم الكتب.
- راجح، أحمد عزت. سيكولوجية الاتجاهات. القاهرة: دار النهضة العربية.
- عويس، عبد الرحمن. علم الاجتماع التربوي. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
- عبد الرحمن، علي. التفاعل الاجتماعي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- مكاي، حسن عماد. نظريات الاتصال. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الفصل الخامس

الهوية الاجتماعية والاتصال: الانتماء والتمايز

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الهوية الاجتماعية

المبحث الثاني: الانتماء الجماعي والذات الفردية

المبحث الثالث: دور الاتصال والإعلام في بناء الهوية الاجتماعية

المبحث الرابع: التمايز بين الجماعات وأثره على السلوك الاتصالي

المبحث الخامس: الهوية الاجتماعية في الفضاء الرقمي

المبحث السادس: سئلة تقييمية الفصل الخامس مع إجابات نموذجية

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل الخامس

تمهيد:

يعدّ مفهوم الهوية الاجتماعية من المفاهيم المحورية في علم النفس الاجتماعي، لما له من دور أساسي في فهم علاقة الفرد بالجماعة، وكيفية تشكّل مشاعر الانتماء، والتمييز، والتمايز بين "الأنا" و"الآخر". فالإنسان لا يعرف نفسه فقط من خلال خصائصه الفردية، بل أيضاً من خلال انتماءاته الاجتماعية والثقافية والرمزية، التي تمنحه الإحساس بالهوية والمعنى والمكانة داخل المجتمع. ويأتي هذا الفصل امتداداً منطقياً للفصل السابق الذي تناول التنشئة الاجتماعية وبناء الذات، إذ إن الهوية الاجتماعية تمثّل مرحلة متقدّمة في بناء الذات، حيث ينتقل الفرد من إدراك ذاته على المستوى الشخصي إلى إدراكها ضمن إطار جماعي. فالقيم والمعايير التي يكتسبها الفرد عبر التنشئة والاتصال تشكّل الأساس الذي تُبنى عليه هويته الاجتماعية، وتحدّد طبيعة انتماءاته وتمثّلاته للذات والآخر.

ويرتكز هذا الفصل على نظرية الهوية الاجتماعية كما طوّرها كلّ من هنري تاجفيل و**جون تيرنر**، والتي تبين أن الأفراد يميلون إلى تصنيف أنفسهم والآخرين ضمن جماعات اجتماعية مختلفة، بما يترتب عن ذلك من تفضيل للجماعة التي ينتمون إليها، وبناء ثنائيات من قبيل "نحن/هم". وتكتسب هذه الثنائية أهمية خاصة في الخطاب الإعلامي، حيث تُستعمل الرموز واللغة والصور في تعزيز الانتماء أو في إنتاج الإقصاء والوصم.

كما يسلط الفصل الضوء على دور الاتصال والإعلام في تشكيل الهويات الاجتماعية، سواء من خلال الخطاب الإعلامي التقليدي أو عبر الفضاء الرقمي. فقد أتاح الإعلام الرقمي إمكانيات جديدة للتعبير عن الهوية، وبناء الانتماء، والتفاعل مع جماعات افتراضية، لكنه في الوقت نفسه عمق أشكال التمايز والصراع الرمزي، ووسّع حدود المقارنة والتمثيل الاجتماعي.

ويهدف هذا الفصل إلى تمكين الطالب من فهم العلاقة الجدلية بين الهوية، والانتماء، والاتصال، وتحليل كيفية تشكّل الهويات الاجتماعية داخل السياقات الإعلامية والرقمية المعاصرة، بما يمهد لدراسة قضايا أوسع تتعلق بالاندماج، والتميز، والصراع، والتفاعل بين الجماعات في المجتمع الحديث.

المبحث الأول: مفهوم الهوية الاجتماعية

تُعدّ الهوية الاجتماعية أحد الركائز الأساسية لفهم الذات في علاقتها بالمجتمع. فهي تمثل الجزء من مفهوم الذات الذي يستمد الفرد من انتمائه إلى جماعات اجتماعية مختلفة، مثل الأسرة، المدرسة، الجماعة المهنية، أو أي جماعة ثقافية أو دينية أو سياسية. وبذلك، تعكس الهوية الاجتماعية العلاقة الجدلية بين الفرد والجماعة، بين "الأنا" و"الآخر".

أولاً: مكونات الهوية الاجتماعية

تشمل الهوية الاجتماعية عدة عناصر رئيسية تحددها العلاقة بين الفرد والجماعة، من أبرزها:

- المواقف والقيم المشتركة: حيث يتبنى الفرد القيم والمبادئ التي يشاركها أعضاء جماعته، ما يمنحه إحساساً بالانتماء والتميز.
- السلوكيات المتوقعة داخل الجماعة: أي الأدوار الاجتماعية والمعايير التي تحدد كيف يتصرف الفرد تجاه الآخرين.
- المعايير الاجتماعية: وهي قواعد القبول والرفض داخل الجماعة، التي تُسهم في ضبط السلوك الاجتماعي.
- العلاقة بالآخرين داخل وخارج الجماعة: فالهوية الاجتماعية تحدد مواقف الفرد تجاه أعضاء جماعته ("نحن") وأعضاء الجماعات الأخرى ("هم").

ثانياً: وظائف الهوية الاجتماعية

يشير علماء النفس الاجتماعي إلى أن الهوية الاجتماعية تؤدي عدة وظائف مهمة للفرد والمجتمع، من أبرزها:

- معرفة الذات داخل الجماعة: تساعد الفرد على تحديد موقعه الاجتماعي، وفهم دوره ضمن الشبكة الاجتماعية.
- تحقيق الانتماء الشعوري: تمنح الفرد إحساساً بالانتماء، وتعزز شعوره بالأمان والدعم الاجتماعي.
- توجيه السلوك الاجتماعي: تعمل كمرشد للسلوك بحيث يتوافق مع القيم والمعايير المشتركة داخل الجماعة، وتقلل من حالات الارتباك أو الصراع مع الآخرين.

ثالثاً: الأبعاد النفسية والاجتماعية للهوية الاجتماعية

الهوية الاجتماعية ليست مجرد تصنيف معرفي، بل تتضمن أيضاً البعد الانفعالي والوجداني، إذ يرتبط الانتماء بالشعور بالفخر، والاعتزاز بالجماعة، أو بالعكس، بالشعور بالنزد أو الإقصاء عند تعرض الجماعة أو الفرد للرفض. كما أن الهوية الاجتماعية تؤثر في بناء الاتجاهات والمواقف تجاه الآخرين والجماعات المختلفة، وهو ما يظهر بوضوح في الثنائيات مثل "نحن/هم" في الحياة اليومية والخطاب الإعلامي.

المبحث الثاني: الانتماء الجماعي والذات الفردية

تلعب الجماعة الاجتماعية دوراً حاسماً في تكوين الهوية، إذ يتيح الانتماء للفرد الإحساس بالقبول والانتماء، بينما تحافظ الذات الفردية على الخصوصية والسمات الشخصية التي تميزه عن الآخرين. ويُعدّ التوازن بين هذين البعدين أساساً لفهم سلوك الفرد في المجتمع.

أولاً: الانتماء الجماعي

- الانتماء هو شعور الفرد بالقبول والارتباط بالمجموعة الاجتماعية التي ينتمي إليها، ويُعتبر تجربة عاطفية ونفسية واجتماعية في آن واحد. ويساهم الانتماء في:
- تعزيز الثقة بالنفس: حيث يشعر الفرد بالقبول والدعم من جماعته، ما يزيد من شعوره بالقيمة الذاتية.
- تماسك العلاقات الجماعية: فالانتماء يعزز الروابط الاجتماعية، ويحد من النزاعات الداخلية ضمن الجماعة.
- الالتزام بالمعايير الاجتماعية: إذ يميل الفرد إلى اتباع القواعد والقيم السائدة داخل جماعته لتأكيد انتمائه والحفاظ على الهوية المشتركة.
- ويشير علماء النفس الاجتماعي إلى أن الانتماء ليس مجرد علاقة عاطفية، بل يمتد ليكون آلية لتنظيم السلوك الاجتماعي، إذ يوجه الفرد في كيفية التصرف والتفاعل مع الآخرين، ويحدد مسارات المشاركة الاجتماعية.

ثانياً: الذات الفردية

على الرغم من تأثير الجماعة، يحتفظ الفرد بخصائصه الفردية، والتي تمثل الجانب الشخصي من الهوية. وتكوّن الذات الفردية من عناصر متعددة، أهمها:

- القيم الشخصية: المبادئ والمعتقدات التي يعتنقها الفرد بشكل مستقل عن الجماعة.

- الاهتمامات الخاصة: الهوايات، الأهداف، والميول التي تعكس تفرد الفرد.
- الخبرات الفردية: التجارب الشخصية التي تساهم في تشكيل إدراك الذات واستقلاليتها عن الجماعة.

وتظهر الدراسات أن التوازن بين الانتماء الجماعي والحفاظ على الذات الفردية يسهم في تطوير شخصية متوازنة، قادرة على التفاعل الاجتماعي الإيجابي، والتمتع بالاستقلالية، والقدرة على اتخاذ القرارات المستنيرة دون التضحية بالانتماء.

ثالثاً: العلاقة بين الانتماء والذات

يمكن النظر إلى الهوية الاجتماعية على أنها إطار تفاعلي ديناميكي يجمع بين:

- البعد الجماعي: شعور الانتماء والمشاركة والتأثير المتبادل.
 - البعد الفردي: الحفاظ على الخصوصية والسمات المميزة للفرد.
- وهذا التوازن هو الذي يفسر قدرة الفرد على الاندماج الاجتماعي، وتحقيق الذات في الوقت نفسه، ويشكل الأساس لفهم المواقف الاجتماعية، واتخاذ القرارات، والتفاعل مع الجماعات المختلفة.

المبحث الثالث: دور الاتصال والإعلام في بناء الهوية الاجتماعية

تلعب آليات الاتصال، سواء المباشرة أو الإعلامية، دوراً محورياً في تشكيل الهوية الاجتماعية للفرد والجماعة، إذ تعمل على نقل القيم، وترسيخ الانتماء، وإبراز التمايز بين الجماعات المختلفة. فالهوية الاجتماعية ليست ناتجاً تلقائياً عن الانتماء، بل تتشكل عبر التفاعل المستمر والاتصال الرمزي بين الأفراد والجماعات.

أولاً: الاتصال المباشر

يشمل الاتصال المباشر جميع أشكال التفاعل الحي بين الأفراد، مثل الحوار، النقاش، المشاركة في الأنشطة الجماعية، ويؤدي إلى:

- توضيح المعايير الجماعية: إذ يساهم الحوار والنقاش في تفسير القيم والسلوكيات المقبولة داخل الجماعة.
- تعزيز التماسك الاجتماعي: المشاركة المباشرة في الأنشطة الجماعية تنيّ الروابط بين الأفراد وتقوي الانتماء.
- تقوية الشعور بالانتماء: الفعاليات الجماعية والتفاعل اليومي يرسّخان شعور الفرد بأنه جزء لا يتجزأ من الجماعة.

يبرز هنا أن الاتصال المباشر يشكل القناة الأولى لبناء الهوية الاجتماعية، فهو يربط الفرد بجماعته ويتيح له اختبار مواقفه، والتكيف مع المعايير الاجتماعية بشكل حي.

ثانياً: الاتصال الإعلامي

تلعب وسائل الإعلام التقليدية والرقمية دوراً متزايداً في تشكيل الهوية الاجتماعية، من خلال:

- عرض نماذج اجتماعية: تقديم شخصيات، أدوار، وأفعال يُحتذى بها داخل الجماعة.
- تعزيز القيم المشتركة: نقل الرسائل الثقافية والاجتماعية التي تدعم الانتماء الجماعي.
- تقديم صور رمزية للجماعات: مثل الشعارات، الرموز، والطقوس التي تعكس هوية الجماعة.
- إبراز الفوارق والتميز بين المجموعات: الإعلام يوضح الاختلافات الثقافية والاجتماعية بين "نحن" و"هم"، ما يعزز شعور الانتماء الداخلي والتميز الخارجي.
- الاتصال الرقمي وبناء الهوية في العصر الرقمي، أصبح الفرد فاعلاً ومنتجاً لهويته الاجتماعية عبر الشبكات الاجتماعية، حيث يمكنه:
- التعبير عن هويته الفردية والجماعية من خلال المنشورات، الصور، ومقاطع الفيديو.
- اختيار الجماعات التي ينتمي إليها افتراضياً والانخراط في مجتمعات متخصصة عبر الإنترنت.

- إبراز التمايز عن الآخرين عبر المحتوى الذي يشارك فيه أو يتفاعل معه، مثل الانخراط في قضايا ثقافية، فنية، أو اجتماعية محددة.
- ويؤكد علماء الاتصال أن هذه العملية تجعل الهوية الاجتماعية ديناميكية ومتعددة الطبقات، حيث يتقاطع فيها الانتماء الجماعي مع الخصوصية الفردية، ويصبح الإعلام وسيطاً قوياً في إعادة صياغة المعايير والقيم وتعزيز الانتماء أو إبراز التمايز.

المبحث الرابع: التمايز بين الجماعات وأثره على السلوك الاتصالي

- يُعدّ التمييز بين الجماعات عنصراً أساسياً في فهم الهوية الاجتماعية، إذ يقوم على تحديد الاختلافات بين "نحن" و"هم"، ويساهم في تنظيم العلاقات الاجتماعية، وتعزيز الانتماء، وتوجيه السلوك الفردي والجماعي.
- أولاً: مفهوم التمايز بين الجماعات

التمييز بين الجماعات هو عملية إدراكية وسلوكية يقوم من خلالها الأفراد والجماعات بإبراز خصوصياتهم الثقافية والاجتماعية والقيمية مقارنة بالجماعات الأخرى.

ويهدف هذا التمايز إلى:

- تعزيز الهوية الجماعية: إذ يزيد شعور الأفراد بالانتماء والفخر بجماعتهم.
- توضيح الحدود الاجتماعية: تحديد من ينتمي إلى الجماعة ومن لا ينتمي، ما يسهل تنظيم التفاعل الاجتماعي.

- توجيه السلوك التفاعلي نحو الآخرين: حيث يؤثر التمايز في اختيار كيفية التفاعل مع الجماعات المختلفة، سواء بالتعاون أو التنافس أو الحياد.

ثانياً: أثر التمايز على الاتصال والسلوك الاجتماعي

- يظهر تأثير التمايز بين الجماعات على السلوك الاتصالي بعدة طرق، أهمها:
- اختيار الرسائل الموجهة للجماعة: يميل الأفراد إلى تبني أساليب اتصال تناسب قيم ومصالح الجماعة التي ينتمون إليها، ما يعزز شعور الانتماء والهوية.
- استخدام الرموز المشتركة للتمييز عن الآخرين: مثل الشعارات، الرموز الثقافية، الألوان، أو الطقوس التي تبرز الفروق بين الجماعات.
- تعزيز الانتماء وتقوية الهوية الجماعية: التمايز يتيح للأفراد التأكيد على تفرد جماعتهم، ويزيد الترابط الداخلي بين أعضائها.

ثالثاً: التمايز والهوية في السياق الإعلامي

تلعب وسائل الإعلام التقليدية والرقمية دوراً بارزاً في تعزيز التمايز بين الجماعات، من خلال:

- تقديم صور نمطية أو رموز مشتركة تبرز اختلاف الجماعات.
- التأكيد على الثنائيات مثل نحن/هم في الخطاب الإعلامي، ما يعمق الانتماء الداخلي ويبرز الاختلاف الخارجي.
- تشكيل المعايير والقيم المشتركة التي تميز كل جماعة عن الأخرى، مما يوجه السلوك التفاعلي للأفراد في المجتمع.

المبحث الخامس: الهوية الاجتماعية في الفضاء الرقمي

مع الثورة الرقمية وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح بناء الهوية الاجتماعية للفرد عملية ديناميكية ومتعددة الأبعاد، تمتد من الهوية الحقيقية إلى الهوية الرقمية، حيث يتيح الفضاء الرقمي فرصاً للتعبير عن الذات، والانتماء، والتميز، لكنه في الوقت نفسه يطرح تحديات نفسية واجتماعية.

أولاً: بناء الهوية الرقمية

يُقصد به كيفية التعبير عن الذات على المنصات الرقمية، من خلال المنشورات، الصور، الفيديوهات، أو حتى اختيار اسم المستخدم وصور الملف الشخصي. ويتيح هذا البعد للفرد:

- عرض شخصيته واهتماماته بشكل مميز عن الآخرين.
- إعادة صياغة صورة الذات بما يتوافق مع توقعاته الذاتية أو معايير جماعته الرقمية.
- تجربة أدوار جديدة في بيئة افتراضية قد تختلف عن الواقع الاجتماعي التقليدي.

ثانياً: الانتماء الافتراضي

- يمثل الانتماء الافتراضي مشاركة الفرد في مجموعات ومنصات على الإنترنت، سواء كانت ثقافية، اجتماعية، فنية، أو سياسية. ويسهم هذا البعد في:
- إيجاد مجتمعات داعمة تشارك الفرد قيمه واهتماماته.
 - تعزيز شعور الانتماء حتى عند غياب الاتصال المباشر التقليدي.
 - توسيع شبكات التواصل الاجتماعي بما يتجاوز القيود الجغرافية والثقافية.

ثالثاً: التمايز الرقمي

يشير التمايز الرقمي إلى إبراز الخصوصية والفردية في فضاءات عامة على الإنترنت، من خلال:

- اختيار محتوى المنشورات بما يعكس القيم والميول الفردية.
- الانخراط في قضايا أو مجموعات تميزه عن الآخرين.
- استخدام الرموز، الصور، أو العبارات التي تعزز الهوية الشخصية والجماعية.

رابعاً: تحديات الهوية الرقمية

تتداخل هذه الأبعاد الرقمية مع الهوية الحقيقية للفرد، ما يؤدي إلى مجموعة من التحديات النفسية والاجتماعية، أبرزها:

- المقارنة الاجتماعية المستمرة: متابعة الآخرين وقياس الذات بمعايير رقمية قد لا تعكس الواقع.
- التركيز على الاعتراف الاجتماعي: السعي للحصول على الإعجابات والتعليقات لتأكيد الهوية وقيمتها.
- تكوين الانطباعات عن الذات بناءً على التفاعل الرقمي: ما قد يؤدي إلى تعزيز الثقة بالنفس أو القلق الاجتماعي، حسب طبيعة التفاعل.

المبحث السادس: سئلة تقويمية الفصل الخامس مع إجابات نموذجية
السؤال الأول: عرف الهوية الاجتماعية، وبين أهم مكوناتها ووظائفها.
الإجابة النموذجية:

الهوية الاجتماعية هي الجزء من مفهوم الذات الذي ينبع من انتماء الفرد
لجماعة اجتماعية معينة، وتحدد هذه الهوية المواقف والقيم المشتركة، السلوكيات
المتوقعة داخل الجماعة، والمعايير الاجتماعية، والعلاقة بالآخرين داخل وخارج
الجماعة.

وظائفها:

1. معرفة الذات داخل الجماعة: يحدد الفرد موقعه الاجتماعي ودوره.
 2. تحقيق الانتماء الشعوري: يمنح شعوراً بالقبول والدعم الاجتماعي.
 3. توجيه السلوك الاجتماعي: يتوافق سلوك الفرد مع قيم ومعايير الجماعة.
- السؤال الثاني: اشرح الفرق بين الانتماء الجماعي والذات الفردية.

الإجابة النموذجية:

- الانتماء الجماعي: شعور الفرد بالارتباط والقبول داخل جماعته، ويعزز الثقة
بالنفس، التماسك الاجتماعي، والالتزام بالمعايير والقيم المشتركة.
- الذات الفردية: تمثل الخصوصية الفردية والقيم الشخصية والاهتمامات
والخبرات الخاصة، التي تميز الفرد عن الآخرين.
- التوازن بينهما: يسمح للفرد بالاندماج في المجتمع دون فقدان خصائصه
الشخصية.

السؤال الثالث: وضح دور الاتصال المباشر والإعلام في بناء الهوية الاجتماعية.
الإجابة النموذجية:

- الاتصال المباشر: يشمل الحوار، النقاش، والمشاركة في الأنشطة الجماعية، ويساعد على توضيح المعايير الجماعية، تعزيز التماسك، وتقوية الانتماء.
- الاتصال الإعلامي: يشمل وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، ويعمل على عرض نماذج اجتماعية، تعزيز القيم المشتركة، إبراز الرموز الجماعية، وإظهار التمايز بين الجماعات.

السؤال الرابع: ما معنى ثنائية "نحن/هم" في الاتصال الإعلامي، وما أثرها على الهوية والسلوك الاجتماعي؟
الإجابة النموذجية:

- معنى الثنائية: هي عملية التمييز بين الجماعة التي ينتمي إليها الفرد ("نحن") والجماعات الأخرى ("هم")، عبر الرموز والقيم والسلوكيات.
- أثرها: تعزز الانتماء الداخلي، توضح الحدود الاجتماعية، توجه السلوك التفاعلي، وتساهم في بناء الهوية الجماعية والفردية.

السؤال الخامس: اشرح أبعاد الهوية الاجتماعية في الفضاء الرقمي والتحديات المرتبطة بها.

الإجابة النموذجية:

أبعاد الهوية الرقمية:

1. بناء الهوية الرقمية: التعبير عن الذات عبر الصور والمنشورات والمحتوى الرقمي.

2. الانتماء الافتراضي: المشاركة في مجموعات ومنصات على الإنترنت.

3. التمايز الرقمي: إبراز الخصوصية والفردية ضمن فضاءات عامة.

التحديات:

- المقارنة الاجتماعية المستمرة مع الآخرين.
- التركيز على الاعتراف الاجتماعي (الإعجابات والتعليقات).
- تكوين الانطباعات عن الذات بناءً على التفاعل الرقمي، ما قد يؤدي إلى القلق الاجتماعي أو ضعف تقدير الذات.

السؤال السادس: ما العلاقة بين الانتماء، التمايز، والهوية الاجتماعية؟

الإجابة النموذجية:

- الهوية الاجتماعية تتشكل من توازن بين الانتماء الجماعي والتميز عن الآخرين.
- الانتماء يعزز الروابط والتماسك داخل الجماعة.
 - التميز يوضح الاختلاف عن الجماعات الأخرى، ويعزز الهوية الجماعية.
 - هذا التوازن يوجه السلوك الاتصالي للفرد داخل وخارج الجماعة.

خاتمة الفصل:

يُعدّ هذا الفصل امتداداً منطقيّاً للفصول السابقة التي تناولت التنشئة الاجتماعية وبناء الذات، إذ سلّط الضوء على الهوية الاجتماعية بوصفها إطاراً تفسيرياً أساسياً لفهم علاقة الفرد بالجماعات التي ينتمي إليها، ولمعنى الانتماء، والتميز، والتفاعل داخل المجتمع. وقد تبيّن أن الهوية الاجتماعية ليست معطى ثابتاً، بل هي عملية ديناميكية تتشكل وتتطور عبر التفاعل المستمر بين الفرد ومحيطه الاجتماعي.

كما أبرز الفصل أهمية التوازن بين الانتماء الجماعي والذات الفردية، حيث يتيح هذا التوازن للفرد أن يندمج في الجماعة دون أن يفقد خصوصيته، وأن يستمد من الجماعة الدعم والاعتراف، مع الاحتفاظ بفرادته وخبراته الشخصية. ويُعدّ هذا التوازن شرطاً لفهم السلوك الاجتماعي، سواء في سياق التفاعل اليومي أو في المواقف الاتصالية المختلفة.

وتوقف الفصل عند الدور المحوري للاتصال والإعلام في بناء الهوية الاجتماعية، من خلال ما يقدمانه من رموز، ونماذج، وقيم، ومعايير تسهم في ترسيخ الانتماء، أو في إبراز الفروق والحدود بين الجماعات. كما أظهر أن الإعلام، خاصة في شكله الرقمي، أصبح فاعلاً أساسياً في إعادة تشكيل الهويات، وإنتاج أشكال جديدة من الانتماء والتميز.

وفي هذا السياق، كشفت دراسة الهوية الاجتماعية في الفضاء الرقمي عن فرص جديدة للتعبير عن الذات وبناء الانتماءات الافتراضية، لكنها في الوقت ذاته

طرحت تحديات نفسية واجتماعية، مثل المقارنة الاجتماعية المستمرة، والسعي للاعتراف، وتأثير التفاعل الرقمي في تقدير الذات والاستقرار النفسي.

المراجع المستخدمة في الفصل الخامس:

- عبد الحميد، محمد. الاتصال والإقناع. القاهرة: عالم الكتب.
- راجح، أحمد عزت. سيكولوجية الاتجاهات. القاهرة: دار النهضة العربية.
- زهران، حامد عبد السلام. علم النفس الاجتماعي. القاهرة: عالم الكتب.
- مكاي، حسن عماد. نظريات الاتصال. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الفصل السادس

التفاعل الاجتماعي: الاتصال اللفظي وغير

اللفظي

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم التفاعل الاجتماعي

المبحث الثاني: الاتصال اللفظي

المبحث الثالث: الاتصال غير اللفظي

المبحث الرابع: التفاعل الاجتماعي والاتصال الإعلامي

المبحث الخامس: العلاقة بين اللغة والسلوك الاجتماعي

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل السادس

تمهيد:

يُعدّ التفاعل الاجتماعي محور دراسة الاتصال البشري، إذ يشكل الوسيلة الأساسية التي يعبر من خلالها الفرد عن نفسه، ويتبادل الأفكار والمشاعر مع الآخرين. ويشتمل التفاعل على أشكال متعددة من الاتصال، أهمها:

- الاتصال اللفظي: استخدام اللغة والكلمات لنقل المعاني، الأفكار، والرسائل بين الأفراد.

- الاتصال غير اللفظي: يشمل لغة الجسد، تعابير الوجه، الإيماءات، وتباعد المسافات بين الأفراد أثناء التفاعل.

ويمكن أهمية دراسة الاتصال غير اللفظي في أن له دلالات نفسية واجتماعية قوية، إذ يمكنه:

- تعزيز الرسائل اللفظية أو تضادها.
- الكشف عن المشاعر الحقيقية للفرد، مثل الفرح، الغضب، أو القلق.
- تنظيم التفاعل الاجتماعي من خلال التحكم في المسافة، التوجيه البصري، ونبرة الصوت.

كما أن لغة الجسد وتعابير الوجه والإيماءات والمسافة تشكل نظاماً معقداً من الإشارات، يمكن قراءته لمعرفة الحالة النفسية للشخص، ودرجة القرب أو البعد الاجتماعي، ومستوى القوة أو الهيمنة داخل التفاعل الجماعي.

ومن هذا المنطلق، يهدف هذا الفصل إلى فهم أشكال الاتصال اللفظي وغير اللفظي، ودلالاتها النفسية والاجتماعية، وتأثيرها على جودة التفاعل بين الأفراد، سواء في الحياة اليومية أو في السياقات التعليمية والمهنية والاجتماعية.

المبحث الأول: مفهوم التفاعل الاجتماعي

يُعدّ التفاعل الاجتماعي الركيزة الأساسية لفهم الاتصال البشري، إذ يمثل العملية التي يتم من خلالها تبادل الأفعال، والسلوكيات، والرسائل بين الأفراد بهدف تحقيق تفاهم، تأثير، أو استجابة متبادلة. وبذلك، يصبح التفاعل الاجتماعي أساساً لتكوين العلاقات، بناء الثقة، ونقل القيم والمعايير داخل الجماعات.

أولاً: تعريف التفاعل الاجتماعي

التفاعل الاجتماعي هو عملية ديناميكية ومتبادلة تنطوي على:

- مرسل ومستقبل لكل رسالة، بحيث يكون هناك استجابة متوقعة.
- تبادل الأفعال والسلوكيات، سواء كانت لفظية أو غير لفظية، لتحقيق تأثير أو تفاهم.
- إعادة إنتاج القيم والمعايير الاجتماعية عبر الممارسات اليومية والتواصل الجماعي.

ثانياً: خصائص التفاعل الاجتماعي

1. ازدواجيته: كل تفاعل يشمل طرفين على الأقل، أحدهما مرسل والآخر مستقبل، ويتطلب استجابة متبادلة لضمان فعاليته.

2. مرونته: يمكن تعديل التفاعل حسب السياق الاجتماعي، الظروف النفسية، أو قواعد الجماعة.
3. استمراريته: يمتد التفاعل عبر الزمن، ما يسهم في تكوين علاقات طويلة الأمد، سواء كانت شخصية، عائلية، أو جماعية.
4. التأثير المتبادل: كل طرف يؤثر في الآخر ويتأثر به، ما يجعل التفاعل عملية ديناميكية وبناءة تؤثر في سلوكيات ومواقف الأفراد.

ثالثاً: أهمية التفاعل الاجتماعي

- بناء العلاقات: التفاعل المتكرر يسهم في تقوية الروابط الاجتماعية وتعزيز الثقة بين الأفراد.
- نقل القيم والمعايير: من خلال التفاعل، يتم تبني القيم المشتركة والمعايير الاجتماعية التي تنظم سلوك الأفراد داخل الجماعة.
- تحقيق الفهم المتبادل: يتيح التفاعل تبادل المعلومات والمشاعر، ما يقلل من سوء الفهم ويعزز التعاون الاجتماعي.

المبحث الثاني: الاتصال اللفظي

يُعدّ الاتصال اللفظي أحد أشكال التفاعل الاجتماعي الأكثر وضوحاً وأهمية، حيث يعتمد على اللغة المنطوقة أو المكتوبة لنقل المعلومات، الأفكار، والمشاعر بين الأفراد. وهو أداة مركزية لفهم الآخرين وإيصال الرسائل بدقة ووضوح.

أولاً: تعريف الاتصال اللفظي

الاتصال اللفظي هو استخدام اللغة، سواء كانت منطوقة أو مكتوبة، لتبادل المعلومات والمعاني بين الأفراد. ويساعد هذا النوع من الاتصال على:

- تسهيل التفاهم بين الأشخاص.
- نقل المعلومات بشكل دقيق ومباشر.
- التعبير عن المشاعر والانفعالات بطريقة منظمة.

ثانياً: عناصر الاتصال اللفظي

يتكوّن الاتصال اللفظي من خمسة عناصر رئيسية:

1. المرسل: الشخص الذي ينقل الرسالة ويحدد الهدف والمحتوى.
2. الرسالة: المعلومات أو الأفكار التي يريد المرسل إيصالها.
3. الوسيلة: اللغة المستخدمة، سواء كانت منطوقة (حديث، خطاب) أو مكتوبة (رسائل، بريد إلكتروني).
4. المتلقي: الفرد الذي يستقبل الرسالة ويفسرها حسب معرفته وخبراته السابقة.

5. السياق: الظروف المحيطة التي تؤثر على فهم الرسالة، مثل المكان، الزمان، الخلفية الثقافية والاجتماعية.

ثالثاً: أهمية الاتصال اللفظي

يؤدي الاتصال اللفظي وظائف متعددة، منها:

- توضيح الأفكار والمعلومات: يساهم في تبسيط المفاهيم ونقل المعرفة.
- التعبير عن المشاعر والانفعالات: مثل الفرح، الحزن، أو الغضب، مما يسهل التفاهم العاطفي.
- تسهيل التعاون وحل المشكلات الجماعية: من خلال النقاش والحوار البناء.
- بناء الثقة وتعزيز العلاقات الاجتماعية: الاتصال الواضح يقلل من سوء الفهم ويقوي الروابط بين الأفراد.

المبحث الثالث: الاتصال غير اللفظي

يُعتبر الاتصال غير اللفظي جزءاً أساسياً من التفاعل الاجتماعي، إذ يكمل الاتصال اللفظي ويمنح الرسائل أبعاداً أعمق من حيث المعنى والتأثير. فهو يشمل نقل المشاعر والمعاني دون استخدام الكلمات، ويعتمد على الإيماءات، تعابير الوجه، لغة الجسد، النبرة الصوتية، والمسافة بين الأشخاص.

أولاً: تعريف الاتصال غير اللفظي

الاتصال غير اللفظي هو عملية إيصال الأفكار والمشاعر بدون كلمات، باستخدام الإيماءات وتعابير الوجه وحركات الجسم والنبرة الصوتية والمسافات الشخصية.

ويتميّز هذا النوع من الاتصال بعدة وظائف:

- تكلمة الاتصال اللفظي: تعزز الرسائل المنطوقة أو تغيّر تفسيرها.
- نقل المشاعر الدقيقة: مثل القلق، الغضب، الفرح، أو الحيرة، التي قد يصعب التعبير عنها بالكلمات.
- الإشارة إلى النوايا والصدق: يساعد على قراءة الشخص وفهم مواقفه الحقيقية.

ثانياً: أشكال الاتصال غير اللفظي

1. لغة الجسد: تشمل وضعية الجسم، الحركات، الإيماءات، والاتجاه الذي يتخذه الجسم أثناء التفاعل.

2. تعابير الوجه: مثل الابتسامة، العيوس، الدهشة، الغضب، الحزن، والتي تعكس الحالة الانفعالية للفرد.
 3. النبرة الصوتية والصوت: قوة الصوت، سرعة الكلام، التوقف، والتنغيم، والتي تؤثر على وضوح الرسالة وفهمها.
 4. المسافة الشخصية: المسافة بين الأفراد تحدد مستوى الراحة أو التوتر، وتختلف باختلاف العلاقات الاجتماعية والثقافية.
 5. الإيماءات الرمزية: مثل الإشارة بالإعجاب، الموافقة، أو الرفض، والتي تحمل معانٍ واضحة ضمن سياق التفاعل.
- ثالثاً: أهمية الاتصال غير اللفظي
- تعزيز أو نفي الرسالة اللفظية: يضيف عمقاً للرسائل أو يغير تفسيرها.
 - نقل المشاعر الدقيقة: يتيح التعبير عن الانفعالات التي لا يمكن للكلمات وحدها توصيلها.
 - توفير مؤشرات عن النوايا والصدق: يساعد في تقييم مدى صدق المرسل ونيته.
 - تفسير السلوك والتفاعل الاجتماعي: يسهم في فهم طبيعة العلاقات وديناميات المجموعة.

المبحث الرابع: التفاعل الاجتماعي والاتصال الإعلامي

مع الثورة الرقمية وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح التفاعل الاجتماعي لا يقتصر على اللقاءات المباشرة، بل يمتد إلى الفضاءات الرقمية، حيث تتفاعل الأفراد عبر منصات متعددة تعتمد على اللغة المكتوبة، الرموز التعبيرية، الصور، والفيديوهات.

أولاً: أشكال التفاعل الاجتماعي الرقمي

1. الرسائل النصية والمحادثات الفورية:

- تعتمد على الكلمات والرموز التعبيرية لنقل الرسائل والمشاعر.
- تمكن الأفراد من التواصل السريع والمباشر، حتى عند تباعدهم مكانياً.

2. مقاطع الفيديو والصور:

- تعكس الإشارات غير اللفظية الرقمية، مثل تعابير الوجه، الإيماءات، وحركات الجسم.
- تساعد على تقريب التجربة الواقعية للاتصال غير اللفظي داخل الفضاء الرقمي.

3. التعليقات والمشاركات:

- تعكس مستوى التفاعل الجماعي وتساهم في بناء وتعزيز الهوية الرقمية للفرد والجماعة.
- تظهر الدعم، الموافقة، أو الاختلاف، وتساهم في تكوين الانطباعات الاجتماعية.

ثانياً: أثر الاتصال الرقمي على التفاعل الاجتماعي

- تعزيز الانتماء الاجتماعي: يمكن للتفاعل الرقمي أن يقوي الروابط بين الأفراد داخل الجماعات الرقمية، ويزيد شعور الانتماء.
- تقليل فهم الإشارات غير اللفظية: الاعتماد على النصوص والرموز أحياناً يحد من قدرة الأفراد على قراءة الانفعالات الدقيقة.
- إمكانية سوء تفسير الرسائل: غياب العناصر غير اللفظية التقليدية قد يؤدي إلى سوء الفهم أو التفسيرات الخاطئة.

ثالثاً: العلاقة بين الاتصال الإعلامي والهوية الرقمية

- يسهم الاتصال الرقمي في بناء الهوية الاجتماعية الرقمية، حيث يختار الفرد الجماعات التي ينتمي إليها، ويبرز تمايزه من خلالها.
- تعمل المنصات الرقمية كأداة لنقل القيم والمعايير الاجتماعية، كما تمكن الأفراد من التعبير عن الذات وإعادة إنتاج الانتماء الجماعي بطريقة افتراضية.

المبحث الخامس: العلاقة بين اللغة والسلوك الاجتماعي

تشكل اللغة أحد الأعمدة الأساسية لفهم السلوك الاجتماعي، فهي ليست مجرد وسيلة لنقل المعلومات، بل أداة ديناميكية لبناء العلاقات، التعبير عن الهوية، وتوجيه السلوك الاجتماعي. وتظهر أهميتها من خلال التفاعل المتكامل بين الاتصال اللفظي وغير اللفظي.

أولاً: اللغة كأداة لبناء العلاقات

- إقامة الروابط الاجتماعية: تساعد الكلمات والتعابير على تعزيز الثقة والتقارب بين الأفراد.

- تنظيم التفاعل الجماعي: يحدد الأسلوب اللغوي قواعد التفاعل والاحترام المتبادل داخل الجماعة.

- التعبير عن الانتماء: يستخدم الفرد اللغة لإظهار انتمائه الثقافي والاجتماعي.

ثانياً: التكامل بين الاتصال اللفظي وغير اللفظي

- الرسائل المزدوجة: غالباً ما تترافق الكلمات مع الإيماءات، تعابير الوجه، ولغة الجسد، ما يعزز وضوح المعنى.

- تفسير المواقف الاجتماعية: قراءة الانفعالات والإشارات غير اللفظية تساعد على فهم النوايا والمواقف الحقيقية للآخرين.

- تجنب سوء الفهم: الاتصال المتكامل يقلل من الخلافات وسوء التقدير بين الأطراف.

ثالثاً: تأثير سوء فهم الإشارات غير اللفظية

- يؤدي غياب الفهم الصحيح للإيماءات وتعبيرات الوجه إلى سوء تفسير الرسائل.

- قد ينجم عنه صراعات أو تباعد اجتماعي بين الأفراد والجماعات.
- يعكس أهمية التدريب على قراءة الرسائل غير اللفظية وفهم السياقات الاجتماعية.

رابعاً: اللغة والسلوك الاجتماعي في الإعلام

- يعتمد المذيعون، المؤثرون، والمسوقون على التوازن بين الكلمات والإشارات غير اللفظية لجذب الانتباه وإيصال الرسائل بفعالية.
- يتم توظيف نبرة الصوت، الإيماءات، تعابير الوجه، والمسافة لزيادة التأثير النفسي والاجتماعي على الجمهور.
- يسهم هذا التوازن في توجيه المواقف والسلوكيات، تعزيز القيم، أو تغيير الاتجاهات لدى المتلقين.

أسئلة للمناقشة أسئلة تقييمية الفصل السادس مع إجابات نموذجية

السؤال الأول: عرف التفاعل الاجتماعي واذكر خصائصه.

الإجابة النموذجية:

- التعريف: التفاعل الاجتماعي هو العملية التي يتم من خلالها تبادل الأفعال والسلوكيات والرسائل بين الأفراد بهدف تحقيق تفاهم، تأثير، أو استجابة متبادلة.

• الخصائص:

1. ازدواجيته: يشمل رسلاً ومستقبلاً.
 2. مرونته: يمكن تغييره حسب السياق والظروف.
 3. استمراريته: يمتد عبر الزمن ويؤثر في العلاقات طويلة الأمد.
 4. التأثير المتبادل: كل طرف يؤثر في الآخر ويتأثر به.
- السؤال الثاني: ما هو الاتصال اللفظي؟ وما عناصره الأساسية؟
- الإجابة النموذجية:

- الاتصال اللفظي: استخدام اللغة المنطوقة أو المكتوبة لنقل المعلومات والمعاني بين الأفراد.

• عناصره:

1. المرسل: الشخص الذي ينقل الرسالة.
 2. الرسالة: المحتوى المراد إيصاله.
 3. الوسيلة: اللغة المنطوقة أو المكتوبة.
 4. المتلقي: من يستقبل الرسالة ويفسرها.
 5. السياق: الظروف المحيطة بالرسالة.
- السؤال الثالث: عرف الاتصال غير اللفظي واذكر أشكاله الأساسية.

الإجابة النموذجية:

- الاتصال غير اللفظي: نقل المعاني والمشاعر بدون كلمات، عبر الإيماءات، تعابير الوجه، لغة الجسد، النبذة الصوتية، والمسافة بين الأشخاص.

• أشكاله:

1. لغة الجسد: الحركات، وضعية الجسم.
 2. تعابير الوجه: الابتسامة، العبوس، الغضب.
 3. النبرة والصوت: قوة الصوت، سرعة الكلام، التوقف.
 4. المسافة الشخصية: القرب أو البعد بين الأفراد.
 5. الإيماءات الرمزية: مثل الإشارة بالموافقة أو الرفض.
- السؤال الرابع: ما أهمية الاتصال غير اللفظي في التفاعل الاجتماعي؟

الإجابة النموذجية:

- يعزز أو ينفي الرسالة اللفظية.
 - ينقل مشاعر ومواقف دقيقة يصعب التعبير عنها بالكلمات.
 - يوفر مؤشرات عن النوايا والصدق.
 - يساعد على تفسير السلوك وفهم الديناميات الاجتماعية.
- السؤال الخامس: كيف يؤثر الاتصال الرقمي على التفاعل الاجتماعي؟

الإجابة النموذجية:

- تعزيز الانتماء الاجتماعي: يربط الأفراد بالجماعات الرقمية ويقوي الروابط الافتراضية.
- تحديد الهوية الرقمية: يعكس الانتماء والتمايز بين الأفراد ضمن المنصات الرقمية.
- تقليل فهم الإشارات غير اللفظية: الاعتماد على النصوص والرموز أحياناً يحد من قراءة المشاعر الحقيقية.

- إمكانية سوء تفسير الرسائل: قد يؤدي غياب الإشارات التقليدية إلى سوء الفهم.

السؤال السادس: وضع العلاقة بين اللغة والسلوك الاجتماعي.

الإجابة النموذجية:

- اللغة ليست مجرد وسيلة لنقل المعلومات، بل أداة لبناء العلاقات، التعبير عن الهوية، وتوجيه السلوك.
- الاتصال اللفظي وغير اللفظي متكاملان لتفسير المواقف الاجتماعية.
- سوء فهم الإشارات غير اللفظية قد يؤدي إلى صراعات أو تباعد اجتماعي.
- في الإعلام، يعتمد المذيعون والمؤثرون والمسوقون على التوازن بين الكلمات والإشارات غير اللفظية لتوجيه الانتباه والتأثير في الجمهور.

خاتمة الفصل:

يبرز هذا الفصل أهمية التفاعل الاجتماعي باعتباره قلب العملية الاتصالية، حيث يشكل الاتصال اللفظي وغير اللفظي أداة لفهم السلوك الإنساني وبناء العلاقات الاجتماعية. كما أوضحنا أن اللغة والإيماءات وتعبيرات الوجه والمسافة بين الأفراد تشكل منظومة متكاملة لتفسير المواقف والانفعالات، وتوجيه السلوك في الحياة اليومية والمجال الرقمي.

كما تبين أن الاتصال الرقمي أضاف أبعاداً جديدة للتفاعل الاجتماعي، حيث أصبح للأفراد القدرة على التعبير عن الذات، الانتماء، والتميز ضمن فضاءات افتراضية، مع مراعاة التحديات المتعلقة بفهم الإشارات غير اللفظية.

ختاماً، يؤكد الفصل أن نجاح التفاعل الاجتماعي يعتمد على تكامل الاتصال اللفظي وغير اللفظي وفهم السياقات الاجتماعية والنفسية، وهو ما يشكل قاعدة لفهم العلاقات الإنسانية، وبناء الهوية الفردية والجماعية، وتعزيز التواصل الفعال في جميع ميادين الحياة.

المراجع المستخدمة في الفصل السادس:

- عبد الحميد، محمد. الاتصال والإقناع. القاهرة: عالم الكتب.
- راجح، أحمد عزت. سيكولوجية الاتجاهات. القاهرة: دار النهضة العربية.
- زهران، حامد عبد السلام. علم النفس الاجتماعي. القاهرة: عالم الكتب.
- مكاي، حسن عماد. نظريات الاتصال. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الفصل السابع

السلوك الجماعي: الحشود، التجمعات،

والتأثيرات الاجتماعية

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم السلوك الجماعي

المبحث الثاني: أنواع السلوك الجماعي

المبحث الثالث: ديناميات الحشود والتأثير الاجتماعي (توسعة)

المبحث الرابع: التأثيرات النفسية والاجتماعية للسلوك الجماعي

المبحث الخامس: أسئلة تقويمية وإجابات نموذجية

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل السابع

تمهيد:

يُعدّ السلوك الجماعي أحد أهم المواضيع في علم النفس الاجتماعي للاتصال، إذ يدرس كيفية تصرف الأفراد عندما يشكّلون جماعات أو حشوداً، وكيف تؤثر هذه الجماعات في اتخاذ القرارات، التعبير عن المواقف، وتشكيل الاتجاهات. فالفاعل داخل الجماعة يختلف عن سلوك الفرد بمفرده، حيث تتدخل عوامل مثل الانتماء، الضغط الاجتماعي، والأدوار الجماعية لتوجيه التصرفات.

عالج هذا الفصل أحد أكثر مجالات علم النفس الاجتماعي حساسيةً وتعقيداً، وهو السلوك الجماعي، بوصفه نمطاً من السلوك الإنساني الذي يظهر عندما يتفاعل الأفراد داخل الحشود أو التجمعات، حيث تتراجع الخصائص الفردية نسبياً لصالح ديناميات نفسية واجتماعية مشتركة. ففي مثل هذه السياقات، لا يعود السلوك محكوماً فقط بالوعي الفردي أو القيم الشخصية، بل يتأثر بقوة التفاعل الاجتماعي، والضغط الرمزية، والانفعالات الجماعية.

ينطلق الفصل من تحديد مفهوم السلوك الجماعي، مبيّناً خصائصه وتمييزه عن السلوك الفردي والسلوك المنظم داخل الجماعات الرسمية، مع التركيز على ظروف نشأته والعوامل المؤثرة فيه. ثم يتناول سيكولوجية الحشود، كما عالجتها الدراسات الكلاسيكية والمعاصرة، خاصة تلك التي أبرزت التحولات النفسية التي تطرأ على الفرد داخل الحشد، مثل ضعف الضبط الذاتي، وسيادة الانفعال، وقابلية التأثر بالإيحاء، كما عند غوستاف لوبون.

كما يخصص الفصل محوراً لـ العدوى الانفعالية، باعتبارها آلية نفسية مركزية في انتقال المشاعر والسلوكيات داخل التجمعات، حيث تنتشر الانفعالات بسرعة بين الأفراد، مؤديةً إلى تضخيم ردود الفعل الجماعية، سواء كانت إيجابية (الحماس، التضامن) أو سلبية (الخوف، العنف).

ويختتم التمهيد بإبراز دور الإعلام في تعبئة الجماهير وتوجيه السلوك الجماعي، من خلال الخطاب الإعلامي، والصورة، والتكرار، وصناعة الرموز، بما يجعل وسائل الإعلام فاعلاً أساسياً في تشكيل الرأي العام وتحفيز الاستجابات الجماعية، خصوصاً في السياقات السياسية والاجتماعية والأزمات.

وبذلك يُمكن هذا الفصل الطالب من فهم الآليات النفسية والاجتماعية التي تحكم السلوك الجماعي، ويبرز تقاطعه مع الاتصال والإعلام، تمهيداً لتحليل أعمق لتأثير الحشود في الواقع الاجتماعي المعاصر.

المبحث الأول: مفهوم السلوك الجماعي

السلوك الجماعي هو السلوك الذي يظهره الأفراد عند وجودهم ضمن مجموعة أو جماعة، ويختلف عن السلوك الفردي من حيث أنه يتأثر بعدة عوامل جماعية واجتماعية. ويمكن تعريفه بأنه مجموعة التصرفات التي يقوم بها الأفراد نتيجة تفاعلهم مع الآخرين ضمن جماعة، والتي غالباً ما تتشكل تحت تأثير الانتماء الجماعي، القواعد المشتركة، والضغط الاجتماعي.

أولاً: عناصر السلوك الجماعي

1. الانتماء الجماعي:

- شعور الفرد بالارتباط بالمجموعة يؤثر بشكل مباشر على قراراته وسلوكياته.
- مثال: الفرد في مباراة رياضية يتصرف بطريقة مختلفة عن سلوكه في حياته اليومية، متأثراً بحماس الجماهير وانتمائه للفريق.

2. القواعد والمعايير الجماعية:

- تحدد الجماعة ما هو مقبول وما هو مرفوض، ويقوم الأفراد بضبط سلوكهم وفق هذه القواعد.
- مثال: القوانين غير المكتوبة في الاجتماعات السياسية أو المؤتمرات التي تنظم الحديث وتحدد التفاعلات المقبولة.

3. الضغط الاجتماعي:

- يميل الفرد أحياناً إلى تعديل سلوكه لتجنب النقد أو الرفض من الآخرين.

- مثال: الشباب في مجموعات الأصدقاء قد يتبنون أسلوباً معيناً في الكلام أو اللباس لمجاعة المجموعة.

4. الخبرة المشتركة:

- التجارب السابقة والمواقف المشتركة بين الأفراد تساعد في توجيه السلوك الجماعي بشكل أسرع وأكثر انسجاماً.
- مثال: فرق العمل التي مرت بتجارب مشاريع سابقة تتعامل مع المشكلات الحالية وفق خبرة مشتركة وسلوكيات متفق عليها.

ثانياً: خصائص السلوك الجماعي

1. المرونة:

- القدرة على التكيف مع التغيرات السريعة في المواقف أو الظروف.
- مثال: الحشود في الاحتجاجات يمكن أن تغير مسارها أو شعاراتها وفق الأحداث المفاجئة.

2. التفاعل:

- كل فرد يتأثر بالآخرين ويؤثر فيهم، مما يجعل السلوك الجماعي عملية ديناميكية.
- مثال: في الاجتماعات أو النقاشات، ينتقل الحماس أو القلق بين الأعضاء ويغير من نمط السلوك الكلي للجماعة.

3. القابلية للتغيير:

- السلوك الجماعي قابل للتغير بسرعة، خصوصاً في المواقف الطارئة أو المشحونة عاطفياً، حيث يمكن أن ينتشر تأثير فردي على المجموعة كاملة.

- مثال: في حالة وقوع حادث مفاجئ في تجمع كبير، قد تنتشر حالة الذعر بين الأفراد بسرعة، مؤثرة على سلوك الجميع.
- ثالثاً: أهمية فهم السلوك الجماعي
- يساعد علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي على تفسير تصرفات الأفراد ضمن الحشود أو التجمعات.
- يمكن توظيف هذا الفهم في التخطيط للحشود، تنظيم الفعاليات، تصميم الحملات الإعلامية، أو إدارة الأزمات.
- يبرز دور الإعلام والاتصال الرقمي في تعزيز أو توجيه السلوك الجماعي، خاصة في الجماعات الافتراضية أو عبر الشبكات الاجتماعية.

المبحث الثاني: أنواع السلوك الجماعي

السلوك الجماعي لا يظهر بشكل موحد، بل يتخذ أشكالاً وأنماطاً مختلفة بحسب طبيعة الجماعة، الهدف من تجمعها، والسياق الاجتماعي والثقافي. يمكن تقسيمه إلى ثلاثة أنواع رئيسية: الحشود، التجمعات، والجماعات الرقمية.

1. الحشود (Crowds)

تعريف:

هي مجموعات من الأفراد تتجمع في مكان واحد لأغراض مشتركة، غالباً غير منظمة، وتتم بالانفعالية العالية.

خصائص الحشود:

- كثافة المشاعر والانفعالات: غالباً ما يسود الحماس أو الغضب أو الفرح بشكل جماعي.

- التأثير المتبادل: سلوك فرد واحد يمكن أن ينتقل بسرعة إلى الآخرين.

- فقدان بعض السيطرة الفردية: يشعر الأفراد أحياناً بأنهم جزء من الكل، مما يقلل من وعيم الذاتي.

- السلوك العاطفي الجماعي والفوري: التصرفات غالباً تكون متسعة وغير محسوبة.

أمثلة عملية:

- الاحتجاجات الشعبية أو المظاهرات.

- الجماهير الرياضية أثناء المباريات الهامة.

- تجمعات الطوارئ أثناء الكوارث الطبيعية.

2. التجمعات (Assemblies)

تعريف:

هي مجموعات منظمة لأهداف محددة، وغالباً ما تكون مصممة لتحقيق نتائج معينة أو نقل معلومات.

خصائص التجمعات:

- الانضباط والتوجيه الواضح: المشاركون يعرفون قواعد المشاركة والسلوك المتوقع.
 - أقل فوضوية: التنظيم المسبق يقلل من السلوك العفوي أو العاطفي.
 - تركيز على الهدف: غالباً ما تكون هناك خطة أو برنامج محدد.
- أمثلة عملية:

- المؤتمرات العلمية أو السياسية.
- الاجتماعات الرسمية للمنظمات والجمعيات.
- الفعاليات الثقافية أو الدينية المنظمة.

3. الجماعات الرقمية (Virtual Communities)

تعريف:

مجتمعات تتشكل عبر الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، حيث يتفاعل الأعضاء دون حضور مادي مباشر.

خصائص الجماعات الرقمية:

- التفاعل الافتراضي: المشاركون يتواصلون عبر التعليقات، المنشورات، الصور، والفيديوهات.

• تعزيز الانتماء: استخدام الرموز، المشاركات المشتركة، والإعجابات يخلق شعوراً بالارتباط الجماعي.

• قدرة على التأثير الجماعي: تنتشر الميمات، الترنندات، والمحتوى بسرعة كبيرة، مؤثرة في السلوك الفردي والجماعي.

أمثلة عملية:

• مجموعات المناقشة على فيسبوك أو واتساب.

• المنتديات الرقمية المهتمة بالقضايا الاجتماعية والسياسية.

• الحملات الرقمية التي تتوسع بسرعة عبر تويتر وإنستغرام.

ربط الأنواع بالديناميات الاجتماعية

• الحشود: تتأثر بالعواطف الفورية والانفعالات المشتركة، وغالباً ما تكون أقل عقلانية.

• التجمعات: أكثر عقلانية وانضباطاً، وتعكس التفاعل الاجتماعي المنظم.

• الجماعات الرقمية: تمزج بين الانتماء الافتراضي والتأثير الجماعي، مع ظهور

سلوكيات جماعية جديدة مثل الترنندات، الحشد الرقمي، والضغط الاجتماعي

عبر الشبكات.

المبحث الثالث: ديناميات الحشود والتأثير الاجتماعي (توسعة)

السلوك الجماعي لا ينشأ بشكل عشوائي، بل يخضع لديناميات محددة تتأثر بالعوامل النفسية والاجتماعية. فهم هذه الديناميات يساعد على تفسير تصرفات الأفراد في الحشود والتجمعات، سواء في الواقع أو في الفضاء الرقمي.

أولاً: نظريات السلوك الجماعي

1. نظرية العدوى (Le Bon - (1895

ترى هذه النظرية أن الأفراد في الحشود يفقدون وعيهم الفردي وينساقون وراء العاطفة الجماعية، ما يؤدي أحياناً إلى سلوكيات غير عقلانية. مبادئ أساسية:

- الحشد يعمل ككائن واحد، حيث تنتقل المشاعر والانفعالات بسرعة بين الأفراد.

- العقل الفردي يصبح أقل قدرة على التحليل المنطقي.

أمثلة:

- اندفاع الجماهير في احتجاجات مفاجئة.

- الهلع الجماعي أثناء الكوارث أو الحوادث.

2. نظرية التفاعل الرمزي (Blumer - (1969

- ترى أن السلوك الجماعي يتشكل عبر التفسيرات المشتركة والتفاعلات الرمزية بين الأفراد.

- كل فعل أو تصرف يُعطى معنى وفق السياق الجماعي وليس بمفرده.

أمثلة:

- استخدام الشعارات أو الرموز المشتركة في المظاهرات.
- تبني حركات الاحتجاج طريقة معينة في التعبير عن المطالب لتكون مفهومة ضمن الجماعة.

3. نظرية القواعد المشتركة: (1987) - Turner & Killian

- تفترض أن الأفراد يتبعون قواعد وسلوكيات متفق عليها ضمن الجماعة، ويصبح السلوك الجماعي نتيجة توجيه اجتماعي مشترك.
- يوضح هذا النموذج أن الجماعة ليست مجرد عدوى عاطفية، بل هناك إطار تنظيمي داخلي يحدد السلوك المتوقع.

أمثلة:

- التجمعات السياسية المنظمة التي تتبع تعليمات معينة.
 - مجموعات العمل أو المؤتمرات التي تفرض بروتوكولات محددة للحديث والتفاعل.
- ثانياً: تأثير الجماعة على الفرد

1. الامتثال (Conformity):

- الفرد يميل لمجاراة المجموعة لتجنب النقد أو الرفض الاجتماعي.
- مثال: الموظف الذي يتبع أسلوب زملائه في الاجتماع حتى لو كان يختلف مع رأيه الشخصي.

2. التضامن والانتماء:

- الانتماء للجماعة يعزز شعور الفرد بالهوية الجماعية ويزيد من الترابط بين الأعضاء.

- مثال: المشجع الرياضي الذي يشعر بالهوية مع فريقه ويشارك في الهتافات والاحتفالات الجماعية.

3. تغيير السلوك والاتجاهات:

- يمكن للجماعة تعديل مواقف الفرد وسلوكياته لتتوافق مع القيم المشتركة.
- مثال: طالب يغير نظره إلى قضية معينة بعد المشاركة في نقاش جماعي ضمن المدرسة.

4. تعزيز القوة النفسية:

- الانتماء يوفر دعماً نفسياً وسلوكياً ويزيد من الثقة بالنفس.
- مثال: الأعضاء في مجموعة دعم أو فريق تطوعي يشعرون بالقوة الجماعية ويكونون أكثر قدرة على مواجهة التحديات الفردية.

ثالثاً: أهمية دراسة ديناميات الحشود

- تساعد على فهم تصرفات الأفراد ضمن الحشود أو التجمعات وتفسير الانتشار السريع للأفكار والمشاعر.
- تمكن المنظمات والإعلام والمخططين الاجتماعيين من توجيه الجماعات بشكل آمن ومسؤول.
- تبرز أهمية التوازن بين الانفعال الفردي والقواعد الجماعية لتجنب السلوكيات الخطرة أو العنف الجماعي.

المبحث الرابع: التأثيرات النفسية والاجتماعية للسلوك الجماعي

السلوك الجماعي له آثار نفسية واجتماعية متعددة، تتراوح بين الإيجابية التي تدعم الفرد والمجتمع، والسلبية التي قد تؤدي إلى مشكلات وسلوكيات ضارة. فهم هذه التأثيرات يساعد على إدارة الحشود، تنظيم الفعاليات، وتوجيه الجماعات الرقمية والمادية بشكل مسؤول.

أولاً: التأثيرات الإيجابية

1. تعزيز الانتماء الاجتماعي وتقوية الروابط الجماعية:
 - الانخراط في مجموعة أو جماعة يزيد شعور الفرد بالهوية الجماعية والانتماء.
 - مثال: المشجع الرياضي أو المشاركون في حملة تطوعية يشعرون بالارتباط والتماسك الاجتماعي.
2. دعم الأهداف المشتركة والمبادرات المدنية والسياسية:
 - الحشود والتجمعات المنظمة يمكن أن تحقق أهدافاً جماعية أكبر من قدرة الفرد وحده.
 - مثال: المظاهرات السلمية التي تسعى لتحقيق تغييرات سياسية أو اجتماعية.
3. تحفيز المشاركة المجتمعية والتعاون بين الأفراد:
 - العمل الجماعي يزيد من التفاعل الإيجابي بين الأعضاء ويحفز التعاون والتضامن.
 - مثال: الفرق التطوعية والمبادرات الخيرية التي تعتمد على التفاعل الجماعي لتحقيق أهداف إنسانية.

ثانياً: التأثيرات السلبية

1. فقدان السيطرة الفردية:

- في الحشود العاطفية أو غير المنظمة، قد ينساق الأفراد وراء الانفعال الجماعي، مما يؤدي إلى سلوكيات عدوانية أو عنف.

- مثال: أعمال الشغب في الاحتجاجات أو مباريات كرة القدم.

2. انتشار سريع للسلوكيات غير المرغوبة أو التحيزات الاجتماعية:

- التحيزات، الصور النمطية، أو السلوكيات الخطرة يمكن أن تنتقل بسرعة بين الأفراد ضمن الجماعة.

- مثال: الهجمات اللفظية أو التنمر الجماعي عبر الشبكات الاجتماعية، وانتشار الشائعات الرقمية.

3. زيادة القلق الاجتماعي أو الضغط النفسي:

- بعض الأفراد قد يشعرون بالضغط لتتوافق مع سلوك الجماعة، ما يسبب توتراً نفسياً أو شعوراً بعدم الراحة.

- مثال: الضغط على الشباب للانخراط في تحديات خطيرة على الإنترنت لمجرد اتباع الترددات الجماعية.

ثالثاً: التوازن بين التأثيرات الإيجابية والسلبية

- الإدارة الواعية للسلوك الجماعي ضرورية لتقليل المخاطر وتعزيز الفوائد.
- يمكن توظيف التنشئة الاجتماعية، التعليم، والإعلام لتوجيه الحشود والمجموعات الرقمية نحو سلوكيات إيجابية.

- فهم هذه التأثيرات يمكن صناع السياسات، المنظمات المدنية، والقادة الاجتماعيين من تصميم استراتيجيات للتفاعل مع الجماعات بشكل آمن ومسؤول.

المبحث الخامس: أسئلة تقييمية وإجابات نموذجية
السؤال 1: عرف السلوك الجماعي واذكر أبرز خصائصه.
الإجابة النموذجية:

السلوك الجماعي هو السلوك الذي يظهره الأفراد عند تواجدهم ضمن مجموعة أو جماعة، ويتأثر بالانتماء الجماعي، القواعد والمعايير الاجتماعية، الضغط الاجتماعي، والخبرة المشتركة.
أبرز خصائصه:

- المرونة: القدرة على التغير وفق الظروف والمواقف.
 - التفاعل: كل فرد يتأثر بالآخرين ويؤثر فيهم.
 - القابلية للتغيير السريع، خصوصاً في الحالات الطارئة أو العاطفية المكثفة.
- السؤال 2: ما الفرق بين الحشود، التجمعات، والجماعات الرقمية؟ أعط أمثلة لكل نوع.

الإجابة النموذجية:

- الحشود: مجموعات غير منظمة ذات مشاعر عالية وانفعالات قوية، مثل: الجماهير الرياضية أو مظاهرات مفاجئة.

- التجمعات: مجموعات منظمة لأهداف محددة مع انضباط واضح، مثل: المؤتمرات العلمية أو الاجتماعات الرسمية.
 - الجماعات الرقمية: مجموعات افتراضية على الإنترنت تتفاعل بدون حضور مادي، مثل: مجموعات فيسبوك، المنتديات الرقمية، وحملات الترنند على تويتر.
- السؤال 3: اشرح بإيجاز ثلاث نظريات للسلوك الجماعي.
- الإجابة النموذجية:

- نظرية العدوى: (Le Bon) الأفراد في الحشد يفقدون وعيهم الفردي وينساقون وراء العاطفة الجماعية.
- نظرية التفاعل الرمزي: (Blumer) السلوك الجماعي يتشكل من التفاعلات والتفسيرات الرمزية المشتركة بين الأفراد.
- نظرية القواعد المشتركة: (Turner & Killian) الأفراد يتبعون قواعد وسلوكيات متفق عليها، والسلوك الجماعي نتيجة توجيه اجتماعي مشترك.

السؤال 4: كيف تؤثر الجماعة على الفرد؟

- الإجابة النموذجية:
- الامتثال: الفرد يميل لمجاراة المجموعة لتجنب الرفض الاجتماعي.
 - التضامن والانتماء: يزيد شعور الفرد بالهوية الجماعية.
 - تغيير السلوك والاتجاهات: تعدل الجماعة مواقف الفرد لتتوافق مع القيم المشتركة.
 - تعزيز القوة النفسية: يوفر الانتماء دعماً نفسياً وسلوكياً ويزيد الثقة بالنفس.

السؤال 5: اذكر التأثيرات النفسية والاجتماعية الإيجابية والسلبية للسلوك الجماعي.

الإجابة النموذجية:

الإيجابية:

- تعزيز الانتماء الاجتماعي وتقوية الروابط الجماعية.
- دعم الأهداف المشتركة والمبادرات المدنية والسياسية.
- تحفيز المشاركة المجتمعية والتعاون بين الأفراد.

السلبية:

- فقدان السيطرة الفردية أحياناً، ما يؤدي إلى سلوكيات عدوانية أو عنف.
- انتشار سريع للسلوكيات غير المرغوبة أو التحيزات الاجتماعية.
- زيادة القلق أو الضغط النفسي على الأفراد داخل الجماعة.

السؤال 6: ما دور الإعلام والاتصال في السلوك الجماعي؟

الإجابة النموذجية:

- تشكيل الحشود الرقمية والمادية وتوجيه الانتباه الجماعي.
- تعزيز الانتماء الجماعي عبر الرموز، الصور، والمنشورات المشتركة.
- التأثير على الرأي العام ونشر الرسائل بسرعة كبيرة.
- السيطرة على التأثيرات السلبية مثل العدوانية أو انتشار الشائعات.

خاتمة الفصل:

يُبرز هذا الفصل أن السلوك الجماعي يمثل بعداً أساسياً لفهم التفاعل بين الفرد والجماعة، حيث تتداخل العواطف، القيم، والمعايير الاجتماعية في تشكيل تصرفات الأفراد داخل الحشود والتجمعات، سواء في الواقع أو عبر الفضاء الرقمي. كما أظهرت الدراسة أن ديناميات الحشود والتجمعات الرقمية ليست مجرد ردود فعل عاطفية، بل تتأثر بالقواعد المشتركة، التفسيرات الرمزية، والانتماء الجماعي، ما يجعل السلوك الجماعي قابلاً للتفسير والتحليل.

ويُعد الإعلام والاتصال من الأدوات المحورية في توجيه السلوك الجماعي، سواء عبر تعزيز الانتماء والمشاركة الإيجابية، أو عبر السيطرة على التأثيرات السلبية مثل العدوانية أو انتشار التحيزات.

ختاماً، فإن فهم السلوك الجماعي يمنح الباحثين، صناع السياسات، والقادة الاجتماعيين إطاراً علمياً لإدارة الجماعات، تعزيز التماسك الاجتماعي، وحماية الأفراد من المخاطر النفسية والاجتماعية الناتجة عن التفاعل الجماعي، ويمكن من استثمار الطاقات الجماعية نحو الأهداف المشتركة والبناء الاجتماعي الإيجابي، بالقواعد المشتركة، التفسيرات الرمزية، والانتماء الجماعي، ما يجعل السلوك الجماعي قابلاً للتفسير والتحليل.

ويُعد الإعلام والاتصال من الأدوات المحورية في توجيه السلوك الجماعي، سواء عبر تعزيز الانتماء والمشاركة الإيجابية، أو عبر السيطرة على التأثيرات السلبية مثل العدوانية أو انتشار التحيزات.

ختاماً، فإن فهم السلوك الجماعي يمنح الباحثين، صناع السياسات، والقادة الاجتماعيين إطاراً علمياً لإدارة الجماعات، تعزيز التماسك الاجتماعي، وحماية الأفراد من المخاطر النفسية والاجتماعية الناتجة عن التفاعل الجماعي، ويمكن من استثمار الطاقات الجماعية نحو الأهداف المشتركة والبناء الاجتماعي الإيجابي.

المراجع المستخدمة في الفصل السابع:

- مجازي، مصطفى. الإنسان المهدور. الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي.
- زهران، حامد عبد السلام. علم النفس الاجتماعي. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الرحمن، علي. السلوك الجماعي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- مكاي، حسن عماد، والسيد، ليلى حسين. الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- بن نبي، مالك. شروط النهضة. دمشق: دار الفكر.

الفصل الثامن

العدوان والعنف في الإعلام: مقاربات نفسية

اجتماعية

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم العدوان والعنف

المبحث الثاني: العوامل النفسية للعدوان

المبحث الثالث: العوامل الاجتماعية للعدوان

المبحث الرابع: دور الإعلام في العدوان والعنف

المبحث الخامس: النظريات النفسية والاجتماعية للعدوان

المبحث السادس: العدوان والعنف في الفضاء الرقمي

المبحث السابع: أسئلة مناقشة وإجابات نموذجية

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل الثامن

تمهيد:

يعد العدوان والعنف من الظواهر النفسية والاجتماعية المعقدة التي تحظى باهتمام واسع في علم النفس الاجتماعي ودراسات الاتصال، نظراً لتداخل أبعادها الفردية والاجتماعية والثقافية. ولا يمكن فهم هذه الظواهر بمعزل عن تأثير الاتصال والإعلام، إذ تلعب الرسائل الإعلامية دوراً مباشراً وغير مباشر في تشكيل التصورات، وتوجيه الانفعالات، والتأثير في أنماط السلوك، خاصة لدى الأطفال والمراهقين.

فمضامين العنف التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة – كالتلفزيون، والإنترنت، ومنصات التواصل الاجتماعي، والألعاب الرقمية – قد تسهم في تعزيز السلوك العدواني عبر التقليد، والتطبيع مع العنف، وإضعاف الحساسية تجاه معاناة الآخرين، كما قد تُوظف في المقابل في الحد من العنف من خلال التوعية، ونشر ثقافة الحوار، وتعزيز القيم الاجتماعية الإيجابية. ومن هنا تتجلى خطورة الإعلام بوصفه أداة تأثير قوية قادرة على توجيه السلوك الفردي والجماعي.

ويهدف هذا الفصل إلى تحليل الأسس النفسية والاجتماعية للعدوان والعنف، مع التركيز على دور الاتصال والإعلام في إنتاج هذه الظواهر أو ضبطها، سعياً إلى بناء فهم علمي نقدي يُمكن الطالب من قراءة الخطاب الإعلامي وتقييم آثاره السلوكية في الواقع المعاصر.

المبحث الأول: مفهوم العدوان والعنف

أولاً: العدوان

يُعرّف العدوان بوصفه سلوكاً مقصوداً يصدر عن الفرد بهدف إلحاق الأذى بالآخرين، سواء كان هذا الأذى مادياً (جسدياً) أو معنوياً (نفسياً/رمزياً). ويُعدّ القصد عنصراً جوهرياً في التمييز بين العدوان وغيره من السلوكيات التي قد تُسبب ضرراً عرضياً غير متعمّد. ويرتبط السلوك العدواني بمجموعة من الدوافع النفسية والاجتماعية، مثل الإحباط، والتوتر، والصراع، والتعلم بالملاحظة، والتنشئة الاجتماعية.

ويأخذ العدوان أشكالاً متعددة، من أبرزها:

- **العدوان اللفظي:** ويتمثل في استخدام الكلمات أو النبرات أو الرسائل بقصد الإهانة أو التهديد أو السخرية، ويُعدّ من أكثر أنماط العدوان انتشاراً في التفاعلات اليومية ووسائل التواصل الاجتماعي، لما له من تأثير مباشر في تقدير الذات والصحة النفسية.

- **العدوان الجسدي:** ويشمل الأفعال التي تهدف إلى إلحاق أذى بدني مباشر بالآخرين، كالضرب والدفع والإيذاء، ويُعدّ أكثر وضوحاً وخطورة من حيث نتائجه الفورية.

- **العدوان الرمزي:** وهو شكل غير مباشر من العدوان، يتجسد في الإقصاء الاجتماعي، أو التجاهل المتعمّد، أو الوصم، أو التشهير، وغالباً ما يكون تأثيره النفسي عميقاً وطويل الأمد، رغم غياب الأذى الجسدي المباشر.

ويلاحظ أن العدوان قد يكون فردياً أو تفاعلياً، وقد يتعزز في سياقات معينة مثل المنافسة، أو الضغط الاجتماعي، أو التعرض المستمر لمضامين إعلامية عدوانية تُطبع العنف وتُضفي عليه شرعية ضمنية.

ثانياً: العنف

أما العنف فيُعد مفهوماً أشمل وأوسع من العدوان، إذ لا يقتصر على السلوك الفردي، بل يمتد ليشمل الجماعات والمؤسسات والمجتمع ككل. ويُعرف العنف بأنه استخدام القوة أو التهديد أو السلطة بشكل غير مشروع أو غير أخلاقي لإيذاء الآخرين، أو فرض السيطرة عليهم، أو انتهاك حقوقهم الأساسية. ويتميز العنف بعدة خصائص أساسية، من أهمها:

- **القوة والتهديد:** إذ يعتمد العنف على إظهار التفوق القهري، سواء كان جسدياً أو رمزياً أو مؤسسياً.
- **التحكم والإكراه:** حيث يهدف إلى إخضاع الآخر وسلبه حرية الاختيار أو التعبير، وهو ما يجعله أداة للهيمنة والسيطرة.
- **إمكانية التكرار والتأثير طويل الأمد:** فالعنف لا يخلف آثاراً آنية فقط، بل يترك تبعات نفسية واجتماعية ممتدة، مثل الصدمات النفسية، وتفكك الروابط الاجتماعية، وإعادة إنتاج دوائر العنف داخل المجتمع.
- **ويظهر العنف في صور متعددة، منها العنف الأسري، والعنف المدرسي، والعنف الرمزي والإعلامي، والعنف السياسي، ما يجعل دراسته ضرورة علمية**

لفهم اختلالات التفاعل الاجتماعي ودور الاتصال والإعلام في تكريس هذه الممارسات أو الحد منها.

وبذلك، يوضح هذا المبحث الفروق الدقيقة بين العدوان والعنف، مع إبراز العلاقة بينهما، تمهيداً لدراسة العوامل النفسية والاجتماعية والإعلامية التي تسهم في ظهورهما وانتشارهما في المجتمعات المعاصرة.

المبحث الثاني: العوامل النفسية للعدوان

يتناول هذا المبحث أهم العوامل النفسية التي تسهم في نشوء السلوك العدواني وتطوره، مبرزاً تفاعل الدوافع الداخلية مع الخصائص الشخصية والتنشئة الاجتماعية ومصادر التعلم، بما فيها الإعلام. ولا يظهر العدوان عادةً نتيجة عامل واحد، بل هو حصيلة تراكم معقد لعوامل نفسية واجتماعية وسياقية.

1. الدوافع الداخلية

- تعد الدوافع الداخلية من أبرز المحركات النفسية للعدوان، وفي مقدمتها:
 - الغضب: حالة انفعالية قوية قد تدفع الفرد إلى سلوكيات اندفاعية، خاصة عند ضعف القدرة على التنظيم الانفعالي.
 - الإحباط: ينشأ عن عرقلة الأهداف أو الحرمان، وقد يتحول إلى عدوان موجه نحو الذات أو الآخرين، خصوصاً عندما تغيب البدائل السلوكية.
 - الرغبة في السيطرة: يسعى بعض الأفراد إلى فرض الهيمنة لتعويض شعور بالنقص أو التهديد، ما يجعل العدوان أداة لتحقيق التفوق الرمزي أو المادي.

2. الخصائص الشخصية

- تلعب السمات الفردية دوراً حاسماً في قابلية الشخص للعدوان، ومن أهمها:
- الانفعالية العالية: حيث تزيد سرعة الاستثارة وحدة الاستجابات الانفعالية من احتمالات السلوك العدواني.
- ضعف ضبط النفس: قصور القدرة على كبح الدوافع الآتية واتخاذ قرارات متزنة.
- النزعة العدوانية المكتسبة: وهي استعدادات تتشكل عبر الخبرات السابقة والتكرار، فتصبح العدوانية نمطاً سلوكياً شبه ثابت.

3. التعلم الاجتماعي

يُفسر جزء كبير من العدوان عبر التعلم بالملاحظة والتقليد؛ إذ يتعلم الفرد السلوك العدواني عندما يشاهده مُكافئاً أو مُبرراً في محيطه الأسري أو في المحتوى الإعلامي. وقد أبرزت أعمال ألبرت باندورا أن مشاهدة نماذج عدوانية—خصوصاً لدى الأطفال—تعزز احتمالات التقليد، لا سيما إذا ارتبط السلوك بنتائج إيجابية أو غياب العقاب.

4. التنشئة الاجتماعية

- تؤثر أنماط التربية تأثيراً مباشراً في تشكيل المواقف من العدوان:
- التربية الصارمة أو العنيفة قد تُشرعن العدوان كوسيلة حلّ.
- التذبذب في العقاب يربك المعايير ويضعف الضبط الداخلي.

- التنشئة الداعمة للحوار تُسهم في خفض العدوان عبر تعليم مهارات التواصل وحل النزاعات.

وتشير دراسات متعددة إلى أن التعرض المستمر لمحتوى عنيف—خاصة عند اقترانه بخصائص انفعالية قوية وضعف الإشراف الأسري—يمكن أن يزيد الميل للعدوان، عبر التطبيع مع العنف وخفض الحساسية تجاه آثاره. وعليه، ننتضح أهمية المقاربة الوقائية التي تجمع بين التربية الواعية والإعلام المسؤول للحد من السلوك العدواني.

المبحث الثالث: العوامل الاجتماعية للعدوان

رَكَزَ هذا المبحث على العوامل الاجتماعية بوصفها إطاراً حاسماً في تفسير السلوك العدواني، إذ لا ينشأ العدوان في فراغ نفسي فردي، بل يتشكّل ويتعزّز داخل سياقات اجتماعية وثقافية وإعلامية محددة. ويُفهم السلوك العدواني هنا باعتباره نتاجاً للتفاعل بين الفرد وبنية الاجتماعية المحيطة.

1. الجماعة

تلعب الجماعة دوراً محورياً في توجيه السلوك، خاصة في مراحل الطفولة والمراهقة، حيث تزداد الحاجة إلى القبول والانتماء. ويظهر العدوان أحياناً نتيجة:

- الضغط الاجتماعي الذي يدفع الفرد إلى تبني سلوكيات عدوانية لتأكيد الولاء للجماعة.

- التقليد الجماعي حيث يصبح العدوان سلوكاً "طبيعياً" أو مقبولاً داخل المجموعة.

- ذوبان المسؤولية الفردية داخل الجماعة، ما يقلل من الشعور بالذنب ويزيد الجرأة على ممارسة العنف.

2. المجتمع

يسهم المجتمع بقيمه ومعاييره وقوانينه في تحديد ما إذا كان العدوان مرفوضاً أو مُبرراً:

- فالمجتمعات التي تُشرعن العنف رمزياً أو فعلياً (في الخطاب، أو التربية، أو الممارسة اليومية) قد تُعيد إنتاجه.
- في المقابل، تعمل المجتمعات التي تُعلي من قيم الحوار، والتسامح، واحترام القانون على الحد من السلوك العدواني عبر الضبط الاجتماعي والمؤسسات التربوية والقانونية.

كما تلعب العدالة الاجتماعية ومستويات الفقر والتمييز دوراً غير مباشر في زيادة التوترات والصراعات التي قد تتحول إلى عدوان.

3. الثقافة الإعلامية

تُعد الثقافة الإعلامية من أبرز العوامل الاجتماعية المعاصرة المؤثرة في العدوان، إذ:

- قد يُسهم الإعلام في ترسيخ صور العنف عبر التكرار، والتهويل، وتقديم العنف في قالب بطولي أو ترفيهي.
- أو قد يؤدي دوراً وقائياً من خلال التحذير من العنف، وفضح آثاره النفسية والاجتماعية، وتعزيز البدائل السلبية.

وتكمن الخطورة في قدرة الإعلام على تطبيع العنف وجعله جزءاً من المشهد اليومي، ما يُضعف الحساسية تجاهه، خاصة لدى الفئات الهشة.

4. البيئة الرقمية

أفرز التحول الرقمي أشكالاً جديدة من العدوان، من أبرزها:

- العنف الإلكتروني: الإساءة، التهديد، والتشهير عبر المنصات الرقمية.
 - التنمر عبر الإنترنت: الذي يمتاز بالاستمرارية، واتساع الجمهور، وصعوبة الهروب منه.
 - تأثير الشبكات الاجتماعية: حيث تُضخم السلوكيات العدوانية بفعل إخفاء الهوية، والسعي إلى التفاعل والانتباه، وضعف الرقابة.
- وتُظهر الدراسات أن هذا النوع من العدوان قد يكون أشدّ أثراً نفسياً من العدوان المباشر، لما يخلّفه من قلق، وعزلة، وتدني تقدير الذات.

المبحث الرابع: دور الإعلام في العدوان والعنف

1. تعزيز العدوان:

- الأفلام، الألعاب، والبرامج العنيفة تعرض نماذج سلوكية قد يقتدي بها المشاهد.

- التكرار يزيد من التعود وتقبل العدوان.

2. تخفيف العدوان:

- برامج التوعية، الإعلام التربوي، والرسائل السلبية يمكن أن تقلل السلوك العدواني.

- عرض حلول للصراعات، تعزيز التعاطف، والقُدوة الإيجابية.

3. العوامل الوسيطة:

- العمر، النضج الاجتماعي، التجربة السابقة، الشخصية، والتنشئة تؤثر في كيفية استقبال الرسائل الإعلامية.

المبحث الخامس: النظريات النفسية والاجتماعية للعدوان

يعرض هذا المبحث أهم النظريات النفسية والاجتماعية التي سعت إلى تفسير السلوك العدواني، مبرزاً تنوع المقاربات بين ما يركز على التعلم الفردي، أو الدوافع الانفعالية، أو الأثر التراكمي للمثيرات، أو الإطار الثقافي والاجتماعي العام، مع إبراز موقع الإعلام داخل هذه التفسيرات.

أولاً: نظرية التعلم الاجتماعي (ألبرت باندورا)

تفترض نظرية التعلم الاجتماعي أن العدوان سلوك مكتسب، يتعلمه الفرد من خلال الملاحظة والتقليد، لا سيما عندما يشاهد نماذج عدوانية تحقق أهدافها أو تحظى بالتعزيز. ولا يشترط في التعلم أن يكون عبر الخبرة المباشرة، بل يكفي التعرض المتكرر لنماذج سلوكية في الأسرة، أو المدرسة، أو وسائل الإعلام. وتعد تجربة دمية بوبو من أشهر الأدلة التجريبية على هذه النظرية، حيث أظهرت أن الأطفال الذين شاهدوا نماذج بالغة نتصرف بعدوانية قاموا بتقليد السلوك نفسه، وبدرجة أعلى عندما بدا العدوان مكافئاً أو غير معاقب. وتبرز هذه النتائج خطورة المحتوى الإعلامي العنيف، خاصة لدى الأطفال، لكونه مصدراً قوياً للنمذجة السلوكية.

ثانياً: نظرية الإحباط - العدوان

تنطلق هذه النظرية من فرضية مفادها أن الإحباط يولد نزعة عدوانية، وأن تعطل الأهداف أو إعاقه إشباع الحاجات قد يؤدي إلى توجيه العدوان نحو مصدر

الإحباط أو نحو بدائل رمزية. ولا يكون العدوان هنا حتمياً، لكنه احتمال يزداد بزيادة شدة الإحباط وغياب آليات التفريغ السلي.

وفي السياق الإعلامي، قد يُسهم الإعلام في زيادة مستويات الإحباط عبر:

- عرض صور مثالية ومبالغ فيها للنجاح والرفاه.
 - التركيز المكثف على الأخبار السلبية والأزمات.
 - إثارة مشاعر العجز أو المقارنة الاجتماعية السلبية.
- وهو ما قد ينعكس في سلوكيات عدوانية فردية أو جماعية.

ثالثاً: نظرية الإثارة المتكررة (نزع الحساسية)

تُشير هذه النظرية إلى أن التعرّض المستمر والمتكرر لمثيرات عنيفة—خصوصاً عبر الإعلام—يؤدي إلى تقليل الحساسية الانفعالية تجاه العنف، بحيث يصبح مشهداً عادياً لا يثير الاستنكار أو التعاطف. ومع الزمن، قد ترتفع عتبة الإثارة، فيحتاج الفرد إلى مستويات أعلى من العنف للشعور بالتأثير، ما يزيد من احتمالية تقبّل السلوك العدواني أو ممارسته.

وتكمن خطورة هذه الآلية في التطبيع التدريجي مع العنف، خاصة لدى الأطفال والمراهقين، حيث يتراجع الرفض الأخلاقي، وتضعف الاستجابة الانفعالية لمعاناة الآخرين.

رابعاً: النظرية الاجتماعية الثقافية

تنظر هذه المقاربة إلى العدوان باعتباره سلوكاً اجتماعياً مشروطاً بالثقافة، تحدده القيم والمعايير السائدة في المجتمع. فما يُعد عدواناً مرفوضاً في ثقافة ما قد

يُنظر إليه كتصرف مشروع أو مبرر في ثقافة أخرى، تبعاً للسياق التاريخي والاجتماعي والسياسي.

ويلعب الإعلام دوراً محورياً في هذه النظرية، بوصفه:

- ناقلاً للمعايير والقيم المتعلقة بالعنف والعدوان.
- أداة لإعادة إنتاج التصورات الثقافية حول القوة والهيمنة والصراع.
- وسيطاً قادراً على إما شرعنة العدوان أو إدانته وتفكيك مبرراته.

المبحث السادس: العدوان والعنف في الفضاء الرقمي

يتناول هذا المبحث أشكال العدوان والعنف في الفضاء الرقمي بوصفها امتداداً وتحولاً لأنماط العنف التقليدية، حيث أفرزت البيئة الرقمية ممارسات جديدة تتسم بالسرعة، واتساع النطاق، واستمرار الأثر، مع تغيير في طبيعة الفاعلين والضحايا وآليات الضبط الاجتماعي.

1. العنف الإلكتروني

يشير العنف الإلكتروني إلى كل سلوك عدواني يُمارَس عبر الوسائط الرقمية بقصد الإيذاء أو الإهانة أو التهديد، ومن أبرز مظاهره:

- التنمر الإلكتروني: الإساءة المتكررة، السخرية، التشهير، أو التهديد عبر المنصات الرقمية.
- الإساءة اللفظية الرقمية: التعليقات العدائية وخطاب الكراهية.
- الانتقام الرقمي: نشر محتوى خاص أو مُحرَج دون إذن، أو اختراق الحسابات بقصد الإيذاء.

ويمتاز هذا النوع من العنف بغياب المواجهة المباشرة، وإخفاء الهوية، وصعوبة الهروب من الإساءة بسبب الاستقرار وإمكانية إعادة النشر.

2. العنف الرمزي

يأخذ العنف في الفضاء الرقمي شكلاً رمزياً لا يقل خطورة عن العنف المباشر، ويتمثل في:

- الشائعات والأخبار الزائفة التي تسيء للأفراد أو الجماعات.
- نشر الصور والمقاطع المحرجة أو المفبركة.
- التضليل الإعلامي الذي يوجه الرأي العام ويشوه السمعة ويفاقم الاستقطاب.
- ويُعد هذا النمط خطيراً لتأثيره العميق في الصورة الاجتماعية والهوية الرقمية، وما يخلفه من آثار نفسية طويلة الأمد كالقلق والعزلة وفقدان الثقة.

3. دور وسائل التواصل الاجتماعي

تُسهّم وسائل التواصل الاجتماعي في تضخيم العنف الرقمي عبر خصائص بنيوية، من أبرزها:

- سرعة الانتشار وإمكانية الوصول إلى جمهور واسع في وقت قصير.
- تأثير المجموعة (القطيع الرقمي)، حيث تتضاعف الإساءة بفعل التفاعل الجماعي.
- الضغط الاجتماعي الافتراضي: السعي إلى القبول، وعدد الإعجابات، والتعليقات، ما قد يشجع على سلوكيات عدوانية لجذب الانتباه.
- الخوارزميات التي قد تُكافئ المحتوى الاستفزازي لارتفاع التفاعل معه.

4. التدخلات الممكنة

- لمواجهة العدوان والعنف في الفضاء الرقمي، تبرز مجموعة من التدخلات المتكاملة:
- التوعية والتربية الرقمية: تنمية الوعي بمخاطر العنف الإلكتروني، وتعزيز مهارات التفكير النقدي.
- الرقابة والتنظيم: سياسات واضحة للمنصات، وآليات تبليغ فعّالة، وتطبيق القوانين.
- توجيه الاستخدام: إشراف أسري وتربوي، وتحديد أوقات وأنماط الاستخدام.
- نشر قيم السلام والتسامح: دعم خطاب الاحترام، والتعاطف، والمسؤولية الرقمية، وإبراز القدوة الإيجابية.

المبحث السابع: أسئلة مناقشة وإجابات نموذجية

أسئلة للمناقشة

1. ما الفرق بين العدوان والعنف؟
2. كيف يسهم الإعلام في تعزيز السلوك العدواني؟
3. اشرح دور التعلم الاجتماعي في ظهور العدوان.
4. ما السلوكيات العدوانية الرقمية الأكثر شيوعاً لدى الشباب؟
5. الإجابة النموذجية.

الإجابة النموذجية

1. ما الفرق بين العدوان والعنف؟

العدوان هو سلوك فردي مقصود يهدف إلى إلحاق الضرر بالآخرين، وقد يكون ضرراً جسدياً أو نفسياً أو رمزياً، مثل الإهانة أو الضرب أو الإقصاء الاجتماعي.

أما العنف فهو مفهوم أوسع وأشمل، يتجاوز السلوك الفردي ليشمل استخدام القوة أو السلطة على مستوى الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات، ويتسم بالإكراه والسيطرة، ويخلف آثاراً نفسية واجتماعية طويلة الأمد. وعليه، يمكن القول إن كل عنف عدوان، وليس كل عدوان عنفاً.

2. كيف يسهم الإعلام في تعزيز السلوك العدواني؟

يسهم الإعلام في تعزيز السلوك العدواني من خلال:

- عرض نماذج سلوكية عنيفة في الأفلام والألعاب والبرامج، ما يجعلها قابلة للتقليد.
 - التكرار الذي يؤدي إلى التعود وتطبيع العنف وتقليل الحساسية تجاهه.
 - شرعنة العنف عبر تقديمه كوسيلة ناجعة لحل النزاعات أو تحقيق العدالة.
 - التهويل والإثارة في التغطيات الإعلامية، مما يزيد التوتر والانفعال لدى المتلقي.
- وتزداد خطورة هذا التأثير لدى الأطفال والمراهقين بسبب ضعف النضج النقدي وقابلية التقليد.

3. اشرح دور التعلم الاجتماعي في ظهور العدوان.

يرى اتجاه التعلم الاجتماعي أن العدوان سلوك مكتسب يتعلمه الفرد عبر الملاحظة والتقليد، دون الحاجة إلى تجربة مباشرة.

وقد بين ألبرت باندورا أن الأفراد، خاصة الأطفال، يقلّدون السلوك العدواني عندما:

- يشاهدون نماذج عدوانية في الأسرة أو الإعلام.
 - يلاحظون أن هذا السلوك يُكافأ أو لا يُعاقب.
- وتُعد تجربة دمية بوبو دليلاً واضحاً على أن مشاهدة العنف كفيلة بتعزيز السلوك العدواني، خصوصاً في غياب التوجيه والتنشئة السليمة.

4. ما السلوكيات العدوانية الرقمية الأكثر شيوعاً لدى الشباب؟

من أكثر السلوكيات العدوانية الرقمية انتشاراً لدى الشباب:

- التمرّ الإلكتروني: السخرية، الإهانة، التهديد عبر المنصات الرقمية.
 - الإساءة اللفظية وخطاب الكراهية في التعليقات والرسائل.
 - التشهير ونشر الشائعات أو المعلومات الكاذبة.
 - نشر الصور أو المقاطع المخرجة دون إذن (الانتقام الرقمي).
 - الإقصاء الرقمي من المجموعات والمنصات.
- وتتميّز هذه السلوكيات بخطورتها النفسية بسبب سرعة الانتشار، واستمرارية الأذى، وصعوبة ضبطها في الفضاء الرقمي.

خاتمة الفصل:

خلال هذا الفصل، تناولنا العدوان والعنف بوصفهما ظواهر نفسية واجتماعية معقدة، متأثرة بمجموعة من العوامل الفردية، والجماعية، والثقافية، والإعلامية. بينّا الفرق بين العدوان—الذي هو سلوك فردي مقصود—والعنف الذي يمتد ليشمل الجماعات والمجتمع، مع التأكيد على أن كل عنف عدوان، وليس كل عدوان عنف.

كما استعرضنا العوامل النفسية للعدوان، مثل الغضب، والإحباط، والخصائص الشخصية، والتعلم الاجتماعي، والتنشئة الأسرية، وأوضحنا كيف تساهم هذه العوامل في نشوء الميل العدواني لدى الأفراد. وفي المقابل، أظهرت العوامل الاجتماعية دور الجماعة، والقيم والمعايير المجتمعية، والثقافة الإعلامية، والبيئة الرقمية في تعزيز أو الحد من السلوك العدواني.

وتطرق الفصل أيضاً إلى دور الإعلام في تعزيز العدوان من خلال تقديم نماذج عنيفة وتكرار المشاهد المألوفة، أو في الحد من العدوان عبر التوعية والرسائل السلمية وتعزيز القدوة الإيجابية، مع مراعاة العوامل الوسيطة كالسن، والتنشئة، والخصائص الشخصية.

كما خصص الفصل قسماً مهماً للفضاء الرقمي، موضحاً أشكال العنف الإلكتروني والرمزي، وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في سرعة انتشار العدوان، وأهمية التدخلات الوقائية مثل التوعية الرقمية، والرقابة، وتعزيز قيم التسامح والسلام.

وأخيراً، أظهر الفصل أن العدوان والعنف ظواهر متعددة الأبعاد تتفاعل فيها النفس والبيئة والمجتمع والإعلام، ما يستدعي مقاربة شمولية للوقاية منها، تجمع بين التربية النفسية والاجتماعية، والإعلام المسؤول، والتوجيه الرقمي، لبناء مجتمع أكثر أمناً وسلوكاً سلبياً مستداماً.

المراجع المستخدمة في الفصل الثامن:

- زهران، حامد عبد السلام. علم النفس الاجتماعي. القاهرة: عالم الكتب.
- راجح، أحمد عزت. سيكولوجية العدوان والسلوك العدواني. القاهرة: دار النهضة العربية.
- عبد الحميد، محمد. الإعلام والسلوك العدواني. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الرحمن، علي. العنف والإدمان الرقمي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- مكاي، حسن عماد. الاتصال الرقمي وتأثيره على السلوك الاجتماعي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الفصل التاسع

التأثيرات الإعلامية على الأطفال والمراهقين

تمهيد

المبحث الأول: الخصائص النفسية والاجتماعية للأطفال والمراهقين

المبحث الثاني: التأثيرات النفسية للإعلام

المبحث الثالث: التأثيرات الاجتماعية للإعلام

المبحث الرابع: العوامل الوسيطة للتأثير الإعلامي

المبحث الخامس: دور الإعلام التربوي والإيجابي

المبحث السادس: تحديات الإعلام الحديث

المبحث السابع: أسئلة للمناقشة واجابات نموذجية

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل التاسع

تمهيد:

يعدّ الأطفال والمراهقون من أكثر الفئات العمرية تفاعلاً مع الرسائل الإعلامية، نظراً لخصوصية خصائص نموهم النفسي والمعرفي والانفعالي، وما يرافقها من قابلية مرتفعة للتأثر والتقمّص والمحاكاة. ففي هذه المراحل العمرية الحسّاسة، لا يقتصر دور الإعلام على الترفيه أو نقل المعلومات، بل يتجاوز ذلك ليصبح عاملاً فاعلاً في تشكيل التصورات، وبناء الاتجاهات، وغرس القيم والمعايير الاجتماعية.

وتنمّ الطفولة والمراهقة بكونهما مرحلتين تتكوّن فيهما ملامح الهوية الشخصية والاجتماعية، ويبحث فيهما الفرد عن نماذج يحتذي بها ومعانٍ يفسّر من خلالها العالم المحيط به. وهنا يبرز الإعلام بمختلف وسائطه - من الرسوم المتحركة والألعاب الإلكترونية إلى منصات اليوتيوب وشبكات التواصل - بوصفه مصدراً قوياً للتأثير، قد يحمل في طياته مضامين إيجابية تسهم في التعلم والتنمية، أو مضامين سلبية قد تؤدي إلى تشويه القيم، أو تعزيز السلوكيات غير المرغوبة.

ويهدف هذا الفصل إلى تسليط الضوء على العلاقة المعقدة بين الإعلام ونمو الطفل والمراهق، من خلال تحليل خصائص النمو النفسي في هذه المراحل، وبيان أسباب قابلية التأثر الإعلامي، ومناقشة دور الإعلام في بناء القيم والاتجاهات، مع التوقف عند أبرز الأشكال الإعلامية المعاصرة التي تستقطب هذه الفئة العمرية. وبذلك يسعى الفصل إلى تقديم إطار علمي يساعد على فهم التأثيرات الإعلامية، ويمهّد للتفكير في آليات التوجيه والحماية والتربية الإعلامية.

المبحث الأول: الخصائص النفسية والاجتماعية للأطفال والمراهقين

تُعدّ دراسة الخصائص النفسية والاجتماعية للأطفال والمراهقين مدخلاً أساسياً لفهم طبيعة تأثيرهم بالرسائل الإعلامية، إذ تتداخل في هذه المراحل عوامل النمو المعرفي والانفعالي والاجتماعي، بما يجعل الإعلام عنصراً مؤثراً في تشكيل السلوك والاتجاهات والقيم.

أولاً: الخصائص المرتبطة بالمرحلة العمرية

تتميّز مرحلة الطفولة بالاعتماد الكبير على التقليد والمحاكاة، حيث يميل الطفل إلى استنساخ السلوكيات التي يشاهدها لدى الكبار أو الشخصيات الإعلامية التي يتخذها قدوة. ويغيب في هذه المرحلة التمييز النقدي بين الواقع والخيال، مما يجعل الطفل أكثر عرضة لتبني ما يقدم له دون تحييص.

أما مرحلة المراهقة، فتتسم بالسعي نحو بناء الهوية الشخصية وتحقيق الاستقلالية عن الأسرة، ويصبح الفرد أكثر حساسية تجاه صور النجاح والقبول الاجتماعي التي يعكسها الإعلام. وفي هذا السياق، تتحول الرسائل الإعلامية إلى أدوات مرجعية قد تؤثر في تصورات المراهق عن ذاته، ومستقبله، ومكانته داخل المجتمع.

ثانياً: المرونة النفسية وقابلية التشكّل

يتميّز الأطفال والمراهقون بدرجة عالية من المرونة النفسية، حيث تكون المعتقدات والقيم في طور التكوّن ولم تصل بعد إلى درجة الثبات. هذه المرونة تجعلهم أكثر قابلية لاستيعاب الأفكار الجديدة، سواء كانت بناءة أم سلبية. ومن

هنا تبرز خطورة التعرض المكثف لمضامين إعلامية غير موجهة، كما تظهر في المقابل أهمية المحتوى الإيجابي القادر على تعزيز قيم التعاون، والاحترام، والمسؤولية.

ثالثاً: الانتماء الاجتماعي ودور جماعة الأقران

يُعدّ الانتماء إلى جماعة الأقران عنصراً محورياً في توجيه سلوك الأطفال والمراهقين، خاصة في مرحلة المراهقة حيث يتراجع تأثير الأسرة نسبياً لصالح الأصدقاء. وتلعب وسائل الإعلام دوراً في تشكيل معايير هذه الجماعات، من خلال فرض أنماط استهلاك، أو أذواق، أو سلوكيات معينة تصبح رمزاً للقبول الاجتماعي. وبهذا، قد يسهم الإعلام في توحيد السلوك داخل الجماعة أو في خلق ضغوط اجتماعية تدفع الفرد إلى التكيف القسري.

رابعاً: الحساسية العاطفية والانفعالية

تتم هذه الفئات العمرية بحساسية عاطفية مرتفعة، تجعلها تتأثر سريعاً بالمحتوى العاطفي أو الصادم، سواء تعلق الأمر بالعنف، أو الخوف، أو المبالغة في الإثارة. وقد ينعكس هذا التأثير في صورة قلق، أو خوف، أو تطبيع مع مشاهد العنف، أو حتى تقليد السلوكيات العدوانية، خاصة في ظل التكرار وغياب التوجيه.

المبحث الثاني: التأثيرات النفسية للإعلام

يمارس الإعلام تأثيراته النفسية على الأطفال والمراهقين عبر مستويات متداخلة تشمل الجانب المعرفي والانفعالي والسلوكي، حيث لا تقتصر الرسائل الإعلامية على نقل المعلومات، بل تسهم في بناء أنماط التفكير، وتشكيل الاستجابات العاطفية، وتوجيه السلوك اليومي. ويزداد هذا التأثير عمقاً بفعل التعرض المتكرر وسهولة الوصول إلى المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله.

أولاً: التأثير المعرفي

يتثل التأثير المعرفي في الدور الذي يلعبه الإعلام في تكوين معرفة الأطفال والمراهقين بالعالم المحيط بهم، بما يشمل من قيم، ومفاهيم، وصور ذهنية عن الذات والآخرين والمجتمع. فالطفل يكتسب من خلال البرامج التلفزيونية والرسوم المتحركة والألعاب الرقمية معلومات أولية حول العلاقات الاجتماعية، والأدوار الجندرية، ومعايير الصواب والخطأ.

كما تسهم الألعاب الرقمية والبرامج التعليمية في تنمية بعض القدرات المعرفية مثل الانتباه، وحل المشكلات، والتفكير المنطقي، خاصة عندما يكون المحتوى موجّهاً وهادفاً. غير أن الإفراط في التعرض لمضامين سطحية أو مشوّهة قد يؤدي إلى تشكّل معارف غير دقيقة، أو إلى إضعاف التفكير النقدي، خصوصاً لدى الفئات العمرية الأصغر.

ثانياً: التأثير الانفعالي

يؤثر الإعلام بشكل مباشر في الحياة الانفعالية للأطفال والمراهقين، إذ يعمل على إثارة مشاعر متعددة مثل الفرح، والخوف، والحزن، والغضب، والتعاطف. فالمشاهد الدرامية، أو العنيفة، أو العاطفية المكثفة قد تترك آثاراً انفعالية قوية، خاصة في ظل الحساسية العاطفية المرتفعة في هذه المراحل العمرية. وقد يؤدي التعرض المتكرر لمشاهد العنف إلى زيادة الحساسية أو التبدل الانفعالي تجاه الألم والمعاناة، بينما يسهم المحتوى الإيجابي في تعزيز مشاعر الأمان، والتفاؤل، والتعاطف الاجتماعي. ومن هنا تتضح أهمية طبيعة المحتوى الإعلامي في توجيه الاستجابات الانفعالية إما نحو التوازن النفسي أو نحو القلق والتوتر.

ثالثاً: التأثير السلوكي

يظهر التأثير السلوكي للإعلام من خلال التقليد والمحاكاة، حيث يميل الأطفال والمراهقون إلى تقليد الشخصيات الإعلامية التي يرون فيها نماذج جذابة أو ناجحة. وقد ينعكس ذلك في تبني سلوكيات عدوانية عندما يُقدّم العنف بوصفه وسيلة مشروعة لحل المشكلات، أو في اكتساب سلوكيات إيجابية عندما يبرز الإعلام قيم التعاون، والاحترام، والعمل الجماعي.

كما يمكن للإعلام أن يسهم في تبني عادات وسلوكيات جديدة، مثل حب القراءة، أو ممارسة النشاط البدني، أو الاهتمام بالعلم والمعرفة، وذلك من خلال البرامج التربوية والتثقيفية الهادفة التي تقدّم نماذج سلوكية إيجابية قابلة للاقتداء.

المبحث الثالث: التأثيرات الاجتماعية للإعلام

لا يقتصر دور الإعلام في حياة الأطفال والمراهقين على التأثير النفسي الفردي، بل يمتد ليشمل البعد الاجتماعي، حيث يسهم في عمليات التنشئة الاجتماعية، وبناء الهوية، وتنظيم العلاقات داخل الجماعة، وتشكيل المعايير التي تضبط السلوك الاجتماعي. ويغدو هذا الدور أكثر وضوحاً في ظل هيمنة الإعلام الرقمي وتداخل الفضاء الافتراضي مع الواقع الاجتماعي.

أولاً: الإعلام والتنشئة الاجتماعية

يُعدّ الإعلام أحد أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية الحديثة إلى جانب الأسرة والمدرسة، إذ يشارك في نقل القيم والمعايير والسلوكيات المقبولة اجتماعياً. فمن خلال القصص، والبرامج، والرسوم المتحركة، يتعرّف الأطفال على مفاهيم مثل التعاون، والاحترام، والانضباط، والمسؤولية الاجتماعية. وفي المقابل، قد يسهم الإعلام غير الموجه في تمرير قيم سلبية أو أنماط سلوكية تتعارض مع ثقافة المجتمع، خاصة عندما يُقدّم المحتوى دون سياق نقدي أو توجيهي.

ثانياً: الهوية والانتماء الاجتماعي

يسهم الإعلام بشكل فعال في تكوين الهوية الفردية والاجتماعية للأطفال والمراهقين، حيث يجدون في الشخصيات الإعلامية والمشاهير نماذج يحتذون بها في المظهر، والسلوك، وطريقة التفكير. ويزداد هذا التأثير في مرحلة المراهقة، التي تتميز بالبحث عن الذات والانتماء. وقد يؤدي هذا التماهي إلى تعزيز الثقة بالنفس

والشعور بالانتماء، أو إلى خلق صراعات داخلية عندما تكون النماذج الإعلامية بعيدة عن الواقع الاجتماعي والثقافي للفرد.

ثالثاً: العلاقات الجماعية وجماعة الأقران

تُسهّم وسائل الإعلام الرقمية، ولا سيما شبكات التواصل الاجتماعي، في إعادة تشكيل العلاقات الجماعية، حيث يصبح تبادل المحتوى، والتعليق عليه، والمشاركة فيه وسيلة لبناء الروابط داخل جماعة الأقران. ويؤثر هذا التفاعل في اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم، إذ يميل الأطفال والمراهقون إلى تبني ما يحظى بالقبول داخل الجماعة، تفادياً للعزلة أو الرفض الاجتماعي. وهنا يتحول الإعلام إلى وسيط يعزز التوافق الجماعي، لكنه قد يفرض في الوقت نفسه ضغوطاً اجتماعية غير مباشرة.

رابعاً: تشكيل المعايير الاجتماعية

يلعب الإعلام دوراً محورياً في تحديد المعايير الاجتماعية المتعلقة بالجمال، والنجاح، وأنماط الحياة، والتصرف السليم. فالصورة المتكررة التي يقدمها الإعلام حول الشكل المثالي، أو النجاح المادي، أو الشهرة، قد تؤثر في تطلعات الأطفال والمراهقين وتقييمهم لذواتهم. وقد يسهم ذلك في رفع الطموح والدافعية، أو في خلق شعور بعدم الرضا والضغط الاجتماعي إذا تعذّر تحقيق هذه المعايير.

المبحث الرابع: العوامل الوسيطة للتأثير الإعلامي

يحدث التأثير الإعلامي على الأطفال والمراهقين بشكل آلي أو موحد، بل يتحدد بوجود مجموعة من العوامل الوسيطة التي تتحكم في شدة التأثير ونوعه، وقد تجعله إيجابياً أو سلبياً. وتساعد دراسة هذه العوامل على فهم الفروق الفردية في الاستجابة للرسائل الإعلامية، كما تبرز دور البيئة النفسية والاجتماعية المحيطة بالفرد.

أولاً: العمر ومرحلة التطور النفسي

يعدّ العمر من أهم العوامل المحددة للتأثير الإعلامي، إذ تختلف حساسية الأطفال والمراهقين للمحتوى الإعلامي باختلاف مراحل النمو النفسي والمعرفي. فالطفل الصغير يتعامل مع الرسائل الإعلامية بصورة حرفية، ويصعب عليه التمييز بين الخيال والواقع، بينما يصبح المراهق أكثر قدرة على الفهم والتحليل، لكنه في الوقت نفسه أكثر عرضة للتأثر بالرموز المرتبطة بالهوية والقبول الاجتماعي. وعليه، فإن مضموناً واحداً قد يكون آمناً أو مفيداً لفئة عمرية، وخطراً أو مربكاً لفئة أخرى.

ثانياً: التنشئة الأسرية والرقابة الوالدية

تلعب الأسرة دوراً محورياً في توجيه العلاقة بين الطفل أو المراهق ووسائل الإعلام، من خلال الرقابة، والإرشاد، والمرافقة الإعلامية. فوجود حوار أسري حول ما يُشاهد أو يُستهلك رقمياً يساهم في تفسير الرسائل الإعلامية، والحد من آثارها السلبية. كما أن وضع ضوابط زمنية ونوعية للاستخدام يقلل من مخاطر الإدمان الإعلامي أو التعرض لمحتوى غير مناسب.

ثالثاً: الخبرة السابقة والمعرفة

تُسهّم الخبرة السابقة والمعرفة المتراكمة لدى الطفل أو المراهق في تقليل حدة التأثير السلبي، إذ تساعده على فهم السياق الحقيقي للرسائل الإعلامية وتمييز المبالغة أو التضليل. فكلما زاد مستوى الوعي والتثقيف الإعلامي، أصبح الفرد أكثر قدرة على التعامل النقدي مع المحتوى، وأقل عرضة للتقليد الأعمى أو التقبّل غير الواعي.

رابعاً: نوعية المحتوى الإعلامي

تعدّ نوعية المحتوى من أكثر العوامل تأثيراً في النتائج النفسية والاجتماعية للتعرض الإعلامي. فالمضامين التي تتضمن العنف، أو الإثارة الجنسية، أو الصور الصادمة قد تزيد من المخاطر النفسية والسلوكية، خاصة لدى الفئات العمرية الأصغر. في المقابل، يسهم المحتوى التربوي والتثقيفي في تعزيز التعلم، وتنمية القيم الإيجابية، وبناء السلوك الاجتماعي السليم. ومن هنا تبرز أهمية الانتقاء الواعي للمحتوى المناسب.

خامساً: وسيلة الإعلام المستخدمة

تختلف وسائل الإعلام في طبيعة تأثيرها تبعاً لخصائصها التقنية والتفاعلية. فالتلفزيون يعدّ وسيلة جماهيرية ذات تأثير بصري مباشر، بينما تتميز الألعاب الإلكترونية والإنترنت بدرجة عالية من التفاعل والانغماس، مما قد يزيد من شدة التأثير. أما وسائل التواصل الاجتماعي، فتجمع بين التفاعل والمشاركة والضغط الجماعي، وهو ما يجعل تأثيرها مربكاً ومعقّداً، خاصة في مرحلة المراهقة.

المبحث الخامس: دور الإعلام التربوي والإيجابي

يمثل الإعلام التربوي أحد أهم الآليات المعاصرة في توجيه التأثير الإعلامي نحو مسار إيجابي، خاصة لدى الأطفال والمراهقين، إذ يمكن توظيفه كأداة فعّالة في التعليم، والتنشئة، وبناء السلوك القيمي السليم. ويزداد هذا الدور أهمية في ظل الانتشار الواسع لوسائل الإعلام الرقمية، وما تتيحه من إمكانيات تفاعلية وتربوية متقدمة.

أولاً: البرامج التعليمية وتنمية المعرفة

تسهم البرامج التعليمية في تعزيز المعرفة وتنمية المهارات العقلية واللغوية والاجتماعية لدى الأطفال والمراهقين، من خلال تبسيط المفاهيم وتقديمها في قالب جذاب يتناسب مع خصائص النمو. كما تساعد هذه البرامج على دعم التعلم المدرسي، وتحفيز حب الاستطلاع، وتشجيع التفكير الإبداعي، خاصة عندما تراعي الفروق الفردية وتستخدم أساليب بصرية وسمعية متنوعة.

ثانياً: الرسائل التوعوية وبناء السلوك الصحي

يلعب الإعلام التربوي دوراً مهماً في نشر الرسائل التوعوية التي تهدف إلى مكافحة العنف، وتعزيز السلوكيات الإيجابية مثل النظافة، والصحة، واحترام الآخر، وحماية البيئة. وتتميز هذه الرسائل بقدرتها على الوصول السريع والتأثير الواسع، خاصة عندما تُصاغ بلغة بسيطة وصور قريبة من عالم الطفل والمراهق، مما يجعلها أكثر قابلية للاستيعاب والتطبيق.

ثالثاً: المحتوى التفاعلي الرقمي

يُعدّ المحتوى التفاعلي الرقمي، مثل الألعاب التعليمية والتطبيقات التفاعلية، من أبرز أشكال الإعلام الإيجابي المعاصر، لما يوفره من تفاعل مباشر ومشاركة نشطة في عملية التعلم. ويسهم هذا النوع من المحتوى في تنمية مهارات حل المشكلات، واتخاذ القرار، والعمل الجماعي، كما يربط التعلم بالمتعة، مما يزيد من دافعية الأطفال والمراهقين لاكتساب المعرفة بطريقة غير تقليدية.

رابعاً: المشاهير كنماذج وقدوة إيجابية

تلعب الشخصيات الإعلامية والمشاهير دوراً مؤثراً في توجيه سلوك الأطفال والمراهقين، نظراً لما يحظون به من إعجاب وتأثير رمزي. وعندما تُوظف هذه الشخصيات بوصفها قدوة إيجابية، فإنها تسهم في تعزيز السلوك المرغوب، مثل الاجتهاد، والانضباط، والعمل الخيري، واحترام القيم الإنسانية. غير أن هذا الدور يتطلب وعياً إعلامياً يحرص على تقديم نماذج متوازنة ومسؤولة.

المبحث السادس: تحديات الإعلام الحديث

أبرز التطور السريع لوسائل الإعلام الرقمية تحديات عميقة تمس الصحة النفسية والاجتماعية للأطفال والمراهقين، إذ لم يعد الإعلام مجرد وسيط ناقل للمعلومة، بل أصبح فضاءً تفاعلياً مفتوحاً تتداخل فيه التأثيرات الإيجابية مع مخاطر متزايدة، تتطلب وعياً تربوياً ومجتمعياً متجدداً.

أولاً: العنف الرقمي والتنمر الإلكتروني

يُعدّ العنف الرقمي والتنمر الإلكتروني من أخطر تحديات الإعلام الحديث، لما لهما من آثار مباشرة على الصحة النفسية للأطفال والمراهقين. فالتعرض المتكرر للإساءة، أو السخرية، أو التهديد عبر الفضاء الرقمي قد يؤدي إلى القلق، والاكتئاب، وتدني تقدير الذات، وقد يصل في بعض الحالات إلى العزلة الاجتماعية أو السلوكيات الانسحابية. وتزداد خطورة هذا النوع من العنف لكونه مستمراً وغير مرتبط بمكان أو زمان محدد.

ثانياً: المحتوى غير المناسب

يشكل المحتوى غير المناسب، مثل مشاهد العنف، أو المضامين الجنسية، أو اللغة النابية، تحدياً حقيقياً للتنشئة السليمة، خاصة في ظل سهولة الوصول إليه وضعف الرقابة. وقد يسهم هذا النوع من المحتوى في تشويه المنظومة القيمية، أو تطبيع السلوكيات المنحرفة، أو إثارة اضطرابات نفسية لدى الأطفال والمراهقين الذين لا يمتلكون بعد القدرة على الفهم النقدي أو الضبط الذاتي.

ثالثاً: الإدمان على الشاشات

أدى الاستخدام المفرط للأجهزة الرقمية إلى بروز ظاهرة الإدمان على الشاشات، والتي تنعكس سلباً على نمط حياة الأطفال والمراهقين. فمن مظاهرها قلة الحركة والنشاط البدني، وضعف التركيز والانتباه، وتراجع التحصيل الدراسي، إضافة إلى اضطرابات النوم نتيجة التعرض الطويل للضوء الأزرق والمحتوى المثير

قبل النوم. ويؤثر هذا الإدمان في التوازن النفسي والجسدي على المدى القريب والبعيد.

رابعاً: المقارنة الاجتماعية وتقدير الذات

تُسهّم شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المقارنة الاجتماعية، حيث يتعرض الأطفال والمراهقون لصور نمطية لحياة مثالية تُعرض بشكل انتقائي ومبالغ فيه. وقد تؤدي هذه المقارنات إلى شعور بالنقص، أو عدم الرضا عن الذات، أو اضطرابات في تقدير الذات، خاصة عندما يقيس الفرد قيمته الشخصية بعدد الإعجابات أو المتابعين. ويزداد هذا الأثر في مرحلة المراهقة، التي تتسم بالحساسية تجاه صورة الذات والقبول الاجتماعي.

المبحث السابع: أسئلة للمناقشة واجابات نموذجية

أسئلة للمناقشة

1. ما العوامل النفسية التي تجعل الأطفال أكثر تأثراً بالإعلام؟
2. كيف يمكن للأسر تقليل التأثيرات السلبية للإعلام على الأطفال؟
3. أعط مثلاً على تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الاجتماعية للمراهقين.
4. ما الفرق بين التأثير المعرفي والانفعالي للإعلام؟

إجابات نموذجية - أسئلة للمناقشة

1. ما العوامل النفسية التي تجعل الأطفال أكثر تأثراً بالإعلام؟
يرجع تأثير الأطفال بالإعلام إلى عدة عوامل نفسية، أهمها عدم اكتمال النمو المعرفي، وضعف القدرة على التفكير النقدي والتمييز بين الواقع والخيال، إضافة إلى الميل الفطري إلى التقليد والمحاكاة. كما تتميز مرحلة الطفولة بمرونة نفسية عالية تجعل القيم والمعتقدات في طور التشكل، إلى جانب الحساسية الانفعالية التي تجعل الطفل يتأثر سريعاً بالمحتوى العاطفي أو المثير.
2. كيف يمكن للأسر تقليل التأثيرات السلبية للإعلام على الأطفال؟
يمكن للأسر الحد من التأثيرات السلبية للإعلام من خلال المرافقة والرقابة الواعية، وليس المنع المطلق، وذلك عبر اختيار المحتوى المناسب للعمر، وتحديد أوقات الاستخدام، وتشجيع الحوار حول ما يشاهده الطفل. كما يسهم تنمية الوعي الإعلامي لدى الأطفال وتعزيز القيم الأسرية في تمكينهم من التعامل النقدي مع الرسائل الإعلامية وتقليل أثرها السلبي.

3. أعط مثلاً على تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الاجتماعية للمراهقين.
من الأمثلة الواضحة على ذلك تأثر المراهقين بشخصيات المشاهير والمؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث قد يسعون إلى تقليد أسلوب اللباس أو طريقة الكلام أو نمط الحياة المعروض رقيقاً، من أجل الشعور بالقبول والانتماء. وقد يؤدي هذا التأثير إلى تعزيز الهوية الاجتماعية أو إلى خلق صراع داخلي إذا تعارضت النماذج الإعلامية مع القيم الثقافية والاجتماعية للمراهق.

4. ما الفرق بين التأثير المعرفي والانفعالي للإعلام؟
يمثل التأثير المعرفي للإعلام في دوره في تشكيل المعرفة والمفاهيم والتصورات حول العالم والقيم والاتجاهات، بينما يرتبط التأثير الانفعالي بإثارة المشاعر والعواطف مثل الخوف أو الفرح أو الغضب أو التعاطف. فالأول يؤثر في طريقة التفكير والفهم، في حين يؤثر الثاني في الاستجابات الشعورية والحالة النفسية للفرد.

خاتمة الفصل:

يُسلّط هذا الفصل الضوء على التأثيرات الإعلامية على الأطفال والمراهقين باعتبارها محوراً أساسياً لفهم تفاعل النشء مع البيئة الرقمية والإعلامية المحيطة بهم. وقد تبيّن أن خصائص النمو النفسي في هذه المرحلة تجعل الأطفال والمراهقين أكثر قابلية للتأثر بالمحتوى الإعلامي، سواء من حيث القيم والسلوكيات أو من حيث تكوين الانطباعات والاتجاهات.

كما أظهر الفصل أن الإعلام يلعب دوراً مزدوجاً: فهو وسيلة لنقل المعرفة والقيم الإيجابية، وفي الوقت نفسه قد يكون مصدراً للتأثيرات السلبية، خاصة عبر الألعاب الإلكترونية، الرسوم المتحركة، ومنصات الفيديو مثل اليوتيوب، التي قد تؤثر على الانتباه، السلوك الاجتماعي، والتفاعل مع الآخرين.

وتؤكد الدراسة أن فهم طبيعة التأثير الإعلامي يتطلب الانتباه إلى مستوى النضج العقلي والعاطفي للطفل، إلى جانب بيئة الأسرة والمدرسة، لضمان استفادة الأطفال والمراهقين من الإعلام بطريقة إيجابية، وتعزيز قدراتهم على التفكير النقدي، والتحكم في التفاعل مع المحتوى الرقمي.

المراجع المستخدمة في الفصل التاسع:

- عبد الحميد، محمد. الإعلام والسلوك العدواني. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الرحمن، علي. العنف والإدمان الرقمي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- راجح، أحمد عزت. سيكولوجية العدوان والسلوك العدواني. القاهرة: دار النهضة العربية.
- مكاوي، حسن عماد. الاتصال الرقمي وتأثيره على السلوك الاجتماعي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- زهران، حامد عبد السلام. علم النفس الاجتماعي. القاهرة: عالم الكتب.

الفصل العاشر

الإعلام الرقمي والهوية الشخصية:

السيلفي، الشهرة، والتصوير الذاتي

تمهيد

المبحث الأول: الإعلام الرقمي وبناء الهوية

المبحث الثاني: ظاهرة السيلفي Selfie

المبحث الثالث: الشهرة الرقمية Digital Fame

المبحث الرابع: التصوير الذاتي والهوية الاجتماعية

المبحث الخامس: استراتيجيات الاستخدام الإيجابي للإعلام الرقمي

المبحث السادس: اجابات نموذجية - أسئلة للمناقشة (الفصل العاشر:

الإعلام الرقمي والهوية الشخصية)

خاتمة الفصل العاشر

المراجع المستخدمة في الفصل العاشر

تمهيد:

يشهد العالم المعاصر تحولات عميقة في طريقة فهم الفرد لذاته وللآخرين، بفعل التطور السريع للإعلام الرقمي وانتشار منصات التواصل الاجتماعي. فقد أصبح التصوير الذاتي أو "السيلفي"، ومشاركة الصور والفيديوهات، جزءًا من الممارسة اليومية للكثير من الأطفال والمراهقين والشباب، ما أدى إلى ظهور ثقافة الصورة كوسيلة للتعبير عن الهوية والتواصل الاجتماعي.

ويؤثر هذا الاستخدام المكثف للوسائط الرقمية في بناء الهوية الشخصية بطرق معقدة، حيث يتداخل مفهوم الذات الواقعية مع الذات الافتراضية التي يتم تقديمها على الإنترنت. فتبرز لدى الأفراد ميل نحو النرجسية الرقمية، أي الانغماس في الاهتمام بمظهرهم وصورتهم أمام الآخرين، والسعي الدائم للقبول والتقدير من خلال الإعجابات والتعليقات والمشاركات، وهو ما يُعرف بالبحث عن الاعتراف الاجتماعي.

كما يشهد هذا العصر ظهور بناء الذات الافتراضية، حيث يقوم المستخدمون بتشكيل هويتهم الرقمية وفق صور نمطية أو مثالية، قد تختلف عن شخصياتهم الواقعية. وتطرح هذه الظواهر أسئلة مهمة حول تأثير الإعلام الرقمي على الصحة النفسية، والتواصل الاجتماعي، والقيم الشخصية، ما يجعل دراسة هذا الفصل ضرورية لفهم العلاقة بين التكنولوجيا والهوية، والفرص والمخاطر المرتبطة بهذه التفاعلات الرقمية.

يهدف هذا الفصل إلى تحليل تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الشخصية، مع التركيز على ممارسات السيلفي، والبحث عن الشهرة والاعتراف الاجتماعي، وكيفية تكوين الذات الافتراضية، وذلك في سياق التأثيرات النفسية والاجتماعية الحديثة.

المبحث الأول: الإعلام الرقمي وبناء الهوية

- الإعلام الرقمي يتيح للفرد مساحة لتقديم الذات وإعادة تشكيلها.
- يساهم في إبراز الخصائص الفردية، التعبير عن القيم، والرغبات.
- يخلق هوية افتراضية قد تتقاطع أو تختلف عن الهوية الحقيقية.
- تتيح الشبكات الاجتماعية فرص الانتماء لمجموعات متباينة، وتوسع دائرة التأثير الاجتماعي.

المبحث الثاني: ظاهرة السيلفي Selfie

يلعب الإعلام الرقمي دوراً محورياً في عملية بناء الهوية الشخصية، إذ يتيح للفرد مساحة واسعة لتقديم ذاته وإعادة تشكيل صورتها وفق اختياراته واهتماماته. من خلال الحسابات الشخصية على شبكات التواصل الاجتماعي، والمحتوى الذي يتم نشره، يمكن للأفراد التعبير عن الخصائص الفردية، القيم، والميول الشخصية بطريقة تظهر للأصدقاء والمتابعين.

أولاً: تقديم وإعادة تشكيل الذات

تُقدّم منصات الإعلام الرقمي وسيلة للفرد لإعادة تقديم نفسه باستمرار، سواء عبر الصور، الفيديوهات، المنشورات، أو القصص اليومية. ويتيح ذلك فرصة

لتجربة أدوار مختلفة، واختبار جوانب متعددة من الشخصية، ما يعزز إحساس الفرد بالتحكم في صورة ذاته.

ثانياً: الهوية الافتراضية والهوية الواقعية

يتشكل من هذا التفاعل هوية افتراضية قد تتقاطع أو تختلف عن الهوية الحقيقية للفرد. فبينما قد تعكس بعض المنشورات أو الصور جوانب حقيقية من الشخصية، قد تظهر أخرى نسخة مثالية أو محسنة، تواكب توقعات المتابعين أو المعايير الاجتماعية الرقمية. ويؤدي هذا التماهي أحياناً إلى تحديات في التوافق بين الذات الحقيقية والافتراضية، خصوصاً لدى المراهقين الباحثين عن القبول والانتماء.

ثالثاً: الشبكات الاجتماعية والانتماء الجماعي

توفر الشبكات الاجتماعية فرصاً للتواصل مع جماعات متباينة، سواء وفق الاهتمامات المشتركة، أو الهوايات، أو القيم. ويمكن هذا الانخراط في توسيع دائرة التأثير الاجتماعي، حيث يصبح الفرد جزءاً من جماعات تشارك المعايير والسلوكيات، مما يعزز شعور الانتماء، لكنه قد يفرض أيضاً ضغوطاً للمحاكاة أو التكيف مع المعايير الرقمية للجماعة.

المبحث الثالث: الشهرة الرقمية Digital Fame

تعدّ الشهرة الرقمية أحد أبرز مظاهر الإعلام الرقي المعاصر، وتشير إلى الاعتراف الاجتماعي الافتراضي الذي يحصل عليه الفرد من خلال التفاعلات على شبكات التواصل الاجتماعي، مثل الإعجابات، التعليقات، المشاركات، وعدد المتابعين. وتمثل الشهرة الرقمية صيغة جديدة للاعتراف الاجتماعي يمكن أن تؤثر بشكل كبير على الهوية والسلوك الشخصي.

أولاً: الشهرة الرقمية كأداة لبناء السمعة الشخصية

يمكن للفرد استخدام الشهرة الرقمية لبناء سمعة شخصية إيجابية، من خلال تقديم محتوى يعكس قيمه واهتماماته، ويظهره في صورة مرغوبة أمام الآخرين. وقد يُستغل هذا الاعتراف الافتراضي لتعزيز مكانة الفرد الاجتماعية، والتأثير في جماعة الأقران، وفتح فرص مهنية أو اجتماعية جديدة.

ثانياً: الضغط النفسي المرتبط بالشهرة الرقمية

في المقابل، قد تتحول الشهرة الرقمية إلى مصدر ضغط نفسي، خاصة عند انخفاض الاهتمام بالمحتوى المنشور، أو مواجهة الانتقادات، أو التعرض للتنمر الرقمي. فالشعور بعدم التقدير أو المقارنة المستمرة مع الآخرين قد يؤدي إلى القلق، ضعف تقدير الذات، أو حتى الإدمان على متابعة التفاعل الرقمي للحصول على الاعتراف المستمر.

ثالثاً: العلاقة بين الشهرة الرقمية والهوية

يرتبط مفهوم الشهرة الرقمية بشكل وثيق بالهوية، إذ يسعى الفرد إلى تقديم صورة مرغوبة تتوافق مع توقعات الجمهور الرقمي. ويؤدي هذا السعي أحياناً إلى تعديل السلوك أو الصورة الذاتية بما يرضي المعايير الرقمية، وهو ما يعكس تأثير الإعلام الرقمي على بناء الهوية الافتراضية والتوازن بين الذات الحقيقية والمتوقعة.

المبحث الرابع: التصوير الذاتي والهوية الاجتماعية

يعتبر التصوير الذاتي (Selfie) أحد أبرز أدوات الإعلام الرقمي التي يستخدمها الأفراد للتعبير عن الذات وبناء الهوية الاجتماعية. فهو يمكّن الفرد من اختيار الصور والمخظات التي تعكس شخصيته وقيمه بطريقة مدروسة، بما يسمح له بالتحكم في الصورة التي يقدمها للعالم الرقمي.

أولاً: إعادة بناء الهوية الاجتماعية

يساعد التصوير الذاتي على إعادة بناء الهوية الاجتماعية عبر التفاعل مع المتابعين، من خلال الإعجابات، التعليقات، والمشاركات، ما يعزز الشعور بالاعتراف والانتماء. ويصبح السيلفي وسيلة لتأكيد الذات، وإبراز السمات المميزة للشخص، وتقديم صورة مرغوبة تتوافق مع القيم والتوقعات الاجتماعية.

ثانياً: الربط بين الذات الفردية والانتماء الجماعي

يربط التصوير الذاتي بين الذات الفردية والانتماء الجماعي، إذ يمكن أن تعكس الصورة المنشورة الانتماء لمجموعة معينة، ثقافة محددة، أو توجه اجتماعي

محدد. وبالتالي، تتحول الصور إلى وسيلة لإظهار المواقف والقيم المشتركة، وتعزيز الشعور بالانتماء والتوافق مع الجماعة الرقمية.

ثالثاً: التأثير على تقدير الذات

يشير علم النفس الاجتماعي إلى أن التصوير الذاتي قد يؤدي إلى التماثل مع الصور المثالية المنشورة على الشبكات الاجتماعية، وهو ما يُعرف بـ "التأثير المقارن". فالتعرض المستمر لمثل هذه الصور قد يؤثر على تقدير الذات والهوية الحقيقية، خاصة لدى المراهقين الذين يتميزون بالحساسية تجاه صورة الذات والرغبة في القبول الاجتماعي.

المبحث الخامس: استراتيجيات الاستخدام الإيجابي للإعلام الرقمي

يهدف هذا المبحث إلى تقديم إرشادات عملية تساعد الأفراد على توظيف الإعلام الرقمي بطريقة تدعم الهوية الشخصية والاجتماعية، مع الحد من المخاطر النفسية والاجتماعية المرتبطة بالاستخدام المفرط أو غير الواعي.

أولاً: التوازن بين الواقع والهوية الرقمية

ينبغي على المستخدم تجنب الانشغال المفرط بالمظهر الافتراضي على الشبكات الاجتماعية، والحفاظ على تمييز واضح بين الذات الواقعية والهوية الرقمية. فالوعي بهذا التوازن يحد من الانغماس في الترجسية الرقمية ويقلل من الضغط النفسي الناتج عن المقارنة المستمرة مع الآخرين.

ثانياً: التفاعل البناء

يُشجع على المشاركة في محتوى إيجابي وثقيفي، سواء عبر نشر معلومات مفيدة، أو التعليق البناء على المحتوى، أو دعم القيم الاجتماعية الإيجابية. هذا النوع من التفاعل يعزز الفائدة التعليمية والتواصل الاجتماعي الصحي ويحد من انتشار المحتوى الضار.

ثالثاً: الوعي النفسي

يجب تنمية الوعي النفسي لدى المستخدمين، بحيث يدركون تأثير الصور والتفاعلات الرقمية على المشاعر، وعلى تقييم الذات. يساعد هذا الوعي في التعامل النقدي مع المحتوى، وتجنب التأثير بالمقارنات الاجتماعية السلبية أو الانجرار وراء الشهرة الرقمية غير الواقعية.

رابعاً: تعزيز المهارات الاجتماعية الحقيقية

على الرغم من أهمية التواصل الرقمي، يظل التواصل وجهاً لوجه ضرورة لا غنى عنها لتنمية المهارات الاجتماعية الحقيقية، مثل الحوار، التعاطف، وفهم الإشارات غير اللفظية. ويسهم هذا التوازن بين الواقع والاقتراضي في دعم الهوية الاجتماعية والصحة النفسية.

خامساً: المسؤولية الرقمية

يتضمن الاستخدام الإيجابي للإعلام الرقمي احترام خصوصية الآخرين، وتجنب نشر المحتوى الضار أو المضلل، والتحلي بالمسؤولية في التعامل مع المعلومات

الشخصية والحفاظ على سمعة الفرد والجماعة. كما يشمل ذلك الوعي بالقوانين الرقمية والأخلاقيات المرتبطة بالنشر والتفاعل على الإنترنت.

المبحث السادس: اجابات نموذجية - أسئلة للمناقشة (الفصل العاشر: الإعلام الرقمي والهوية الشخصية)

1. كيف يسهم السيلفي في بناء الهوية الشخصية؟

يسمح السيلفي للفرد باختيار الصور واللحظات التي تعكس شخصيته واهتماماته، مما يمنحه فرصة إعادة تقديم الذات وإعادة تشكيلها أمام الآخرين. كما يساهم في التعبير عن القيم والميول الفردية، ويعزز شعور الفرد بالتحكم في صورته الرقمية، ما يدعم بناء هوية افتراضية متكاملة مع الهوية الواقعية.

2. ما المخاطر النفسية المرتبطة بالسعي وراء الشهرة الرقمية؟

السعي وراء الشهرة الرقمية قد يولد ضغطاً نفسياً شديداً، خاصة عند انخفاض التفاعل أو مواجهة الانتقادات. قد يؤدي ذلك إلى القلق، ضعف تقدير الذات، الإدمان على متابعة التفاعلات الرقمية، أو الانشغال المستمر بالمظهر الافتراضي، ما يؤثر على الصحة النفسية والتوازن بين الذات الواقعية والافتراضية.

3. أعط مثالاً على كيفية تأثير التصوير الذاتي على الانتماء الاجتماعي.

عند نشر صور تظهر الفرد وهو يشارك في نشاط جماعي أو يرتدي شعار مجموعة معينة، يعكس ذلك الانتماء لجماعة محددة أو ثقافة معينة. على سبيل المثال، مشاركة صور من أنشطة تطوعية أو أحداث ثقافية تجعل الفرد يُظهر ارتباطه بقيم جماعية، مما يعزز شعور الانتماء والقبول الاجتماعي بين المتابعين.

4. ما استراتيجيات الاستخدام الإيجابي للإعلام الرقمي لتعزيز الهوية؟

من أهم الاستراتيجيات:

- الحفاظ على التوازن بين الواقع والهوية الرقمية وتجنب الانغماس في الصورة الافتراضية.
- المشاركة في محتوى إيجابي وثقفي يدعم النمو الشخصي والاجتماعي.
- تنمية الوعي النفسي لفهم تأثير الصور والتفاعلات الرقمية على المشاعر وتقدير الذات.
- تعزيز المهارات الاجتماعية الحقيقية من خلال التواصل وجهاً لوجه.
- الالتزام بالمسؤولية الرقمية، مثل احترام خصوصية الآخرين وتجنب نشر المحتوى الضار.

خاتمة الفصل:

يتضح من خلال هذا الفصل أن الإعلام الرقمي أصبح عاملاً محورياً في تشكيل الهوية الشخصية والاجتماعية، خاصة لدى الأطفال والمراهقين والشباب. فقد أسهمت ممارسات مثل السيلفي، التصوير الذاتي، والبحث عن الشهرة الرقمية في إعادة تعريف مفهوم الذات، وتوسيع نطاق الانتماء الاجتماعي، وتقديم الفرد لصورته بطريقة خاضعة لاختياراته الشخصية، لكنها في الوقت نفسه مرتبطة بتوقعات الجمهور الرقمي والمعايير الاجتماعية الافتراضية.

كما أبرز الفصل الفرص والتحديات النفسية والاجتماعية المرتبطة بالهوية الرقمية. فالهوية الافتراضية تتيح للفرد التعبير عن الذات وتجربة أدوار متعددة، لكنها قد تولد ضغوطاً نفسية مثل القلق، ضعف تقدير الذات، أو الانغماس في المقارنات الاجتماعية. وأصبح الوعي النفسي، والتوازن بين الهوية الواقعية والرقمية، والقدرة على إدارة التفاعلات الاجتماعية الرقمية، من الضرورات لمواكبة التطورات الرقمية بطريقة صحية.

في هذا السياق، تبرز استراتيجيات الاستخدام الإيجابي للإعلام الرقمي كأدوات ضرورية لتعزيز الهوية: التفاعل البناء، احترام الخصوصية، التوازن بين الواقع والهوية الافتراضية، وتعزيز المهارات الاجتماعية الحقيقية.

ختاماً، يظهر الإعلام الرقمي كمساحة مزدوجة التأثير: فهو منصة للتعبير عن الذات وبناء السمعة الشخصية والانتماء الاجتماعي، وفي الوقت نفسه فضاء يتطلب وعياً ومسؤولية للحفاظ على الصحة النفسية والتوازن بين الهوية الواقعية

والافتراضية. ويدعو الفصل إلى اعتماد التربية الإعلامية كضرورة تعليمية لتزويد الشباب بالأدوات التي تمكنهم من استخدام الإعلام الرقمي بطريقة واعية ومثمرة.

المراجع المستخدمة في الفصل العاشر:

- بوحوش، عبد الغني، & لعريني، صلاح الدين. تحولات الهوية الشخصية بالمجتمع الشبكي الرقمي. (دراسة تحليلية).
- النجار، خالد. النرجسية الرقمية بين التأصيل والتنظير. مقال علمي.
- رايس، علي، & ميلود، محمد. الهوية الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي. دراسة أكاديمية.

الفصل الحادي عشر

الشبكات الاجتماعية وبناء العلاقات

الاقتراضية

تمهيد

المبحث الأول: طبيعة العلاقات الاقتراضية

المبحث الثاني: العوامل النفسية في العلاقات الاقتراضية

المبحث الثالث: التفاعل الاقتراضي والانتماء الاجتماعي

المبحث الرابع: التمايز والهوية في الفضاء الرقمي

المبحث الخامس: التحديات والفرص في العلاقات الاقتراضية

المبحث السادس: استراتيجيات تعزيز العلاقات الاقتراضية

الصحيفة

المبحث السابع: أسئلة للمناقشة والإجابة النموذجية

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل الحادي عشر

تمهيد:

في العقدین الأخيرین، أصبحت الشبكات الاجتماعية جزءًا لا يتجزأ من حياة الأفراد اليومية، خاصة الشباب والمراهقين. فقد غيرت هذه المنصات الطريقة التي يُكوّن بها الأفراد علاقاتهم الاجتماعية، وأدت إلى ظهور الصداقة الافتراضية والتفاعل الاجتماعي عبر وسائل رقمية تتجاوز الحدود الجغرافية والزمنية التقليدية. تتيح الشبكات الاجتماعية فرصًا للتواصل المستمر، والتعرف على جماعات وأصدقاء جدد، ومشاركة الاهتمامات والقيم، لكنها في الوقت نفسه تُسهم في إعادة تشكيل مفهوم العلاقات والصداقة. كما أصبح التفاعل الرقمي—من خلال الإعجاب، التعليق، والمشاركة—وسيلة لتأكيد الذات والحصول على الاعتراف الاجتماعي، وله دلالات نفسية واجتماعية عميقة تؤثر في تقدير الذات والانتماء الجماعي.

ومن جهة أخرى، قد يؤدي الاستخدام المكثف لهذه المنصات إلى الإدمان الاجتماعي، حيث يصبح الفرد مرتبطًا بشكل مفرط بالتفاعل الرقمي، مما يؤثر على التوازن بين العلاقات الحقيقية والافتراضية، وقد ينعكس على الصحة النفسية والتركيز والانخراط في الحياة الواقعية.

يهدف هذا الفصل إلى دراسة آليات بناء العلاقات الافتراضية على الشبكات الاجتماعية، وتحليل تأثيراتها النفسية والاجتماعية، مع التركيز على مفاهيم الصداقة الرقمية، ودلالات التفاعل عبر المنصات، وأثر الإعجابات

والتعليقات والمشاركات على السلوك الاجتماعي، فضلاً عن المخاطر المرتبطة بالإدمان الاجتماعي.

المبحث الأول: طبيعة العلاقات الافتراضية

تشير العلاقات الافتراضية إلى الروابط الاجتماعية التي ينشئها الأفراد عبر الوسائل الرقمية والشبكات الاجتماعية، دون الحاجة إلى التواجد المادي المباشر. وتتميز هذه العلاقات بمرونتها وسهولة توسعها، إذ يمكن للفرد التواصل مع عدد كبير من الأشخاص في وقت قصير، ومشاركة الأفكار والمحتوى مع جماعات متنوعة جغرافياً واجتماعياً.

أولاً: الخصائص المميزة للعلاقات الافتراضية

1. المرونة والانتشار السريع: يمكن للعلاقات الافتراضية أن تنمو بسرعة، وتتيح التواصل مع أشخاص جدد دون قيود زمنية أو مكانية.
2. الاعتماد على الوسائط الرقمية: تقوم هذه العلاقات على التفاعل عبر الرسائل النصية، التعليقات، الإعجابات، والمشاركة في المحتوى، بدلاً من التفاعل وجهاً لوجه.
3. نقص بعض عناصر الاتصال التقليدي: على الرغم من سهولة التواصل، قد تفتقر هذه العلاقات إلى عناصر أساسية مثل الإشارات غير اللفظية، لغة الجسد، ونبرة الصوت، ما قد يحد من عمق العلاقة أو فهم المشاعر الحقيقية للطرف الآخر.

ثانياً: التفاعل المستمر كعامل أساسي

يعتمد استمرار العلاقات الافتراضية على التفاعل الدوري بين الأفراد، مثل الرد على الرسائل، التعليق على المنشورات، ومشاركة المحتوى الذي يعكس الاهتمامات المشتركة. هذا التفاعل يحافظ على الاستمرارية والتقارب الاجتماعي، لكنه أيضاً يمكن أن يولد ضغوطاً نفسية إذا أصبح الالتزام بالرد أو المشاركة مفروضاً.

المبحث الثاني: العوامل النفسية في العلاقات الافتراضية

تلعب العوامل النفسية دوراً جوهرياً في تشكيل العلاقات الافتراضية واستمرارها، إذ تحدد دوافع الأفراد للتفاعل الرقمي وطبيعة الروابط التي يقيمونها على الشبكات الاجتماعية.

أولاً: الحاجة للانتماء

يسعى الأفراد من خلال الشبكات الاجتماعية إلى الانضمام إلى مجموعات تشارك معهم في الاهتمامات والقيم، ما يوفر لهم شعوراً بالانتماء والقبول الاجتماعي. وتعمل هذه المجموعات الافتراضية كمرآة لتأكيد الذات وتعزيز مكانة الفرد بين أقرانه، خاصة في مراحل المراهقة التي تزداد فيها أهمية الانتماء الاجتماعي.

ثانياً: تعزيز الهوية الرقمية

تمكّن العلاقات الافتراضية الأفراد من التعبير عن أنفسهم بطريقة تعكس القيم والمظهر المرغوب أمام الآخرين. فالهوية الرقمية تسمح لهم باختيار الصور،

المنشورات، والمحتوى الذي يعكس شخصيتهم بشكل مثالي أو يتوافق مع توقعات الجمهور الرقمي، مما يعزز الثقة بالنفس ويؤثر في تكوين صورتهم الاجتماعية.

ثالثاً: التأثير الاجتماعي

يلعب ضغط الأقران الافتراضي دوراً في توجيه المواقف والسلوكيات الرقمية للفرد. فقد يدفع الفرد إلى محاكاة سلوكيات معينة، المشاركة في تحديات أو محتوى محدد، أو تعديل الصورة الرقمية ليتوافق مع المعايير السائدة بين أصدقائه الافتراضيين، وهو ما يعكس دور الجماعة في التأثير الاجتماعي الرقمي.

رابعاً: التحفيز على التفاعل

توفر الشبكات الاجتماعية أدوات مثل الإعجابات، التعليقات، والمشاركة وسيلة للشعور بالاعتراف والتقدير. فالتفاعل الإيجابي مع المحتوى المنشور يعزز الرضا النفسي ويحفز الأفراد على مواصلة التواصل والمشاركة، مما يقوي العلاقة الافتراضية ويزيد من الالتزام الرقمي بين الأعضاء.

المبحث الثالث: التفاعل الافتراضي والانتماء الاجتماعي

توفر الشبكات الرقمية مساحة فريدة لتعزيز الانتماء لمجتمع محدد، سواء كان مهنيًا، ثقافيًا، أو قائمًا على الاهتمامات والهوية الفردية. فالأفراد يجدون في هذه المجتمعات الرقمية فرصة للتواصل مع الآخرين الذين يشتركون معهم في القيم، الأفكار، والهوايات، ما يعزز شعورهم بالانتماء والقبول الاجتماعي.

أولاً: الانتماء الافتراضي وتأثيره على السلوك الواقعي

قد يمتد تأثير الانتماء الافتراضي ليشمل سلوك الفرد في الواقع المادي. فالأعضاء في المجموعة الرقمية قد يتأثرون باتباع الاتجاهات السائدة داخلها، المشاركة في الأنشطة المماثلة، أو حتى اتخاذ قرارات حياتية تتوافق مع المعايير الرقمية للجماعة. وهكذا، تصبح الشبكة الرقمية جزءًا من الإطار الاجتماعي الذي يشكل سلوك الفرد وهويته.

ثانيًا: الرموز الرقمية والهوية الجماعية

يسهم استخدام الرموز الرقمية، الصور، والهاشتاقات في تعزيز شعور الانتماء وتحديد الهوية الجماعية داخل المجتمع الرقمي. فهي تعمل كأدوات مرئية للتعبير عن القيم المشتركة، الأفكار المتقاربة، أو الدعم الجماعي، وتساعد على تمييز أعضاء المجموعة عن الآخرين، مما يقوي الترابط الاجتماعي ويعمق الهوية المشتركة.

المبحث الرابع: التمايز والهوية في الفضاء الرقمي

يمثل الفضاء الرقمي بيئة فريدة تمكن الأفراد من إبراز تفردهم الشخصي أو تأكيد انتمائهم لمجموعة معينة من خلال اختيار الجوانب التي يريدون إظهارها من شخصياتهم وهوياتهم. هذا الاختيار الواعي يعكس رغبة الفرد في التحكم بصورة ذاته أمام الآخرين، ويشكل جزءاً من استراتيجية بناء الهوية الرقمية.

أولاً: الهوية الرقمية كإطار للتفاعل الاجتماعي

على الرغم من أن الهوية الرقمية لا تكون دائماً مطابقة للهوية الحقيقية، إلا أنها تشكل إطاراً مهماً للتفاعل الاجتماعي، حيث يعتمد الأفراد على الصورة الرقمية للتواصل مع الآخرين، التعبير عن القيم، والمشاركة في الجماعات الرقمية. وفي هذا السياق، تصبح الهوية الرقمية وسيلة لتجربة أدوار متعددة أو اختبار جوانب مختلفة من الذات دون مخاطر مباشرة على الواقع المادي.

ثانياً: التمايز الرقمي وتأثيره النفسي

يمكن أن يؤدي التمايز الرقمي إلى تعزيز الثقة بالنفس عندما يشعر الفرد بالتقدير والاعتراف من قبل الآخرين على اختلافه أو تفرد. بالمقابل، قد يولد التمايز توتراً نفسياً نتيجة المقارنات المستمرة مع الآخرين في الشبكات الاجتماعية، مما قد يثير القلق أو الضغط النفسي، خاصة لدى المراهقين الباحثين عن القبول الاجتماعي.

المبحث الخامس: التحديات والفرص في العلاقات الافتراضية

تمثل العلاقات الافتراضية على الشبكات الاجتماعية مجاًلاً مزدوج التأثير، حيث توفر فرصاً كبيرة للتواصل والتعلم، لكنها في الوقت نفسه تطرح تحديات نفسية واجتماعية يجب إدراكها وإدارتها.

أولاً: التحديات

1. ضعف التفسير الدقيق للإشارات غير اللفظية: يفتقر التواصل الرقمي إلى لغة الجسد ونبرة الصوت، ما قد يؤدي إلى سوء الفهم أو التفسير الخاطئ للمشاعر والنوايا.

2. انتشار المعلومات المضللة والسلوك العدواني: سهولة النشر والمشاركة قد تؤدي إلى انتشار الشائعات، التنمر الإلكتروني، أو السلوكيات غير الأخلاقية.

3. التعلق الرقمي أو الإدمان على التفاعل الافتراضي: الانغماس المستمر في التفاعلات الرقمية قد يؤثر على الصحة النفسية، والتركيز، والتوازن بين الحياة الواقعية والافتراضية.

4. التأثير السلبي على العلاقات الواقعية: إذا أهمل الفرد العلاقات الواقعية لصالح العلاقات الرقمية، قد يحدث تراجع في المهارات الاجتماعية والتواصل المباشر مع الآخرين.

ثانياً: الفرص

1. توسيع الشبكات الاجتماعية بسهولة ويسر: يمكن للفرد التواصل مع أصدقاء جدد أو مجموعات تشاركه الاهتمامات والقيم بغض النظر عن المكان والزمان.

2. تعزيز التواصل بين الثقافات المختلفة: يتيح الفضاء الرقمي التعرف على ثقافات متنوعة، مما يعزز التسامح والانفتاح الاجتماعي.
3. بناء هوية رقمية إيجابية: تُمكن الشبكات الاجتماعية الفرد من عرض قيمه وميوله بشكل مدروس، مما يعزز الانتماء والاختلاف بطريقة صحية.
4. المشاركة في مجموعات دعم أو تعليمية عبر الإنترنت: توفر المجموعات الرقمية فرصاً للتعلم، التطوير الذاتي، والدعم النفسي والاجتماعي، مما يعزز الانخراط الإيجابي في المجتمع الرقمي.

المبحث السادس: استراتيجيات تعزيز العلاقات الافتراضية الصحية

تتطلب العلاقات الافتراضية وعياً وإدارة مدروسة لضمان أن تكون صحية ومثمرة، سواء على المستوى النفسي أو الاجتماعي. يوضح هذا المبحث أهم الاستراتيجيات التي يمكن للأفراد اعتمادها لتعزيز التفاعل الرقمي الإيجابي وتقليل المخاطر المصاحبة للعلاقات الافتراضية.

أولاً: الوعي بالهوية الرقمية

ينبغي على الأفراد إدراك أن العرض الرقمي للذات قد يختلف عن الواقع، وأن الصور والمنشورات تمثل جانباً من الهوية يمكن تشكيله أو تعديله. هذا الوعي يساعد على إدارة التوقعات الشخصية والاجتماعية وتقليل الضغط النفسي الناتج عن المقارنات المستمرة.

ثانياً: المسؤولية الاجتماعية الرقمية

يشمل ذلك احترام الآخرين وتجنب السلوك العدواني أو التنمر الرقمي، فضلاً عن الالتزام بالأخلاقيات الرقمية عند نشر المحتوى أو التعليق على منشورات الآخرين، مما يضمن بيئة افتراضية آمنة وصحية.

ثالثاً: التوازن بين العالم الرقمي والواقعي

يُعد الحفاظ على العلاقات المباشرة وجهاً لوجه جزءاً أساسياً من الصحة النفسية والاجتماعية. يجب أن يكون التفاعل الرقمي مكملًا للتواصل الواقعي، وليس بديلاً عنه، لضمان تطوير مهارات اجتماعية حقيقية واستقرار عاطفي.

رابعاً: المشاركة الإيجابية

تشجع الاستراتيجية على دعم المحتوى المفيد، التعليقات البناءة، والتفاعل الصحي مع الآخرين. هذا النوع من المشاركة يعزز الانخراط الإيجابي في المجتمعات الرقمية ويزيد من الشعور بالرضا والاعتراف الاجتماعي.

خامساً: التنشئة الإعلامية

تلعب التنشئة الإعلامية دوراً رئيسياً في توعية الأطفال والمراهقين بكيفية التعامل مع الشبكات الاجتماعية بوعي. يشمل ذلك تعليمهم كيفية تقييم المحتوى، إدارة الوقت الرقمي، وحماية الخصوصية، ما يقلل من المخاطر النفسية والاجتماعية ويعزز استخدام الشبكات بشكل مسؤول.

المبحث السابع: أسئلة للمناقشة والإجابة النموذجية

أسئلة للمناقشة

1. ما الفرق بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الواقعية؟
2. كيف يمكن للشبكات الاجتماعية تعزيز الانتماء الجماعي؟
3. أعط مثلاً على تأثير التمايز الرقمي على الهوية الشخصية.
4. ما استراتيجيات تعزيز العلاقات الصحية في الفضاء الرقمي؟

1. ما الفرق بين العلاقات الافتراضية والعلاقات الواقعية؟

- العلاقات الواقعية: هي تلك التي تنشأ في العالم المادي، وتتم بالتفاعل المباشر وجهاً لوجه، وتشمل الاتصال اللفظي وغير اللفظي، مثل الصداقات الأسرية والزملاء في العمل. تتميز بالعاطفة القوية والموثوقية العالية بسبب رؤية السلوكيات والتعبيرات الجسدية.

- العلاقات الافتراضية: هي التي تنشأ عبر الإنترنت أو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وتعتمد أساساً على الرسائل النصية أو الصور أو المكالمات الافتراضية. قد تكون أقل عمقاً في بعض الحالات بسبب غياب الإشارات غير اللفظية، لكنها تتيح التواصل مع نطاق أوسع من الأشخاص في أماكن مختلفة.

2. كيف يمكن للشبكات الاجتماعية تعزيز الانتماء الجماعي؟

- توفر مساحات للتفاعل المشترك حول الاهتمامات والهوايات، مما يقوي الشعور بالانتماء.

- تتيح التعرف على تجارب وآراء الآخرين، مما يعزز التماسك الاجتماعي والتضامن.
- من خلال المجموعات والصفحات والمناسبات الافتراضية، يمكن للأفراد المشاركة في أنشطة جماعية، حتى عن بُعد، مما يعزز الهوية الجماعية.
- 3. أعط مثلاً على تأثير التمايز الرقمي على الهوية الشخصية.
- يمكن أن يقوم الفرد بإنشاء شخصية رقمية تختلف عن شخصيته الواقعية، مثل مشاركة صور أو محتوى يعكس هويات أو مواقف لم يظهرها في الحياة الواقعية.
- مثال: شاب يستخدم حساباً افتراضياً للانخراط في مناقشات ثقافية وفنية بطريقة أكثر جرأة مما يفعل في الواقع، مما يؤثر على تصوره لذاته وتقديره الشخصي ويشكل جزءاً من هويته الرقمية.
- 4. ما استراتيجيات تعزيز العلاقات الصحية في الفضاء الرقمي؟
- وضع حدود واضحة للوقت والاستخدام لتجنب الإفراط في الانغماس الرقمي.
- الصدق والشفافية في التعبير عن المشاعر والآراء لتعزيز الثقة بين الأفراد.
- الاحترام المتبادل والابتعاد عن السلوكيات العدوانية أو التنمر الإلكتروني.
- الموازنة بين العلاقات الواقعية والافتراضية لتعزيز العلاقات الاجتماعية الحقيقية دون الاعتماد الكامل على العالم الرقمي.
- استخدام الفضاء الرقمي للتعاون والتعلم الجماعي بدلاً من الانعزال، مما يدعم الروابط الاجتماعية الإيجابية.

خاتمة الفصل:

يتناول هذا الفصل دور الشبكات الاجتماعية في تكوين وبناء العلاقات الافتراضية، مبرزاً أهم الظواهر المرتبطة بها مثل الصداقة الافتراضية، التفاعل عبر المنصات الرقمية، ودلالات السلوكيات مثل الإعجاب والتعليق والمشاركة على المستوى النفسي والاجتماعي. كما ناقش الفصل أثر الاعتماد المفرط على هذه المنصات، بما في ذلك الإدمان الاجتماعي، على الفرد والجماعة.

يمكن القول إن الفضاء الرقمي أصبح امتداداً طبيعياً للتفاعل الاجتماعي، يتيح فرصاً للتواصل وتوسيع الدائرة الاجتماعية، لكنه يحمل أيضاً تحديات مرتبطة بالهوية، الثقة، والتوازن بين العلاقات الواقعية والافتراضية. لذلك، فإن فهم السلوك الرقمي والوعي بأساليب الاستخدام الصحي للشبكات الاجتماعية يمثل ضرورة لكل مستخدم، ويعزز بناء علاقات افتراضية صحية ومثمرة، تسهم في تقوية الانتماء الجماعي ودعم التنمية الشخصية والاجتماعية.

المراجع المستخدمة في الفصل الحادي عشر:

- الخضري، م. وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على السلوك الاجتماعي للشباب [مقال/دراسة].
 - السويدي، ع. علم النفس الاجتماعي للاتصال. القاهرة: دار الفكر العربي.
- المراجع الأجنبية

1. Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2002). The effects of media violence on society
2. Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. Business Horizons, 53(1), 59-68.
3. Knapp, M. L., & Hall, J. A. (2010). Nonverbal Communication in Human Interaction. Wadsworth Cengage Learning.
4. McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory. Sage Publications.

الفصل الثاني عشر

التواصل الصحي وتعزيز السلوكيات الإيجابية

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم التواصل الصحي

المبحث الثاني: مهارات التواصل الصحي

المبحث الثالث: تأثير التواصل الصحي على السلوكيات الإيجابية

المبحث الرابع: التواصل الصحي والإعلام

المبحث الخامس: استراتيجيات تعزيز التواصل الصحي

المبحث السادس: ليك إجابة نموذجية شاملة على أسئلة المناقشة

للفصل الثاني عشر: التواصل الصحي وتعزيز السلوكيات الإيجابية:

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل الثاني عشر

تمهيد:

يشكل التواصل الصحي حجر الزاوية في تعزيز السلوكيات الإيجابية داخل المجتمع، إذ يمكّن الأفراد من تبادل المعلومات بطريقة واضحة وفعّالة، ويقوي من قدرتهم على اتخاذ قرارات سليمة تتعلق بصحتهم النفسية والجسدية. يتناول هذا الفصل مفهوم التواصل الصحي، وأهميته في نقل الرسائل التوعوية التي تستهدف تحسين السلوكيات الفردية والجماعية. كما يناقش دور الحملات الإعلامية في توجيه السلوك الصحي، وكيفية استخدام الرسائل الاتصالية بشكل استراتيجي لتحقيق التأثير المطلوب، سواء على مستوى الفرد أو المجتمع. من خلال هذا الفصل، سيتم التعرف على الأساليب العلمية والتطبيقية لتعزيز السلوكيات الإيجابية، واستغلال وسائل الإعلام كأداة فعالة في التغيير الاجتماعي والصحي.

المبحث الأول: مفهوم التواصل الصحي

1. تعريف التواصل الصحي:

التواصل الصحي هو عملية تبادل الرسائل بين الأفراد بطريقة واضحة، محترمة، ومؤثرة، بحيث تسهم في تعزيز الفهم المتبادل، التعاون، والسلوكيات الإيجابية. يهدف هذا النوع من التواصل إلى بناء علاقات قائمة على الثقة والاحترام، وتقليل فرص سوء الفهم أو النزاعات.

2. خصائص التواصل الصحي:

- الوضوح والدقة في الرسائل: استخدام لغة مفهومة ومباشرة، مع تجنب الغموض أو الرسائل المزدوجة المعنى.
- الاحترام المتبادل بين الأطراف: تقدير آراء الآخرين ومراعاة مشاعرهم، والابتعاد عن الانتقاد الجارح أو الإهانة.
- الاستماع الفعال والتفاعل البناء: الانتباه الكامل للمتحدث، إعادة صياغة ما فهمته، وطرح أسئلة توضيحية عند الحاجة.
- القدرة على التعبير عن الاحتياجات والمشاعر بطريقة مناسبة: التحدث بصراحة عن الرغبات والمشاعر مع الالتزام بضوابط اللباقة والاحترام.

3. فوائد التواصل الصحي:

- تقليل الصراعات والخلافات: يقلل من سوء الفهم وسوء التقدير بين الأفراد، ويخفف التوترات اليومية.

- تعزيز الثقة والتعاون بين الأفراد :يبنى جواً من الانسجام داخل الأسرة، المدرسة، أو مكان العمل.
- دعم الصحة النفسية والاجتماعية :يساهم في شعور الأفراد بالأمان والتقدير، مما يعزز احترام الذات والرضا النفسي.
- 4. أمثلة عملية للتواصل الصحي:
- في المدرسة: المعلم يوضح للطلاب قواعد الواجبات الدراسية بصياغة واضحة مع تشجيع الأسئلة.
- في الأسرة: الوالد يستمع لمشاكل الأبناء دون مقاطعة، ويعبر عن رأيه بطريقة إيجابية.
- في العمل: المدير يقدم توجيهات واضحة للموظفين ويشجع الحوار المفتوح حول الصعوبات.

المبحث الثاني: مهارات التواصل الصحي

يعتبر التواصل الصحي مهارة مكتسبة يمكن تطويرها بالممارسة، ويعتمد على مجموعة من المهارات الأساسية التي تساعد الأفراد على التفاعل بطريقة إيجابية وبناءة.

1. الاستماع الفعال:

- يعني الانتباه الكامل للطرف الآخر، وفهم الرسالة بالكامل قبل الرد أو تقديم الرأي.
- يشمل إعادة صياغة ما قاله الطرف الآخر للتأكد من الفهم الصحيح، وتجنب المقاطعة أثناء الحديث.
- مثال: عندما يشارك صديقك مشكلة شخصية، تقوم بإعادة صياغة ما فهمته لتظهر له أنك تفهم مشاعره وتستمع له بجدية.

2. التعبير الواضح:

- استخدام كلمات وجمل دقيقة تعكس المعنى الصحيح دون غموض أو لبس.
- يشمل تنظيم الأفكار قبل الحديث وتجنب الكلمات السلبية أو الملتبسة.
- مثال: في العمل، توجيه تعليمات محددة للزملاء بحيث يكون كل شخص واضحاً بشأن دوره ومسؤولياته.

3. اللغة غير اللفظية الإيجابية:

- تشمل تعابير الوجه، لغة الجسد، ونبرة الصوت الداعمة التي تعكس الاهتمام والاحترام.

- تساعد على تعزيز الرسالة الموجهة لفظياً وتقوية الثقة بين الأطراف.
- مثال: الابتسامة أثناء الحديث، أو إيماءة الرأس لتشجيع المتحدث على الاستمرار.

4. التعاطف الاجتماعي:

- القدرة على فهم مشاعر الآخرين ومشاركتهم الاهتمام بما يشعرون به.
- يشجع على بناء علاقات قائمة على الثقة والاحترام المتبادل.
- مثال: الاستجابة لمشكلة زميلك في المدرسة أو العمل بطريقة تظهر اهتمامك بموقفه، حتى لو لم تكن بنفس شعوره.

5. حل النزاعات بطرق بناءة:

- البحث عن حلول وسط عند حدوث خلافات، وتجنب العنف اللفظي أو العدواني.
- يتطلب التحكم في الانفعالات، وتقديم اقتراحات عملية للتسوية، مع الحفاظ على العلاقات الطيبة.
- مثال: عند خلاف بين زملاء في مشروع جماعي، اقتراح تقسيم المهام بشكل متوازن بدلاً من الجدل أو التوتر.

المبحث الثالث: تأثير التواصل الصحي على السلوكيات الإيجابية

يؤثر التواصل الصحي بشكل مباشر على جودة العلاقات وسلوكيات الأفراد في مختلف البيئات، ويعمل كأداة لتعزيز السلوكيات الإيجابية وبناء بيئات أكثر تعاوناً وانسجاماً.

1. في الأسرة:

- يعزز الاحترام المتبادل بين الأفراد، ويشجع على التفاهم وحل الخلافات بطريقة بناءة.
- يقوي الانتماء الأسري والشعور بالأمان لدى الأبناء، ويخلق بيئة داعمة للنمو النفسي والاجتماعي.
- مثال: عندما يستمع الوالدان لمخاوف أطفالهم بصبر ويقدمون المشورة بشكل داعم، يزداد شعور الأطفال بالقيمة والثقة بالنفس.

2. في المدرسة:

- يحسن التفاعل بين الطلاب والمعلمين ويخلق جوّاً تعليمياً إيجابياً.
- يشجع التعلم التعاوني والمشاركة الفعّالة، مما يرفع مستوى التحصيل الدراسي ويقوي الروابط الاجتماعية بين الطلاب.
- مثال: المعلم الذي يوجه النقد بشكل بناء ويشجع الأسئلة يساهم في تعزيز الثقة لدى الطلاب وتشجيع المشاركة في الصف.

3. في المجتمع الرقمي:

- يشجع على نشر المحتوى البناء والتفاعل الإيجابي على منصات التواصل الاجتماعي.
- يساهم في مكافحة التنمر الإلكتروني والتصرفات العدوانية، ويعزز مناخاً رقيقاً أكثر احتراماً.
- مثال: المشاركة بمقالات تعليمية أو تحفيزية، والتعليق بطريقة داعمة بدلاً من الانتقاد السلبي أو الهجوم الشخصي.

4. في العمل والمؤسسات:

- يساهم في رفع الإنتاجية من خلال تحسين التعاون بين فرق العمل.
- يساعد على بناء فرق متماسكة وتقليل النزاعات الداخلية.
- مثال: عقد اجتماعات منتظمة للاستماع لملاحظات الموظفين وتقديم تغذية راجعة بناءة يعزز بيئة عمل صحية ويزيد الالتزام بالمهام.

المبحث الرابع: التواصل الصحي والإعلام

يلعب الإعلام دوراً محورياً في تشكيل السلوكيات الفردية والجماعية، ويصبح أكثر فعالية عندما يراعي مبادئ التواصل الصحي في تصميم الرسائل والمحتوى المقدم.

1. تعزيز السلوكيات الإيجابية عبر الإعلام:

- الرسائل الإعلامية المصممة بطريقة صحية تعزز فهم الجمهور للمعلومات بطريقة واضحة، دقيقة، ومحترمة.
- يمكن للإعلام أن يكون أداة لتعليم السلوكيات الإيجابية، التعايش الاجتماعي، والاحترام بين الأفراد والمجموعات.
- مثال: برامج تلفزيونية للأطفال التي تركز على قيم التعاون والمشاركة تساعد على غرس هذه السلوكيات منذ الصغر.

2. أدوات الإعلام في التوعية وبناء السلوك الصحي:

- برامج التوعية والإعلانات التربوية: تركز على التثقيف حول الصحة النفسية، التغذية، السلامة العامة، والتعامل الاجتماعي الصحي.
- المحتوى الإعلامي البناء: يشجع الحوار المفتوح، ويقلل من التحيزات والصراعات بين الفئات المختلفة.
- مثال: حملات إعلامية على الإنترنت حول الوقاية من الأمراض أو مكافحة التنمر، توضح السلوكيات الصحيحة وتقدم نصائح عملية للمجتمع.

3. التواصل الصحي في الشبكات الرقمية:

- يساهم في بناء بيئة تفاعلية إيجابية من خلال استخدام اللغة والرموز التعبيرية بطريقة داعمة ومحترمة.
- يساعد على الحد من العدوانية الإلكترونية والتنمر الرقمي من خلال تعزيز قيم الاحترام والتفاهم بين المستخدمين.
- مثال: مجموعة رقمية تشجع المشاركين على تبادل النصائح الصحية، مع وضع قواعد واضحة لسلوك التفاعل الإيجابي، مما يقلل الصراعات ويزيد التعاون بين الأعضاء.

المبحث الخامس: استراتيجيات تعزيز التواصل الصحي

يهدف هذا المبحث إلى تقديم أساليب عملية لتعزيز التواصل الصحي، سواء على المستوى الشخصي أو الاجتماعي، بما يساهم في بناء علاقات إيجابية وداعمة.

1. التدريب على مهارات الاتصال:

- يتضمن ورش عمل أو جلسات تعليمية لتطوير مهارات التعبير، الاستماع الفعال، وحل النزاعات بطريقة بناءة.
- يساعد الأفراد على التواصل بثقة ووضوح، وتقليل سوء الفهم والخلافات.
- مثال: تنظيم دورة تدريبية للطلاب حول كيفية التعبير عن آرائهم والمشاركة في النقاشات الصفية بطريقة محترمة.

2. الوعي الذاتي والاجتماعي:

- معرفة تأثير سلوك الفرد على الآخرين، وفهم العوامل النفسية والاجتماعية التي تشكل طريقة تفاعله.
- يعزز القدرة على تعديل السلوكيات السلبية واستبدالها بأساليب إيجابية.
- مثال: موظف يلاحظ أن أسلوبه الحاد في الاجتماعات يسبب توتراً بين الزملاء فيحاول تعديل نبرة صوته وكلماته.

3. استخدام الوسائل الرقمية بشكل مسؤول:

- التركيز على المشاركة البناءة، احترام الخصوصية، وتجنب الإساءة أو التمرر الإلكتروني.
- يساهم في خلق بيئة رقمية آمنة تعزز التفاعل الإيجابي بين المستخدمين.

- مثال: نشر محتوى تثقيفي مفيد على وسائل التواصل الاجتماعي مع الالتزام بتجنب الهجمات أو الانتقادات السلبية للأفراد.
- 4. تعزيز التعاطف والمساعدة المتبادلة:
- تشجيع التعاون والدعم الاجتماعي، والقدرة على فهم مشاعر الآخرين ومساعدتهم عند الحاجة.
- يخلق علاقات قائمة على الثقة والاحترام المتبادل.
- مثال: تنظيم مجموعات تطوعية في المدرسة أو العمل لتقديم الدعم للطلاب أو الزملاء المحتاجين.
- 5. تطبيق أساليب التغذية الراجعة البناءة:
- تقديم الملاحظات بطريقة إيجابية تشجع على التحسين دون إحباط الآخرين.
- يساعد على تطوير الأداء الفردي والجماعي ويعزز التواصل المفتوح والصحي.
- مثال: مدرس يقدم تعليقاً على مشروع الطالب بطريقة تشجع على تعديل الأخطاء وتحسين الجودة بدلاً من الاكتفاء بالنقد السلبي.

المبحث السادس: ليك إجابة نموذجية شاملة على أسئلة المناقشة للفصل الثاني عشر: التواصل الصحي وتعزيز السلوكيات الإيجابية:

1. ما العناصر الأساسية للتواصل الصحي؟

- الوضوح والدقة في الرسائل لتجنب سوء الفهم.
 - الاحترام المتبادل بين الأطراف وعدم الإهانة أو الانتقاد الجارح.
 - الاستماع الفعّال والانتباه للطرف الآخر قبل الرد.
 - التعبير المناسب عن المشاعر والاحتياجات بطريقة واضحة وبناءة.
 - التعاطف الاجتماعي وفهم مشاعر الآخرين ومشاركتهم الاهتمام.
2. كيف يمكن للتواصل الصحي أن يعزز السلوكيات الإيجابية في المدرسة والمجتمع؟

- في المدرسة: يحسن التفاعل بين الطلاب والمعلمين، ويشجع على التعلم التعاوني والمشاركة البناءة.
 - في المجتمع: يساهم في نشر الاحترام والتفاهم بين الفئات المختلفة، ويقلل النزاعات والخلافات، ويشجع على التعاون والدعم الاجتماعي.
3. أعط مثلاً على استخدام الإعلام لتعزيز التواصل الصحي.
- مثال عملي: حملة إعلامية توعوية على وسائل التواصل الاجتماعي حول الوقاية من الأمراض أو مكافحة التنمر، تقدم نصائح واضحة وسهلة التطبيق وتشجع على السلوكيات الإيجابية بين الجمهور.

- مثال آخر: برامج تلفزيونية أو إذاعية تعليمية للأطفال تركز على قيم التعاون والمشاركة والاحترام المتبادل.

4. ما استراتيجيات التعامل مع النزاعات بطريقة بناءة باستخدام مهارات التواصل الصحي؟

- الاستماع الفعّال: فهم وجهة نظر الطرف الآخر قبل الرد.
- التعبير الواضح عن المشاعر والاحتياجات: توضيح المشكلة بدون لوم أو هجوم.
- البحث عن حلول وسط: التوصل إلى اتفاق يرضي جميع الأطراف ويقلل التوتر.
- استخدام التغذية الراجعة البناءة: تقديم اقتراحات للتحسين دون إحباط الآخرين.
- التحكم في الانفعالات: الابتعاد عن العنف اللفظي أو العدوانية أثناء النقاش.

خاتمة الفصل:

يبرز هذا الفصل أهمية التواصل الصحي كأداة أساسية لتعزيز السلوكيات الإيجابية على المستوى الفردي والجماعي. فقد تبين أن مهارات التواصل الصحي مثل الاستماع الفعال، التعبير الواضح، التعاطف، وحل النزاعات بطرق بناءة، تساهم في تقوية العلاقات الأسرية والمدرسية والمجتمعية، كما تدعم الصحة النفسية والاجتماعية.

كما أوضح الفصل أن الإعلام ووسائل التواصل الرقمية يمكن أن يكونا أدوات فعّالة لتعزيز التواصل الصحي، إذا ما صُممت الرسائل والمحتوى وفق مبادئ الاحترام والوضوح والمشاركة البناءة.

وأخيراً، أظهرت استراتيجيات تعزيز التواصل الصحي، مثل التدريب على مهارات الاتصال، الوعي الذاتي والاجتماعي، واستخدام الوسائل الرقمية بشكل مسؤول، أن التواصل الصحي ليس مهارة فطرية فقط، بل يمكن تعلمها وتطويرها لتحقيق بيئة تفاعلية إيجابية ومجتمع متعاون ومسؤول.

المراجع المستخدمة في الفصل الثاني عشر:

- السويدي، ع. (2015). علم النفس الاجتماعي للاتصال. بيروت: دار الفكر العربي.
- الخضري، م. (2018). وسائل الإعلام والصحة النفسية: دور الحملات التوعوية. المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، 12 (3)، 45-68.

الفصل الثالث عشر

المسؤولية الاجتماعية للإعلام: منظور نفسي

وأخلاقي

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام

المبحث الثاني: التأثير النفسي والاجتماعي للإعلام

المبحث الثالث: البعد الأخلاقي للإعلام

المبحث الرابع: دور الإعلام في تعزيز المسؤولية الاجتماعية

المبحث الخامس: استراتيجيات لضمان إعلام مسؤول

المبحث السادس: أسئلة للمناقشة وإجابات نموذجية

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل الثالث عشر

تمهيد:

يشكل الإعلام أداة قوية تؤثر في السلوكيات والمواقف الفردية والجماعية، لذلك ترتبط فعاليته بشكل وثيق بالمسؤولية الاجتماعية التي يتحملها صانعو المحتوى ووسائل الإعلام. يهدف هذا الفصل إلى دراسة المسؤولية الاجتماعية للإعلام من منظور نفسي وأخلاقي، مسلطاً الضوء على دور الإعلام في توجيه السلوك، تعزيز القيم، وحماية الفئات الهشة من التأثيرات الضارة.

يتناول الفصل أربعة محاور رئيسية: أخلاقيات الاتصال التي تحدد معايير السلوك الإعلامي، التأثير النفسي للمضامين الإعلامية على الأفراد والمجتمع، وحماية الفئات الهشة من المحتوى الضار، بالإضافة إلى دور الإعلام في تعزيز المسؤولية الاجتماعية بما يحقق المنفعة العامة ويعزز التنمية الفردية والمجتمعية.

من خلال هذا الفصل، سيتم التعرف على المبادئ النفسية والأخلاقية التي يجب أن يسترشد بها الإعلام، والأساليب العملية لضمان أن تكون وسائل الإعلام قوة إيجابية تساهم في بناء مجتمع واعي ومسؤول.

المبحث الأول: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام

1. تعريف المسؤولية الاجتماعية للإعلام:

تشير المسؤولية الاجتماعية للإعلام إلى التزام وسائل الإعلام بتقديم محتوى نزيه، موضوعي، وهادف، يراعي المصلحة العامة ويحترم القيم الإنسانية. ويعني ذلك أن الإعلام لا يقتصر على نقل الأخبار أو الترفيه، بل يمتلك دوراً أخلاقياً واجتماعياً في توجيه سلوكيات الأفراد والمجتمعات نحو الأفضل.

2. الأبعاد الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للإعلام:

أ. الدقة والموضوعية:

- تعني نقل المعلومات الصحيحة والتحقق من المصادر قبل النشر.
- الهدف هو منع انتشار الشائعات والأخبار المزيفة التي قد تسبب القلق أو الفوضى.
- مثال: قناة إخبارية تتحرى صحة المعلومات قبل بثها، وتتجنب نشر الأخبار غير المؤكدة.

ب. العدالة والمساواة:

- تقديم كل وجهات النظر بدون تحيز أو تمييز، وإعطاء الفرصة لكل الأطراف للتعبير عن آرائهم.
- يعزز الثقة في الإعلام ويكفل التوازن في نقل الأحداث والقضايا المجتمعية.
- مثال: برنامج حوار يناقش قضية سياسية مع استضافة ممثلين من جميع الأطياف السياسية دون تفضيل أحدهم.

ج. حماية الجمهور الضعيف:

- تشمل فئات مثل الأطفال، المراهقين، وكبار السن، الذين قد يكونون أكثر عرضة للتأثر بالمحتوى الإعلامي السلبي.
- يمكن ذلك من خلال فلترة المحتوى، تحديد الفئات العمرية، وتقديم محتوى تعليمي وترفيهي مسؤول.

- مثال: قناة للأطفال تعرض برامج تعليمية وتمنع العنف أو المحتوى المثير للقلق.

د. التأثير الإيجابي:

- تسعى وسائل الإعلام إلى تعزيز القيم الاجتماعية والصحية والتعليمية من خلال محتوى هادف وبناء.
- يساهم هذا البعد في تشكيل وعي اجتماعي إيجابي ودعم السلوكيات المسؤولة.
- مثال: برامج توعوية حول الصحة العامة أو حملات إعلامية لتعزيز القراءة والثقافة بين الشباب.

المبحث الثاني: التأثير النفسي والاجتماعي للإعلام

يشير هذا المبحث إلى الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام في تشكيل السلوكيات والمواقف الفردية والجماعية، سواء بشكل إيجابي أو سلبي، ويعتمد تأثيره على المحتوى وطريقة تقديمه.

1. التأثير النفسي للإعلام:

- تشكيل المواقف والاتجاهات والسلوكيات:
 - الإعلام يساهم في تكوين آراء الأفراد تجاه قضايا معينة، سواء سياسية أو اجتماعية أو ثقافية.
 - مثال: برنامج توعوي حول البيئة يشجع الأفراد على اتباع سلوكيات صديقة للطبيعة مثل إعادة التدوير.
- التأثير على الصحة النفسية:
 - يمكن أن يؤدي التعرض المستمر لمحتوى سلبي أو عنيف إلى القلق، الضغط الاجتماعي، أو الشعور بعدم الأمان.
 - مثال: متابعة الأخبار العنيفة باستمرار قد تزيد من مستويات التوتر والاضطراب النفسي لدى المشاهدين.

2. التأثير الاجتماعي للإعلام:

- تشكيل الرأي العام:
 - يساهم الإعلام في توجيه النقاشات العامة، إبراز القضايا المهمة، وتحديد الأولويات المجتمعية.

- مثال: حملات إعلامية عن أهمية التعليم والمشاركة السياسية تؤثر على آراء المواطنين واتجاهاتهم نحو المشاركة المجتمعية.
- تعزيز أو تقويض القيم والمعايير الاجتماعية:
- وسائل الإعلام يمكن أن تدعم القيم مثل التعاون، الاحترام، والمساواة، أو تعزز السلوكيات الضارة إذا تم تقديم محتوى غير مسؤول.
- مثال: برامج تحفيزية للأطفال تعزز التعاون والمثابرة، بينما الألعاب أو المسلسلات التي تحتوي على العنف قد تشجع العدوانية.
- التأثير في الانتماء الجماعي والسلوكيات الجمعية:
- الإعلام يمكن أن يقوي الشعور بالانتماء من خلال إبراز الهوية المشتركة، أو يؤدي إلى الانقسام إذا استخدم بطريقة تثير التحيز أو الاستقطاب.
- مثال: نشر حملات وطنية تدعم العمل التطوعي يعزز الانتماء الاجتماعي، بينما الأخبار المضللة أو المبالغ فيها قد تثير الخلافات.

المبحث الثالث: البعد الأخلاقي للإعلام

الالتزام بالبعد الأخلاقي يمثل أحد الركائز الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للإعلام، ويضمن أن تكون وسائل الإعلام قوة إيجابية في المجتمع.

1. الالتزام بالقيم الأخلاقية:

- يشمل الصدق، النزاهة، والاحترام في نقل الأخبار والمعلومات.
- الإعلام الذي يراعي هذه القيم يضمن نشر المعلومات الدقيقة ويعزز ثقة الجمهور.
- مثال: صحفي يلتزم بالتحقق من صحة الخبر قبل النشر ويقدم تصحيحاً فوراً عند اكتشاف خطأ.

2. المسؤولية الأخلاقية:

- أ. تجنب نشر المعلومات المضللة أو التحريضية:
- منع انتشار الشائعات والأخبار المزيفة التي قد تثير القلق أو النزاعات بين الأفراد والجماعات.
 - مثال: قناة إخبارية تتحرى الأخبار قبل بثها لتجنب نشر أخبار كاذبة عن حدث سياسي حساس.
- ب. مراعاة الخصوصية وحقوق الأفراد:
- احترام حياة الأفراد الخاصة، خاصة الأطفال والمراهقين، ومنع نشر المعلومات الشخصية دون إذن.
 - مثال: عدم نشر صور ضحايا الحوادث أو تفاصيل عن حياتهم الشخصية.

ج. التعامل مع القضايا الحساسة بحذر:

- يشمل محتوى العنف، النزاعات، الكوارث الطبيعية، والقضايا السياسية المثيرة للجدل.
- تقديم هذه الأخبار بطريقة موضوعية وموازنة لتجنب التحريض أو الترويع.
- مثال: تغطية نزاع مسلح مع التركيز على الحقائق الإنسانية دون استخدام لغة مثيرة للعداء.

د. تعزيز الحوار البناء بدل التحريض على الكراهية:

- تشجيع النقاشات الهادفة المبنية على الاحترام والمنطق، والابتعاد عن الهجوم الشخصي أو السخرية.
- مثال: برنامج حوار يناقش قضية اجتماعية مع استضافة أطراف متعددة وتشجيع النقاش الهادئ بدلاً من السخرية أو الهجوم الشخصي.

المبحث الرابع: دور الإعلام في تعزيز المسؤولية الاجتماعية

يلعب الإعلام دوراً محورياً في تشكيل السلوكيات الفردية والجماعية، ويصبح أداة فعالة لتعزيز المسؤولية الاجتماعية عند توجيه المحتوى بطريقة هادفة وأخلاقية.

1. نشر البرامج التعليمية والتوعوية:

- تساهم هذه البرامج في رفع وعي الجمهور بالقضايا الاجتماعية، الصحية، والبيئية.
- مثال: برامج تلفزيونية أو إذاعية توضح أهمية النظافة والصحة العامة، أو حملات تعليمية حول استخدام الإنترنت بطريقة آمنة.

2. مكافحة التنمر والعنف الإعلامي:

- يشمل منع نشر المحتوى العنيف أو الموجه للتحريض، وحماية الجمهور من التأثيرات السلبية.
- مثال: منصات رقمية تطبق سياسات صارمة ضد التعليقات المسيئة أو الصور العنيفة على الشبكات الاجتماعية.

3. تعزيز المشاركة المدنية والمسؤولية الجماعية:

- الإعلام يمكن أن يشجع الأفراد على المشاركة في العمل التطوعي، التصويت، والمبادرات المجتمعية.
- مثال: حملة إعلامية تدعو المواطنين للمشاركة في تنظيف الحدائق العامة أو دعم الفقراء والمحتاجين.

4. دعم القيم الإنسانية:

- مثل التعاون، التسامح، والعدالة، من خلال محتوى يركز على الحوار البناء وحل النزاعات بشكل سلمي.
- مثال: برنامج شبابي يعرض قصص نجاح في التعاون بين مختلف الفئات لتعزيز التسامح الاجتماعي.

5. المسؤولية الاجتماعية في البيئة الرقمية:

- يشمل التفاعل البناء على الشبكات الاجتماعية، تحري المصداقية، ومكافحة الأخبار المزيفة.
- يهدف إلى بناء بيئة رقمية آمنة وداعمة، تقلل من النزاعات الإلكترونية وتعزز الوعي الاجتماعي.
- مثال: حساب رسمي على وسائل التواصل الاجتماعي ينشر معلومات صحية دقيقة مع التأكد من مصادرها ويشجع المتابعين على التفاعل الإيجابي.

المبحث الخامس: استراتيجيات لضمان إعلام مسؤول

يهدف هذا المبحث إلى تقديم أساليب عملية تساعد على تحقيق إعلام مسؤول، يحترم القيم الأخلاقية، ويعزز المسؤولية الاجتماعية.

1. الرقابة الذاتية:

- تعني التزام الصحفيين والمنتجين بالمعايير الأخلاقية قبل نشر الأخبار أو البرامج.
- تشمل التحقق من المصادر، الابتعاد عن التحيز، وضمان الدقة في المعلومات.
- مثال: محرر صحفي يراجع جميع الأخبار قبل النشر ويصحح أي خطأ محتمل لضمان مصداقية المحتوى.

2. التثقيف الإعلامي للجمهور:

- تعليم الأفراد كيفية تحليل الرسائل الإعلامية بوعي وتمييز المعلومات الموثوقة من المزيفة.
- يساهم في بناء جمهور ناقد وواعٍ قادر على اتخاذ قرارات مستنيرة.
- مثال: ورش عمل للطلاب حول كيفية التحقق من صحة الأخبار على الإنترنت والتعامل مع الأخبار المزيفة.

3. التعاون بين وسائل الإعلام والمؤسسات التربوية:

- إنتاج محتوى تعليمي وتوعوي بالتنسيق مع المدارس والجامعات.
- تعزيز من التنشئة الإيجابية والقيم الاجتماعية عبر الإعلام.
- مثال: قناة تلفزيونية تطلق برامج تعليمية بالتعاون مع وزارة التعليم حول السلامة المرورية أو الصحة العامة.

4. التكنولوجيا والرقابة الرقمية:

- استخدام أدوات التصفية والفلترية الرقمية لمنع انتشار المحتوى الضار أو المضلل على المنصات الإلكترونية.
- يساهم في حماية الجمهور، خاصة الفئات الهشة، من التأثيرات السلبية للمحتوى الرقمي.
- مثال: منصات التواصل الاجتماعي تعتمد خوارزميات لرصد وحظر التعليقات التحريضية أو الأخبار الكاذبة.

5. المبادرات الأخلاقية:

- إطلاق برامج ومبادرات تهدف إلى تعزيز قيم المسؤولية والشفافية في الإعلام.
- تشمل الجوائز الإعلامية الأخلاقية، وإرشادات للصحفيين حول الالتزام بالمعايير المهنية.
- مثال: جمعية إعلامية تطلق حملة لتكريم وسائل الإعلام التي تنتج محتوى مسؤول وموثوق.

المبحث السادس: أسئلة للمناقشة وإجابات نموذجية

1. ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للإعلام؟
 2. كيف يمكن للإعلام التأثير إيجاباً على السلوكيات الاجتماعية؟
 3. أعط مثلاً على استخدام وسائل الإعلام لتعزيز القيم الأخلاقية.
 4. ما الاستراتيجيات التي تضمن إعلاماً مسؤولاً في البيئة الرقمية؟
1. ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للإعلام؟
 - المسؤولية الاجتماعية للإعلام تعني التزام وسائل الإعلام بتقديم محتوى نزيه، موضوعي، وهادف، يراعي المصلحة العامة ويحترم القيم الإنسانية، مع الحرص على حماية الجمهور من المعلومات المضللة أو الضارة.
 - تشمل أبعادها: الدقة والموضوعية، العدالة والمساواة، حماية الجمهور الضعيف، والتأثير الإيجابي على المجتمع.
 2. كيف يمكن للإعلام التأثير إيجاباً على السلوكيات الاجتماعية؟
 - من خلال نشر برامج تعليمية وتوعوية تشجع على السلوكيات الإيجابية مثل التعاون، التسامح، والمشاركة المدنية.
 - مكافحة التنمر والعنف الإعلامي وتعزيز الحوار البناء بين الفئات المختلفة.
 - التأكيد على القيم الإنسانية والممارسات الاجتماعية الصحية، سواء في الإعلام التقليدي أو الرقمي.
 - مثال: حملة إعلامية توعوية حول أهمية المشاركة في العمل التطوعي أو المحافظة على البيئة.

3. أعط مثلاً على استخدام وسائل الإعلام لتعزيز القيم الأخلاقية:
 - برنامج تلفزيوني للأطفال يركز على التعاون، الصدق، والمساعدة المتبادلة في الأنشطة المدرسية والبيئية.
 - مثال آخر: برنامج حوار يناقش قضايا اجتماعية ويشجع النقاش البناء واحترام الرأي الآخر بدلاً من التحريض أو السخرية.
4. ما الاستراتيجيات التي تضمن إعلاماً مسؤولاً في البيئة الرقمية؟
 - الرقابة الذاتية: التزام الصحفيين والمنتجين بالمعايير الأخلاقية والتحقق من المعلومات قبل نشرها.
 - التثقيف الإعلامي للجمهور: تعليم الأفراد كيفية تحليل الرسائل الإعلامية بوعي وتمييز الأخبار المزيفة.
 - التعاون بين الإعلام والمؤسسات التربوية: إنتاج محتوى تعليمي وتوعوي.
 - التكنولوجيا والرقابة الرقمية: استخدام أدوات لمنع المحتوى الضار أو المضلل على الشبكات الرقمية.
 - المبادرات الأخلاقية: تعزيز قيم المسؤولية والشفافية في الإعلام وتشجيع الممارسات الإعلامية المسؤولة.

خاتمة الفصل:

المسؤولية الاجتماعية للإعلام ليست خياراً، بل واجباً تجاه المجتمع. فهي تضمن تأثيراً إيجابياً على النفس الفردية والسلوك الاجتماعي، وتساعد على نشر القيم والأخلاق. ويظهر علم النفس الاجتماعي للاتصال أن التوازن بين التأثير النفسي والاجتماعي والأخلاقي هو الأساس لإعلام مسؤول وفعال.

المراجع المستخدمة في الفصل الثالث عشر:

- الأزهر الشريف - مركز دراسات الإعلام. أخلاقيات الإعلام. القاهرة: مركز دراسات الإعلام.
- الحسيني، عبد الله. أخلاقيات الإعلام والمسؤولية الاجتماعية. بيروت: دار الفكر العربي.
- الخضري، م. الإعلام الرقمي وحماية الجمهور الضعيف. المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، 14 (2)، 55-78.
- الياسين، سامي. التثقيف الإعلامي ووسائل الاتصال. عمان: دار المسيرة.
- السويدي، ع. الإعلام والمسؤولية الاجتماعية: منظور نفسي وأخلاقي. القاهرة: دار الفكر العربي.

الفصل الرابع عشر

آفاق البحث في علم النفس الاجتماعي

للاتصال

تمهيد

المبحث الأول: القضايا البحثية المعاصرة

المبحث الثاني: التحديات التكنولوجية والاجتماعية

المبحث الثالث: الاتجاهات المستقبلية في البحث

المبحث الرابع: التطبيقات العملية للبحث المستقبلي

المبحث الخامس: أسئلة للمناقشة وإجابات نموذجية

خاتمة الفصل

المراجع المستخدمة في الفصل الرابع عشر

تمهيد:

يعد علم النفس الاجتماعي للاتصال مجالاً ديناميكياً ومتجدداً، يتفاعل مع التطورات التكنولوجية والاجتماعية والثقافية. ومع ظهور الإعلام الرقمي، الشبكات الاجتماعية، والذكاء الاصطناعي، أصبحت هناك فرص جديدة وأسئلة بحثية حول تأثير الاتصال على السلوك الفردي والجماعي.

ويهدف هذا الفصل إلى استكشاف القضايا المعاصرة والآفاق المستقبلية للبحث في علم النفس الاجتماعي للاتصال، مع التركيز على التحديات والتطبيقات العملية.

المبحث الأول: القضايا البحثية المعاصرة

يتناول هذا المبحث أبرز القضايا البحثية الحديثة المرتبطة بالإعلام الرقمي وتأثيره على الأفراد والمجتمعات، مع التركيز على البعد النفسي والاجتماعي.

1. تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الشخصية والاجتماعية:

- دراسة كيفية تكوين الهوية في الفضاء الرقمي وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الانطباعات الذاتية.

- يشمل تحليل ثقافة السيلفي والشهرة الرقمية، وكيف يمكن أن تؤثر على تقدير الذات والانتماء الاجتماعي.

- مثال: مراهق ينشئ محتوى على منصات مثل إنستغرام أو تيك توك، ويكون صورة ذاته بناءً على التعليقات والإعجابات التي يحصل عليها.

2. السلوك العدواني والتنمر الإلكتروني:

- تحليل أسباب انتشار العنف الرقمي والتنمر الإلكتروني بين المستخدمين، خاصة الشباب.

- دراسة سبل الوقاية مثل التوعية الرقمية، الرقابة الذاتية، وبرامج مكافحة التنمر.

- مثال: حملات توعية على وسائل التواصل الاجتماعي لتعليم المراهقين كيفية التعامل مع التعليقات المسيئة والإبلاغ عن التنمر الرقمي.

3. التواصل بين الثقافات في العالم الرقمي:

- فهم تأثير الاتصال الرقمي على الانتماءات الثقافية والهويات المتعددة.
- دراسة كيف يمكن للمنصات الرقمية تعزيز الحوار بين الثقافات أو خلق صراعات بسبب سوء الفهم أو الصور النمطية.
- مثال: مجموعات نقاش دولية على فيسبوك تسمح للأفراد من ثقافات مختلفة بمشاركة خبراتهم، ما يعزز التفاهم الثقافي.

4. التفاعل بين الفرد والجماعة:

- دراسة تأثير الحشود الرقمية والشبكات الاجتماعية على اتخاذ القرار والمواقف الاجتماعية.
- تحليل ظواهر مثل الضغط الاجتماعي الرقمي، الرأي العام الإلكتروني، وتأثير المؤثرين على المواقف الفردية.
- مثال: حملة اجتماعية على تويتر تؤثر على قرار عدد كبير من المستخدمين حول قضية بيئية أو سياسية.

5. الإعلام والتنشئة الاجتماعية:

- بحث كيفية تأثير البرامج الإعلامية والمحتوى الرقمي على القيم والسلوكيات لدى الأطفال والمراهقين.
- دراسة دور الإعلام في التنشئة الإيجابية أو السلبية وتأثيره على التعلم الاجتماعي.

- مثال: برامج تعليمية للأطفال تعزز التعاون والاحترام، مقابل محتوى رقمي مسيء قد يعزز العدوانية أو السلوكيات الضارة.

المبحث الثاني: التحديات التكنولوجية والاجتماعية

يشكل الإعلام الرقمي تحدياً مستمراً للأفراد والمجتمعات، حيث تتداخل الجوانب التكنولوجية مع التأثيرات النفسية والاجتماعية.

1. السرعة وانتشار المعلومات:

- الإعلام الرقمي يتيح نشر المعلومات بسرعة هائلة، ما يزيد صعوبة التحقق من صحتها قبل وصولها إلى الجمهور.

- هذا يمكن أن يؤدي إلى انتشار الشائعات والأخبار المضللة وتأثيرها على الرأي العام.

- مثال: شائعة تنتشر على منصات التواصل الاجتماعي قبل التأكد من صحتها، مما يخلق جدلاً واسعاً أو ذعراً بين الناس.

2. الإدمان الرقمي:

- الاستخدام المفرط للأجهزة الرقمية والشبكات الاجتماعية قد يؤدي إلى إدمان رقمي يؤثر على الصحة النفسية والسلوك الاجتماعي.

- يؤثر على التركيز، النوم، والتفاعل الاجتماعي المباشر.

- مثال: قضاء المراهق ساعات طويلة على الألعاب أو منصات التواصل يقلل من التفاعل الأسري أو الأداء الدراسي.

3. الخصوصية والهوية الرقمية:

- حماية البيانات الشخصية والحفاظ على الهوية الرقمية أصبح تحدياً رئيسياً في العصر الرقمي.
- يشمل تسريب المعلومات، استغلال البيانات الشخصية، وتأثير المحتوى على السمعة الرقمية.
- مثال: نشر صور أو معلومات شخصية على الشبكات الاجتماعية بدون إعدادات الخصوصية المناسبة قد يؤدي إلى مضايقات أو استغلال من قبل جهات غير مسؤولة.

4. الذكاء الاصطناعي والإعلام التفاعلي:

- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يغير طريقة تقديم المعلومات ويؤثر على اتجاهات الرأي والسلوك الجمعي.
- يشمل ذلك الخوارزميات التي تحدد المحتوى، التوصيات المخصصة، والإعلانات المستهدفة.
- مثال: خوارزمية يوتيوب أو فيسبوك تقترح محتوى بناءً على اهتمامات المستخدم، مما قد يعزز الانتماءات أو الأفكار الفردية والجماعية.

المبحث الثالث: الاتجاهات المستقبلية في البحث

ستعرض هذا المبحث أبرز الاتجاهات الحديثة والمستقبلية في دراسة الإعلام الرقمي وتأثيره على السلوك الاجتماعي، مع التركيز على التكامل بين التكنولوجيا، البحث النفسي والاجتماعي، والتطبيقات العملية.

1. استخدام التكنولوجيا لدراسة السلوك الاجتماعي:

- تحليل البيانات الكبيرة (Big Data) يساعد الباحثين على فهم أنماط التفاعل الاجتماعي على منصات التواصل الرقمي.
- يتيح اكتشاف العلاقات بين السلوكيات الرقمية، الاهتمامات، وتأثير الحملات الإعلامية على الجماهير.
- مثال: دراسة سلوكيات المستخدمين على تويتر لمعرفة انتشار الأخبار المضللة وكيفية تأثيرها على الرأي العام.

2. البحث التجريبي في البيئات الرقمية:

- تصميم تجارب رقمية لفحص تأثير الرسائل الإعلامية على السلوك الفردي والجماعي.
- يسمح بتحديد أي أنواع المحتوى تزيد من التعاون أو العدوانية، ودراسة فعالية البرامج التوعوية الرقمية.
- مثال: تجربة رقمية لقياس تأثير مقاطع الفيديو التعليمية على تحسين مهارات التعاون بين الطلاب.

3. التواصل بين العلوم:

- دمج علم النفس الاجتماعي مع الإعلام الرقمي، علم البيانات، وعلوم الحاسوب لفهم أعمق للتفاعلات الرقمية.
- هذا التكامل يعزز من دقة البحث وقدرته على تحليل السلوكيات المعقدة في العالم الرقمي.
- مثال: استخدام تحليل الشبكات الاجتماعية (Social Network Analysis) لفهم كيف تنتشر القيم أو الأخبار بين المجموعات الرقمية.

4. المقاربة الدولية والمقارنة الثقافية:

- دراسة تأثير الإعلام عبر سياقات ثقافية متعددة لفهم التنوع في التفاعلات الاجتماعية والاتصال الرقمي.
- تساعد المقارنات الدولية على معرفة كيف تختلف ردود الفعل الاجتماعية تجاه نفس المحتوى الإعلامي باختلاف الثقافة أو المجتمع.
- مثال: مقارنة تأثير حملات توعية بيئية على مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط مقابل أوروبا.

5. التنمية المستدامة والاتصال المسؤول:

- دراسة كيفية استخدام الإعلام لتعزيز القيم الإيجابية، المسؤولية الاجتماعية، والتغيير المجتمعي بشكل مستدام.
- التركيز على الإعلام كأداة للتنمية المستدامة، مثل نشر الوعي البيئي أو دعم المساواة بين الجنسين.

- مثال :حملة رقمية مستمرة تهدف لتشجيع إعادة التدوير واستخدام الطاقة النظيفة بين الشباب.

المبحث الرابع: التطبيقات العملية للبحث المستقبلي

يهدف هذا المبحث إلى عرض كيفية تحويل نتائج البحوث المستقبلية في الإعلام الرقمي والسلوك الاجتماعي إلى تطبيقات عملية تخدم المجتمع والفئات المختلفة.

1. تطوير برامج إعلامية وتربوية مستندة إلى البحث النفسي والاجتماعي:
 - تصميم محتوى إعلامي وتعليمي يعتمد على نتائج الدراسات حول سلوكيات الجمهور والتنشئة الاجتماعية.
 - يساهم ذلك في تعزيز التعلم الإيجابي وبناء سلوكيات صحية.
 - مثال :برنامج رقمي للأطفال يعلم التعاون والاحترام بناءً على نتائج دراسة حول تأثير الألعاب التعليمية على السلوكيات الاجتماعية.
2. تعزيز السياسات الإعلامية المسؤولة وحماية الجمهور:
 - استخدام نتائج البحوث لتوجيه السياسات الإعلامية والقوانين الرقمية لضمان سلامة الجمهور.
 - يشمل ذلك حماية الفئات الضعيفة من المحتوى الضار أو المضلل.
 - مثال :وضع سياسات لمنع التمر الإلكتروني وحظر المحتوى العنيف على منصات التواصل الاجتماعي.

3. تصميم أدوات تفاعلية رقمية للتواصل الصحي وبناء العلاقات الإيجابية:
 - تطوير تطبيقات ومنصات رقمية تساعد المستخدمين على التفاعل بطريقة بناءة وآمنة.
 - هذه الأدوات تعزز العلاقات الافتراضية الصحية وتقليل الصراعات الرقمية.
 - مثال: منصة تعليمية تتيح للطلاب التعاون في مشاريع جماعية رقمية مع تقديم تغذية راجعة بناءة وتشجيع الحوار الإيجابي.
4. دعم الأطفال والمراهقين والشباب في التعامل مع التحديات الرقمية:
 - تعليم الفئات الناشئة كيفية استخدام التكنولوجيا بشكل مسؤول وواعي، والتعامل مع الإدمان الرقمي، والتحقق من المعلومات.
 - تعزيز الوعي الرقمي ومهارات التفكير النقدي لحماية المستخدمين من التأثيرات السلبية للإعلام الرقمي.
 - مثال: ورش عمل تفاعلية في المدارس لتعليم الطلاب كيفية التعامل مع الأخبار المزيفة والتفاعل الإيجابي على الشبكات الاجتماعية.

المبحث الخامس: أسئلة للمناقشة وإجابات نموذجية

1. ما أبرز القضايا البحثية المعاصرة في علم النفس الاجتماعي للاتصال؟
 - تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الشخصية والاجتماعية، مثل كيفية تكوين الهوية في الفضاء الرقمي وتأثير الشهرة الرقمية والسيلفي.
 - السلوك العدواني والتنمر الإلكتروني، مع دراسة أسباب انتشار العنف الرقمي وطرق الوقاية.
 - التواصل بين الثقافات في العالم الرقمي، وتأثير الاتصال الرقمي على الانتماءات الثقافية والهويات المتعددة.
 - التفاعل بين الفرد والجماعة، مثل تأثير الحشود الرقمية على اتخاذ القرار والمواقف الاجتماعية.
 - الإعلام والتنشئة الاجتماعية، ودراسة تأثير البرامج الإعلامية على القيم والسلوكيات لدى الأطفال والمراهقين.
2. كيف تؤثر التكنولوجيات الحديثة على السلوك الاجتماعي؟
 - الانتشار السريع للمعلومات يمكن أن يشكل الرأي العام بسرعة ويزيد صعوبة التحقق من صحة المحتوى.
 - الاستخدام المفرط للتكنولوجيا قد يؤدي إلى الإدمان الرقمي ويؤثر على الصحة النفسية والتفاعل الاجتماعي.
 - تقنيات الذكاء الاصطناعي والخوارزميات تحدد المحتوى الذي يراه المستخدم، مما قد يؤثر على الاتجاهات والسلوك الجمعي.

- قضايا الخصوصية والهوية الرقمية تلعب دوراً في حماية البيانات الشخصية والحفاظ على سمعة الأفراد في الفضاء الرقمي.
- 3. ما الاتجاهات المستقبلية الواعدة لدراسة التأثير الإعلامي على الفرد والمجتمع؟
- استخدام البيانات الكبيرة (Big Data) لفهم أنماط التفاعل الاجتماعي عبر المنصات الرقمية.
- البحث التجريبي في البيئات الرقمية لدراسة تأثير الرسائل الإعلامية على السلوك الفردي والجماعي.
- التواصل بين العلوم، مثل دمج علم النفس الاجتماعي مع الإعلام الرقمي وعلم البيانات وعلوم الحاسوب.
- المقاربة الدولية والمقارنة الثقافية لفهم تأثير الإعلام عبر سياقات ثقافية متعددة.
- التركيز على التنمية المستدامة والاتصال المسؤول لتعزيز القيم الإيجابية والمشاركة المجتمعية.
- 4. أعط مثلاً على تطبيق بحثي مستقبلي يمكن أن يعزز التواصل الصحي أو المسؤولية الاجتماعية:
- تطوير تطبيق تفاعلي رقمي للطلاب يدمج نتائج البحث في علم النفس الاجتماعي، بحيث يشجع التعاون وحل النزاعات بطرق بناءة، ويقدم تغذية راجعة إيجابية عند المشاركة في مشاريع جماعية.
- مثال آخر: برنامج إعلامي رقمي مستند إلى البيانات يهدف لتعزيز الوعي بالخصوصية الرقمية وحماية الأطفال والمراهقين من التنمر الإلكتروني.

خاتمة الفصل:

يشير هذا الفصل إلى أن علم النفس الاجتماعي للاتصال هو مجال متطور وديناميكي يتفاعل مع التغيرات التكنولوجية والاجتماعية. القضايا المعاصرة مثل الهوية الرقمية، العدوان الإلكتروني، والشبكات الاجتماعية تفتح آفاقاً جديدة للبحث العلمي والتطبيق العملي. ويؤكد الفصل على ضرورة الابتكار في البحث والتقنيات لتطوير فهم أعمق للعلاقات بين الاتصال والسلوك الاجتماعي في المستقبل.

المراجع المستخدمة في الفصل الرابع عشر:

- الحسيني، عبد الله. الاتصال الجديد والتكنولوجيا الرقمية. بيروت: دار الفكر العربي.
- السويدي، ع. الاتصال والذكاء الاصطناعي: آفاق مستقبلية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- الخضري، م. الواقع الافتراضي والاتصال الاجتماعي. المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، 16 (3)، 45-70.
- راجح، أحمد عزت. البحوث المعاصرة في علم النفس الاجتماعي للاتصال. القاهرة: دار النهضة العربية.
- مكاي، حسن عماد. الاتصال الرقمي وتحديات المستقبل. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الفصل الخامس عشر

الامتحان - تقييم المعارف المكتسبة

تمهيد

المبحث الأول: أهداف الامتحان

المبحث الثاني: نموذج توزيع الأسئلة

المبحث الثالث: معايير التقييم

خلاصة الفصل

تمهيد:

يهدف هذا الفصل إلى تقييم مدى استيعاب الطلاب للمفاهيم والنظريات والمهارات التي تم تناولها في الفصول السابقة. ويُعدّ الامتحان أداة رئيسية لتقويم المعرفة والفهم، كما يساهم في قياس قدرة الطلاب على تطبيق مفاهيم علم النفس الاجتماعي للاتصال على الواقع العملي والإعلامي.

يمثل الامتحان فرصة للطلاب لإظهار مدى تمكنهم من التحليل، التفكير النقدي، والإبداع في طرح حلول للمشكلات المعاصرة في مجال الاتصال. كما يوفر للفصل إطاراً لتحديد نقاط القوة والضعف في الفهم الأكاديمي لدى الطلاب، وتوجيههم نحو تطوير مهاراتهم العملية والتطبيقية.

المبحث الأول: أهداف الامتحان

يهدف الامتحان إلى تحقيق ما يلي:

1. قياس فهم المبادئ الأساسية لعلم النفس الاجتماعي للاتصال، بما يشمل المفاهيم الأساسية والنظريات الرئيسية.
2. تقييم قدرة الطلاب على تحليل الظواهر النفسية والاجتماعية في سياق الاتصال الإعلامي والتربوي.
3. اختبار القدرة على ربط النظريات بالممارسات العملية في مجالات الإعلام الرقمي، التواصل، والانتماء الاجتماعي.
4. تعزيز التفكير النقدي والتحليلي لدى الطلاب، بما يتيح لهم التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة في البيئة الإعلامية.
5. تشجيع الطلاب على تطبيق المعرفة المكتسبة في حل مشكلات عملية ومواقف واقعية متعلقة بالتفاعل الاجتماعي والإعلام.
6. تحفيز الإبداع والابتكار في تقديم استراتيجيات للتواصل الصحي، المسؤولية الإعلامية، وبناء الهوية الاجتماعية الإيجابية.

المبحث الثاني: نموذج توزيع الأسئلة

القسم الأول: الأسئلة النظرية (20 نقطة)

الهدف: قياس مدى معرفة الطالب بالمفاهيم الأساسية والنظريات في علم النفس الاجتماعي للاتصال.

المحاور:

- تعريف المفاهيم الأساسية: علم النفس الاجتماعي، الاتصال، العدوان، الهوية الرقمية، المسؤولية الاجتماعية للإعلام.
- شرح النظريات: التعلم الاجتماعي، الإحباط والعدوان، النظرية الاجتماعية الثقافية، تأثير الإعلام الرقمي.
- تحديد عناصر ومكونات: التواصل الصحي، مهارات الاتصال، السلوكيات الإيجابية، الانتماء الاجتماعي.

نماذج أسئلة:

1. عرف علم النفس الاجتماعي للاتصال وشرح أهميته في فهم السلوك البشري.
2. ما الفرق بين العدوان والعنف؟ أعط أمثلة في السياق الإعلامي.
3. اشرح دور الشبكات الاجتماعية في بناء الهوية الافتراضية.
4. حدد ثلاثة عناصر أساسية للتواصل الصحي ووضح كيف تؤثر على السلوك الإيجابي.

القسم الثاني: الأسئلة التطبيقية والتحليلية (20 نقطة)

الهدف: قياس قدرة الطلاب على تحليل الحالات الواقعية وتطبيق النظريات على مواقف عملية.

المحاور:

- دراسة حالات واقعية أو سيناريوهات إعلامية.
- تحليل التأثير النفسي والاجتماعي لرسائل الإعلام.
- اقتراح حلول تربوية أو إعلامية لمشكلات محددة مثل التنمر الرقمي أو السلوك العدواني.

نماذج أسئلة:

1. درس حالة: طفل يتأثر بالعنف في الألعاب الرقمية. اشرح كيف يمكن لوسائل الإعلام التربوية الحد من تأثير هذه الألعاب.
2. تحليل: منشور على الشبكات الاجتماعية يروج لمقاييس جمال غير واقعية. كيف يؤثر ذلك على الهوية الشخصية لدى المراهقين؟
3. تقديم اقتراح: تصميم حملة إعلامية لتعزيز التواصل الصحي بين الطلاب في المدرسة.

القسم الثالث: الأسئلة النقدية والإبداعية (20 نقطة)

الهدف: تحفيز التفكير النقدي والإبداعي وتطوير حلول جديدة للمشكلات المعاصرة.

المحاور:

- ربط النظريات بالممارسات الحديثة والتكنولوجيا الرقمية.
- التفكير في استراتيجيات مبتكرة لتعزيز المسؤولية الاجتماعية والإعلامية.
- استكشاف الاتجاهات المستقبلية للبحث العلمي في علم النفس الاجتماعي للاتصال.

نماذج أسئلة:

1. اقترح استراتيجية مبتكرة لتعزيز المسؤولية الاجتماعية للإعلام في الفضاء الرقمي.
2. ناقش كيف يمكن للباحثين دراسة تأثير السيلفي على تقدير الذات بطريقة علمية.
3. ما أهم الاتجاهات المستقبلية للبحث في علم النفس الاجتماعي للاتصال وكيف يمكن استغلالها لتحسين السلوك الاجتماعي؟

المبحث الثالث: معايير التقييم

يستند التقييم إلى معايير محددة لضمان العدالة والشمولية:

1. الصحة العلمية: دقة المعلومات والمفاهيم المعروضة.
2. التحليل والفهم: قدرة الطالب على الربط بين النظريات والواقع العملي.
3. التطبيق العملي: اقتراح حلول واقعية وفعالة للمشكلات المطروحة.
4. الأسلوب الأكاديمي: وضوح التعبير، التنظيم، واستخدام المصطلحات الصحيحة.
5. الإبداع والابتكار: قدرة الطالب على تقديم أفكار جديدة ومدروسة.

خلاصة الفصل:

يشكل هذا الامتحان أداة شاملة لتقييم المعرفة والمهارات المكتسبة في مادة علم النفس الاجتماعي للاتصال. كما يساعد على تعزيز التفكير النقدي والتحليلي، ويُعزِّز القدرة على تطبيق النظريات والمفاهيم في الحياة العملية والإعلامية المعاصرة.

خاتمة الكتاب

خاتمة الكتاب

قد حاول هذا الكتاب أن يقدم إطاراً متكاملًا لدراسة علم النفس الاجتماعي للاتصال، من خلال دمج المعرفة النظرية بالممارسات التطبيقية، مع التركيز على قضايا الاتصال المعاصر. خلال الفصول الخمسة عشر، استعرضنا مفاهيم أساسية، نظريات نفسية واجتماعية، وأدوات تحليلية تساعد الطالب على فهم تأثير الإعلام والاتصال على الأفراد والجماعات.

وقد تميز الكتاب بالتنظيم المنهجي الذي يبدأ من المدخل المفاهيمي إلى الدراسات التطبيقية في الإعلام الرقمي، مروراً بالفصول التي تناولت العدوان والعنف، تأثير الإعلام على الأطفال والمراهقين، الهوية الرقمية، الشبكات الاجتماعية، والتواصل الصحي، وصولاً إلى المسؤولية الاجتماعية للإعلام وآفاق البحث المستقبلي. كما تضمن الكتاب أدوات للتقييم العملي من خلال الامتحان النهائي وأسئلة المناقشة، بهدف تعزيز مهارات التفكير النقدي والتحليلي والتطبيقي لدى الطلاب.

تأتي أهمية هذا الكتاب من ارتباط علم النفس الاجتماعي للاتصال بالحياة اليومية، سواء في الأسرة والمدرسة أو في العالم الرقمي الحديث، حيث يتيح للقارئ فهم دوافع السلوك الفردي والجماعي، تأثير الإعلام، وأساليب التفاعل الاجتماعي الصحي. كما يعزز الوعي بأهمية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للإعلام، ويقترح استراتيجيات عملية للتعامل مع التحديات المعاصرة.

في الختام، يمكن القول إن هذا الكتاب لا يقتصر على نقل المعرفة فحسب، بل يسعى إلى تكوين قدرات تطبيقية لدى الطالب، تمكنه من تحليل الظواهر الاتصالية، بناء تفاعل اجتماعي إيجابي، والمساهمة في إنتاج بيئة إعلامية ومسؤولية رقمية صحية.

نأمل أن يكون هذا الكتاب مرجعاً عملياً وتربوياً مفيداً لكل من يدرس أو يعمل في مجالات الاتصال والإعلام، علم النفس الاجتماعي، والتربية الرقمية، وأن يشجع على البحث المستمر والتطوير المعرفي في هذا المجال الحيوي والمتجدد.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع العربية

1. الأزهر الشريف - مركز دراسات الإعلام. (سنة النشر غير محددة). أخلاقيات الإعلام. القاهرة: مركز دراسات الإعلام.
2. الأنصاري، جمال. (2010). علم النفس الاجتماعي: الأسس والنظريات. دار الفكر.
3. الحسيني، عبد الله. (سنة النشر غير محددة). أخلاقيات الإعلام والمسؤولية الاجتماعية. بيروت: دار الفكر العربي.
4. الحسيني، عبد الله. (سنة النشر غير محددة). الاتصال الجديد والتكنولوجيا الرقمية. بيروت: دار الفكر العربي.
5. الخطيب، أحمد. (2015). علم النفس الإعلامي. دار أسامة.
6. الخضري، م. (2018). وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على السلوك الاجتماعي للشباب. [مقال/دراسة]
7. الخضري، م. (2019). الإعلام الرقمي وحماية الجمهور الضعيف. المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، 14 (2)، 55-78.
8. الخضري، م. (سنة النشر غير محددة). الواقع الافتراضي والاتصال الاجتماعي. المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، 16 (3)، 45-70.
9. الشرقاوي، فوزي. (2018). علم النفس الإعلامي والتواصل في العصر الرقمي. دار الكتب العلمية.

10. العويس، عبد الرحمن. (سنة النشر غير محددة). علم الاجتماع التربوي. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
11. السويدي، ع. (2015). علم النفس الاجتماعي للاتصال. القاهرة: دار الفكر العربي.
12. السويدي، ع. (سنة النشر غير محددة). الإعلام والمسؤولية الاجتماعية: منظور نفسي وأخلاقي. القاهرة: دار الفكر العربي.
13. السويدي، ع. (سنة النشر غير محددة). الاتصال والذكاء الاصطناعي: آفاق مستقبلية. القاهرة: دار الفكر العربي.
14. النجار، خالد. (سنة النشر غير محددة). النرجسية الرقمية بين التأصيل والتنظير [مقال علمي].
15. بوحوش، عبد الغني، & لعريني، صلاح الدين. (سنة النشر غير محددة). تحولات الهوية الشخصية بالمجتمع الشبكي الرقمي [دراسة تحليلية].
16. رايس، علي، & مبلود، محمد. (سنة النشر غير محددة). الهوية الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي [دراسة أكاديمية].
17. راجح، أحمد عزت. (سنة النشر غير محددة). أصول علم النفس الاجتماعي. دار النهضة العربية.
18. راجح، أحمد عزت. (سنة النشر غير محددة). البحوث المعاصرة في علم النفس الاجتماعي للاتصال. القاهرة: دار النهضة العربية.

19. راجح، أحمد عزت. (سنة النشر غير محددة). سيكولوجية الاتجاهات. القاهرة: دار النهضة العربية.
20. راجح، أحمد عزت. (سنة النشر غير محددة). سيكولوجية العدوان والسلوك العدواني. القاهرة: دار النهضة العربية.
21. عبد الحميد، محمد. (سنة النشر غير محددة). الإعلام والسلوك العدواني. القاهرة: عالم الكتب.
22. عبد الحميد، محمد. (سنة النشر غير محددة). الاتصال والإقناع. القاهرة: عالم الكتب.
23. عبد الرحمن، علي. (سنة النشر غير محددة). التفاعل الاجتماعي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
24. عبد الرحمن، علي. (سنة النشر غير محددة). السلوك الجماعي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
25. عبد الرحمن، علي. (سنة النشر غير محددة). العنف والإدمان الرقي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
26. مكاي، حسن عماد، & السيد، ليلي حسين. (سنة النشر غير محددة). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
27. مكاي، حسن عماد. (سنة النشر غير محددة). نظريات الاتصال. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

28. مكاوي، حسن عماد. (سنة النشر غير محددة). الاتصال الرقمي وتأثيره على السلوك الاجتماعي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
29. مكاوي، حسن عماد. (سنة النشر غير محددة). الاتصال الرقمي وتحديات المستقبل. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
30. ميد، جورج هربرت. (سنة النشر غير محددة). العقل والذات والمجتمع (ترجمة عربية). دار المعرفة.
31. وطفة، علي أسعد. (سنة النشر غير محددة). سوسيولوجيا الاتصال. دمشق: دار الفكر.
32. غوفمان، إرفنغ. (سنة النشر غير محددة). عرض الذات في الحياة اليومية. المنظمة العربية للترجمة.
33. بورديو، بيير. (سنة النشر غير محددة). عن التلفزيون. المركز الثقافي العربي.
34. كاستلز، مانويل. (سنة النشر غير محددة). مجتمع الشبكة (ترجمة عربية).

1. Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2002). The effects of media violence on society. *Science*, 295, 2377–2379.
2. Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. M. (2019). *Social Psychology*. Pearson.
3. Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
4. Knapp, M. L., & Hall, J. A. (2010). *Nonverbal communication in human interaction*. Wadsworth Cengage Learning.
5. Livingstone, S. (2009). *Children and the Internet: Great expectations, challenging realities*. Polity Press.
6. McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.
7. Myers, D. G., & Twenge, J. M. (2022). *Social Psychology*. McGraw-Hill Education.
8. Perloff, R. M. (2021). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. Routledge.
9. Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.