

جامعة الجزائر (3)
كلية علوم الاعلام و الاتصال
قسم الاتصال

مطبوعة محاضرات للترقية الى رتبة أستاذ تعليم عالي في مقياس

نظريات الاعلام و الاتصال

موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس LMD علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: اتصال

من اعداد الاستاذة : آمنة بن احميدة

الموسم الجامعي : 2024/2023

البطاقة الفنية للمقياس

عنوان الليسانس : علوم الإعلام والاتصال

التخصص : اتصال

السداسي : الخامس

عنوان الوحدة : أساسية

اسم المقياس : نظريات الإعلام والاتصال

الرصيد 5 :

المعامل 2 :

أهداف التعليم

يهدف هذا المقياس إلى تزويد الطالب بمختلف التقسيمات الخاصة بنظريات الاتصال، منذ نشأتها إلى الوقت الراهن، بما يساهم في بناء التكوين النظري للطالب في علوم الإعلام والاتصال، وتعليمه التفكير في التنظير الاتصالي، وتطوير المعارف الخاصة بنظريات الاتصال، وبناء ثقل نظري يمكّنه من استيعاب وتحليل الظواهر الاتصالية.

المعارف المسبقة المطلوبة

• معارف أولية عامة حول علوم الإعلام والاتصال

• مجالات دراستها وتخصصاتها

محتوى المادة: يوزع على السداسيين الخامس و السادس

أولاً: مدخل مفاهيمي

1. علوم الإعلام والاتصال، النظرية العلمية، المدخل، المنظور، النموذج العلمي،

البراديغم، المقاربة، التقليد، المدرسة، النظرية الاتصالية.

2. تطور التنظير في علوم الإعلام والاتصال.

3. أهم تطورات دراسات التأثير في علوم الإعلام والاتصال:

◦ نظريات التأثير المباشر

◦ نظريات التأثير المعتدل

◦ نظريات التأثير الانتقائي

ثانياً: النظريات التقليدية حسب نوع التأثير

4. نظرية التأثير المباشر (هارولد لاسويل).

5. نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة).

6. النظريات النقدية:

◦ مدرسة فرانكفورت (1923)

◦ النظرية الثقافية النقدية

◦ نظرية الاقتصاد السياسي للإعلام

7. النظرية التفاعلية الرمزية.

8. نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.

9. نظرية انتشار المبتكرات أو تبني الأفكار المستحدثة.

10. النظرية البنائية الوظيفية.

11. نظرية الوسائل كامتداد للحواس (مارشال ماكلوهان).

12. نظرية الغرس الثقافي.

13. نظرية الفجوة المعرفية.

14. نظرية دورة الاهتمام بالقضايا.

15. نظرية دوامة الصمت.

16. نظرية تحليل الإطار الإعلامي.

17. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

18. نظرية الاستخدامات والإشباع.

19. نظرية حارس البوابة.

20. النظريات المفسرة للعنف عبر وسائل الإعلام.

ثالثاً: نظريات الفضاء الرقمي

21. التعرف على أهم التطورات البحثية المصاحبة للتطورات الرقمية التي عرفتھا

علوم الإعلام والاتصال.

22. المداخل النظرية لفهم الإعلام الجديد.

1. مفاهيم أولية حول النظرية العلمية والنظرية الاتصالية

- النظرية العلمية والمفاهيم المشابهة
- النظرية الاتصالية: المفهوم، النشأة، التطور، التصنيف

2. نماذج وبراديجمات علوم الإعلام والاتصال

- نماذج الاتصال
- البراديجمات في علوم الإعلام والاتصال
- 3. المدارس الفكرية في علوم الإعلام والاتصال

- المدرسة الوظيفية
- البنيوية ودراسة وسائل الاتصال الجماهيري
- المدرسة النقدية

4. نظريات الإعلام المتعلقة بالنظام السياسي

- نظرية السلطة
- النظرية الليبرالية (نظرية الحرية)
- نظرية المسؤولية الاجتماعية
- النظرية السوفييتية (الاشتراكية)

5. نظريات الإعلام والاتصال وبناء الواقع الاجتماعي

- نظرية بناء الواقع الاجتماعي
- نظرية النسبية الثقافية في بناء المعنى
- نظرية التفاعلية الرمزية
- نظرية التوقعات الاجتماعية
- نظرية الخطأ التصويرية لمعاني الواقع
- دراسة الواقع المدرك من وسائل الإعلام

6. النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال

- نظرية حارس البوابة

7. نظريات الإعلام التأثيرية

- نظريات التأثير القوي
- نظريات التأثير المحدود
- نظريات التأثير المعتدل
- نظريات التأثير القوي غير المباشر

8. نظريات الإعلام الجديد

- مفهوم الإعلام الجديد
- مقاربات الإعلام الجديد (الإعلام الرقمي)

فهرس المحتويات

10.....	1. مفاهيم أولية حول النظرية العلمية و النظرية الاتصالية
10.....	1.1 النظرية العلمية و المفاهيم المشابهة
11	1.1.1 مفهوم النظرية العلمية Scientific Theory
13	2.1.1 مفهوم النموذج العلمي Model
15	3.1.1 مفهوم البراديغم Paradigm
17	4.1.1 مفهوم المدرسة الفكرية (School of Thought)
18	5.1.1 مفهوم المقاربة (Approach)
20	6.1.1 مفهوم المدخل Scientific Perspective
21.....	2.1 النظرية الاتصالية (المفهوم ، تاريخ التطور، التصنيف)
21	1.2.1 مفهوم النظرية الاتصالية
23	2.2.1 تاريخ نظريات الإعلام و الاتصال
26	3.2.1 تصنيفات نظريات علوم الاعلام و الاتصال
28	2. نماذج و براديغمات علوم الإعلام و الاتصال
29.....	1.2 نماذج الاتصال Communication Models
29	1.1.2 التعريف
29	2.1.2 معايير تقييم صلاحية النماذج
30	3.1.2 وظائف نماذج الاتصال
32	4.1.2 صعوبات تصميم نماذج عملية الاتصال
33	5.1.2 أنواع نماذج عملية الاتصال
35	6.1.2 مراحل تطور نماذج الاتصال

38	2.2 البراديغمات في علوم الإعلام و الاتصال
38	1.2.2 البراديغم السيبرنطقي the cybernetic paradigm
39	2.2.2 البراديغم الوظيفي the functional paradigm
39	3.2.2 البراديغم السلوكي the behavioral paradigm
40	4.2.2 البراديغم التأويلي the interpretive paradigm
41	3. المدارس الفكرية في علوم الإعلام و الاتصال
41	1.3 المدرسة الوظيفية the functional school
41	1.1.3 أهم مفاهيم المدرسة الوظيفية
43	2.1.3 إسهامات المدرسة الوظيفية في الدراسات الإعلامية
45	3.1.3 افتراضات المدرسة الوظيفية و تطبيقاتها في البحوث الإعلامية
46	2.3 البنوية ودراسة وسائل الاتصال الجماهيري
46	1.2.3 تعريف البنوية Structuralism
47	2.2.3 البنوية و الدراسات الإعلامية
48	3.3 المدرسة النقدية the critical school
49	1.3.3 إسهامات المدرسة النقدية في الدراسات الإعلامية
51	4. نظريات الاعلام المتعلقة بالنظام السياسي
51	1.4 نظرية السلطة Authoritarian Theory
51	1.1.4 المبادئ الأساسية لنظرية السلطة
53	2.4 النظرية الليبرالية أو نظرية الحرية The Libertarian Theory
53	1.2.4 أهداف النظرية
53	2.2.4 مبادئ النظرية
54	3.2.4 نقد النظرية
55	3.4 نظرية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility Theory

55	1.3.4 أهم افتراضات النظرية
56	4.4 النظرية السوفييتية (الاشتراكية)
56	1.4.4 مبادئ النظرية
57	5. نظريات الاعلام و الاتصال و بناء الواقع الاجتماعي
58	1.5 نظرية بناء الواقع الاجتماعي Social Construction of Reality Theory
58	1.1.5 أهم أفكار النظرية
58	2.1.5 العلاقة بين الواقع و المعرفة و السلوك و النظام الاجتماعي
	3.1.5 نظرية الدلالة اللغوية وبناء الواقع الاجتماعي The Theory of Linguistic Signification
59	and the Social Construction of Reality
	2.5 نظرية النسبية الثقافية في بناء المعنى The Theory of Cultural Relativism in Meaning
60	Construction
61	3.5 نظرية التفاعلية الرمزية Symbolic Interactionism Theory
61	1.3.5 أفكار نظرية التفاعلية الرمزية
62	2.3.5 اسقاطات النظرية على البحوث الاتصالية
62	4.5 نظرية التوقعات الاجتماعية "Social Expectations Theory"
62	1.4.5 افتراضات النظرية
63	2.4.5 الصور التي تعرضها وسائل الاعلام كمصادر للتوقعات الاجتماعية
	5.5 نظرية الخطة التصويرية لمعاني الواقع Conceptual Scheme Theory of Reality
64	Meanings
64	6.5 دراسة الواقع المدرك من وسائل الاعلام The Study of Media-Perceived Reality
66	6 النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال Theories Related to the Communicator
66	1.6 نظرية حارس البوابة Gatekeeping Theory
67	1.1.6 التعريف

67	2.1.6 النشأة و التطور
67	3.1.6 أهم أفكار نظرية حارس البوابة
68	4.1.6 مفهوم حارس البوابة Gate Keeper
68	5.1.6 المعايير التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية
70	6.1.6 نموذج حراسة البوابة الإعلامية
71	7. نظريات الاعلام التأثيرية Theories of Media Effects
71	1.7 نظرية التأثير القوي(الحقنة تحت الجلد ، الأثار الموحدة)
71	1.1.7 نشأة نظرية الحقنة تحت الجلد Hypodermic Needle Theory
73	2.1.7 منطلقات النظرية
75	3.1.7 تعريف نظرية الحقنة تحت الجلد
76	4.1.7 افتراضات النظرية
76	5.1.7 أفكار النظرية
77	6.1.7 الانتقادات الموجه لنظرية الحقنة تحت الجلد
78	2.7 نظريات التأثير المحدود Limited Effects Theories
79	1.2.7 المداخل الاجتماعية و النفسية لنظريات التأثير المحدود (الانتقائي) لوسائل الاعلام.....
81	2.2.7 أنواع نظريات التأثير المحدود
95	3.7 نظريات التأثير المعتدل Moderate Effects Theories
95	1.3.7 نظرية الغرس الثقافي (الانماء الثقافي)
101	2.3.7 نظرية ترتيب الأولويات Agenda –setting theory
108	3.3.7 نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory
114	4.7 نظريات التأثير القوي (غير المباشر)
114	1.4.7 نظرية دوامة الصمت
119	2.4.7 نظرية الحتمية التكنولوجية لوسائل الاعلام Technological Determinism Theory

128	New Media Theories	8. نظريات الإعلام الجديد
128	New Media	1.8 مفهوم الإعلام الجديد
128		1.1.8 تعريف الاعلام الجديد
129		2.1.8 مميزات الاعلام الجديد
130		3.1.8 تصنيف الاعلام الجديد
130		4.1.8 تسميات الاعلام الجديد
131		2.8 مقاربات الاعلام الجديد(الاعلام الرقمي)
131		1.2.8 مقاربات رفض و قبول نظريات الإعلام التقليدي
134		2.2.8 النظريات المرتبطة بالإنترنت

مقدمة

بلغت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في العصر الراهن مستوى متقدماً ومتسارعاً من التطور والذكاء، حيث مثّل الانتقال إلى عصر الجيل الخامس من الإنترنت (G5) نقطة تحوّل كبرى كشفت ملامح عالم جديد يقترب في كثير من أبعاده من الخيال أكثر مما كان متصوراً في الواقع. ولم تكد المجتمعات تستوعب هذه التحولات، حتى اقتحمت تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي مختلف مناحي الحياة دون سابق إنذار، فافرضت أنماطاً جديدة من السلوكيات والتفاعلات الاجتماعية، وما يصاحبها من تأثيرات إيجابية وسلبية على حدّ سواء.

وقد أصبح الإنسان المعاصر يعيش في ظل حالة من المغامرة وعدم اليقين، في عالم يتسم بسرعة التحول وتعدّد العلاقات الاتصالية، حيث أضحت التطورات التكنولوجية المتلاحقة في مجال الاتصال ذات تأثير عميق ومباشر على الأفراد والمجتمعات الإنسانية، وفي شتى مجالات الحياة الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية والسياسية. وهو ما يبرر الحاجة الملحة إلى تكثيف الجهود البحثية والتنظيرية في علوم الإعلام والاتصال، بما يواكب هذا التطور التكنولوجي المتسارع الذي يصعب التحكم في مساراته وآثاره.

إن العودة إلى الأدبيات والدراسات الإعلامية والاتصالية التي سعت إلى فهم عملية الاتصال الجماهيري، وضبط عناصرها ومتغيراتها، وتحليل العلاقات القائمة بينها، تكتسي أهمية بالغة، لما تتيحه من إمكانية فهم ديناميكية الظاهرة الاتصالية والإعلامية قبل ظهور الوسيلة الإعلامية وبعدها، ورصد تحولاتها في السياقات الاجتماعية المختلفة.

كما أن الزخم والتنوع الكبير للنظريات الإعلامية والاتصالية الكلاسيكية قد أحاط بالظاهرة الاتصالية من مختلف جوانبها، وسعى إلى تفسيرها وفهم آلياتها في بيئات متعددة،

لاسيما في السياقين الغربي والأمريكي، مما أفرز مدارس فكرية ونماذج تفسيرية شكّلت الأساس العلمي للتنظير في ميدان الإعلام والاتصال.

وانطلاقاً من ذلك، يهدف هذا المقياس إلى تعريف طلبة السنة الثالثة ليسانس علوم الإعلام والاتصال بمختلف المدارس والنظريات والنماذج الإعلامية والاتصالية، بما يساهم في رفع اللبس المفاهيمي حول هذه النظريات، وإبراز أهميتها وحدودها ومدى قابليتها للتطبيق على الظاهرة الاتصالية في السياق الراهن. كما يوفر للطلبة نظرة شاملة حول الأطر النظرية التي يمكن الاستعانة بها في إنجاز مذكرات التخرج والمشاريع البحثية المستقبلية.

ويتمثل الهدف الرئيسي لهذه المطبوعة في تزويد الطالب بمختلف الأدبيات والتقسيمات الخاصة بنظريات الاتصال الجماهيري والإعلام الجديد، قصد تنمية تصوره حول التنظير في ميدان الاتصال، وتطوير رصيده المعرفي والنظري في هذا المجال، من خلال التطرق إلى: مفهوم النظرية والنظرية الاتصالية، النماذج والبراديجمات في علوم الإعلام والاتصال، أبرز المدارس الفكرية، وأهم تقسيمات نظريات الإعلام والاتصال بشقيها الكلاسيكي والحديث.

1. مفاهيم أولية حول النظرية العلمية و النظرية الاتصالية

تعد النظريات أحد الركائز الأساسية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، فهي توفر الإطار الفكري والمنهجي لفهم الظواهر وتحليلها. وفي مجال علوم الإعلام والاتصال، يشكل فهم النظرية خطوة محورية لتفسير كيفية نقل المعلومات، وتأثير الرسائل على الأفراد والجماعات، وكذلك لتحليل العمليات الاتصالية بمختلف أشكالها.

1.1 النظرية العلمية و المفاهيم المشابهة

يواجه الباحثين في مجال علوم الاعلام و الاتصال غالبًا صعوبة في التمييز بين المصطلحات المتقاربة، مثل النظرية العلمية، النموذج، المدرسة، المقاربة، والمدخل. ويعود السبب في كثير من الأحيان إلى اختلاف الترجمات أو عدم الدقة في نقل المفاهيم الأصلية، مما يؤدي إلى فقدان جزء من معناها الجوهرية.

لذلك، فإن دراسة المفاهيم الأولية تعد خطوة ضرورية، لأنها تساعد على:

- ضبط المصطلحات وتعريفها بدقة.
- فهم الفروق بين النظرية الاتصالية والنماذج أو المدارس التي تتفرع عنها.
- بناء قاعدة معرفية متينة لفهم التاريخ التطوري للنظرية وتصنيفها.

1.1.1 مفهوم النظرية العلمية Scientific Theory

أ. تعريف النظرية العلمية Scientific Theory

يعرف موريس أنجرس النظرية بأنها "مجموعة من المفاهيم و التعريفات و الاقتراحات التي تعطينا نظرة منظمة لظاهرة ما عن طريق تحديدها للعلاقات المختلفة بين المتغيرات الخاصة بالظاهرة ¹.

ب. شروط النظرية العلمية

يمكن تلخيص شروط النظرية العلمية، كما يعرضها إحسان محمد حسن، في مجموعة من المعايير المنهجية المتكاملة التي تمنح النظرية طابعها العلمي، وتتمثل فيما يلي:

➤ الترابط والتكامل بين الأفكار والمبادئ والمفاهيم، بما يضمن بناءً نظريًا متماسكًا ومنسجمًا.

➤ الوضوح والتسلسل المنهجي والمنطقي في عرض الأفكار، والانتقال المنظم من الفرضيات إلى النتائج.

➤ القدرة على التفرد في تفسير الحقائق والوقائع التي تشمل عليها، من خلال قوة تفسيرية علمية.

➤ نسبة صحة النظرية وقابليتها للتغيير والتعديل، وابتعادها عن الطابع المطلق أو النهائي.

➤ الواقعية العلمية والارتباط بالواقع التجريبي، اعتمادًا على الملاحظة والتجربة وأدوات البحث العلمي.

¹ بقُدوري، دريدي، شغوفي : التأسيس المعرفي لمفاهيم قاعدية في علوم الاعلام و الاتصال ، مجلة الاعلام و المجتمع ، المجلد 05، العدد02، ديسمبر ، 2021، ص:130

وتُعد هذه الشروط معايير أساسية لتقييم قوة النظريات العلمية، خاصة في مجال الإعلام والاتصال، الذي يتسم بتعقّد الظواهر وتسارع التحولات الاجتماعية والتكنولوجية².

ج. وظائف النظرية العلمية

تؤدي النظرية العلمية مجموعة من الوظائف الأساسية التي تجعلها حجر الزاوية في أي بحث علمي، وخاصة في علوم الإعلام والاتصال. ويمكن تلخيص هذه الوظائف في النقاط التالية:

- تحديد هوية العلم وموضوعاته الأساسية (Defining the identity of the discipline and its core subject matters): تعمل النظرية العلمية على تحديد هوية العلم الذي تنتمي إليه، وتوضيح موضوعاته الأساسية وحدوده المعرفية. فهي تساعد الباحث على تمييز الظواهر الجديرة بالدراسة، وتحديد القضايا والإشكاليات التي تدخل ضمن نطاق العلم، كما توفر الإطار التصوري الذي يوجّه تفكيره ويحدد الأبعاد والعلاقات التي يجب دراستها.
- توجيه البحث العلمي وجمع المعطيات وتنظيمها (Guiding Research and Data Organization): تمثل النظرية العلمية دليلاً منهجياً للباحث، إذ تساعد على اختيار المتغيرات والفرضيات المناسبة، وتحديد نوع المعطيات التي ينبغي جمعها والوسائل الملائمة لذلك. كما تساهم في تنظيم البيانات وتصنيفها وتحليلها وفق الإطار النظري المعتمد. ويؤكد كامل محمد عمران أن جمع البيانات بدون إطار نظري موجه يجعلها "بيانات عمياء فاقدة للمعنى والوظيفة"، بينما تكون النظرية بلا بيانات مجردة ومفتقرة للتطبيق.
- تعزيز العلاقة الجدلية بين النظرية والبحث الإجمالي (Establishing the Dialectic Between Theory and Empirical Research): تتبع أهمية النظرية العلمية من قدرتها على إقامة علاقة جدلية متبادلة مع البحث الإجمالي. فهي توجه البحث العلمي وتوفر له الإطار المفاهيمي والتفسيري، بينما يعمل البحث على اختبار النظرية، والتحقق من صحتها

وتطويرها أو تعديلها. في حقل الإعلام والاتصال، تُظهر هذه العلاقة بوضوح عندما تستخدم الدراسات الميدانية الأطر النظرية لتفسير الظواهر الاتصالية، وتساهم نتائج البحث في تحديث النظريات بما يعزز تطور الحقل العلمي.³

د. خصائص النظرية العلمية

يمكن إبراز بعض الخصائص المنهجية التي تميز النظرية العلمية عن أي معرفة أخرى:

- النسقية والتماسك الداخلي: العلاقة بين المفاهيم والفرضيات متكاملة وغير متناقضة.
- القابلية للاختبار والتدقيق: يجب أن تسمح التجارب والملاحظات بالتحقق من صحة النظرية.
- العمومية والتجريد: النظرية لا تقتصر على حالة واحدة، بل يمكن تطبيقها على ظواهر مشابهة.
- القوة التفسيرية و التنبؤية: القدرة على تفسير الظواهر و/أو التنبؤ بما سيحدث تحت ظروف مشابهة.
- المرونة والتطور: قابلة للتعديل والتطوير مع ظهور معطيات جديدة.

2.1.1 مفهوم النموذج العلمي Model

أ. تعريف النموذج العلمي

حسب محمد عبد الحميد "النموذج" عبارة عن بناء شكلي أو صوري أو رياضي للعلاقة بين العناصر أو المتغيرات التي سنقوم بدراستها، وذلك للإسهام في تبسيط المعرفة وتنظيمها و شرح الظواهر العلمية و مساعدة الباحثين على التفسير .

³ كامل محمد عمران ، (2003-2004)، المدارس الاجتماعية المعاصرة ، ج 1/ دمشق : منشورات جامعة دمشق، ص ص : 15-16

وحسب رضا عبد الواحد أمين النموذج هو⁴:

- تمثيل مصغر ومبسط للواقع، يُستخدم لتبسيط الظواهر المعقدة وتمهيد الطريق لبناء النظرية العلمية. و يختلف النموذج عن النظرية العلمية، فالنظرية هي كيان متكامل يفسر الظاهرة بالكامل، بينما النموذج يشبه الهيكل العظمي الذي يساعد الباحث على فهم العلاقات الأساسية بين المتغيرات داخل الظاهرة.
- هو محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثًا أو نظامًا معينًا في شكل رمزي.
- هو أداة رمزية تساعد على فهم الظاهرة أو النظام وإدراك العلاقات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة.

ب. أهداف استخدام النماذج

تسعى النماذج العلمية الى تحقيق جملة من الأهداف نوجزها فيما يلي :

- تبسيط الظواهر المعقدة :النماذج تجعل الظواهر الكبيرة والمعقدة قابلة للفهم والتحليل.
- تسليط الضوء على العلاقات الأساسية بين المتغيرات دون الانغماس في التفاصيل الثانوية.
- تمهيد الطريق لبناء النظرية العلمية :من خلال النماذج يتم تكوين فهم أولي يمكن توسيعه في نظرية كاملة.
- تسهيل التواصل العلمي :النموذج يعمل كأداة رمزية يتيح للباحثين تبادل الأفكار والمفاهيم بشكل موحد.

ج. خصائص النماذج العلمية

تمتاز النماذج العلمية بخصائص معينة كما يلي :

- الاختصار والتجريد: تمثل الظاهرة بطريقة مصغرة ومجردة للتركيز على العلاقات الأساسية.
- المرونة والتعديل: يمكن تعديل النموذج وفق نتائج البحث أو ظهور معطيات جديدة.
- الوظيفية التفسيرية: تساعد الباحث على التنبؤ بسلوك الظاهرة في ظروف محددة.
- قابلية الاختبار والتطبيق: يمكن استخدام النموذج لتوجيه التجارب الميدانية وجمع البيانات.

3.1.1 مفهوم البراديغم Paradigm

أ. تعريف البراديغم

البراديغم، أو النموذج العلمي الموجّه، هو تلك الإنجازات العلمية التي تُقبل في زمن معين، وتشكل أساسًا قويًا لطرح المشكلات العلمية وطرق حلها. كما يمثل مجموعة القيم التي يشترك الباحثون في قبولها والتمسك بها، والتي تتجسد في المناهج والمعايير العلمية المعتمدة وفقًا لهذا البراديغم.

ويتميّز البراديغم بكونه منطقيًا لاكتشافات عديدة، إذ يمكن أن يُستمد منه عدد من الدراسات والأبحاث، ويُعد تقليدًا علميًا خاصًا ومنسجمًا يسمح بتوجيه البحث العلمي ضمن إطار موحد⁵.

⁵حسن الحريري، (2016)، التأويل الإبيستيمولوجي اللاوعائي بين براديغم توماس كون وبرنامج بحث إيمر لكانتوس، الرباط - أكادال، المملكة المغربية: مؤسسة دراسات وأبحاث مؤمنون بلا حدود، ص ص : 03-04.

وفقًا لـ رولان أومنيس (Omnis Roland) في كتابه فلسفة الكوانتم: البراديغم هو إنجاز علمي مميز أصبح أنموذجًا جديرًا بالمحاكاة من جانب باحثين آخرين⁶.

هذا التعريف يبرز قدرة البراديغم على توجيه البحث العلمي وكونه نموذجا يُستقى منه في الدراسات اللاحقة، مما يعزز الاستمرارية العلمية والتراكم المعرفي.

ب. البراديغم: البناء العلمي والقيم الأساسية

ينشئ البراديغم قياسًا أو تسوية جديدة في علم معين من خلال إضافة عناصر معترف بها في البحث العلمي. وتتمثل هذه العناصر أساسًا في: القوانين العلمية، النظريات، الأدوات التجريبية، وبتجميع هذه العناصر، يتكوّن البراديغم كإطار متماسك، يُولّد نماذج وحلولًا للمشكلات العلمية، ويؤسس تقليدًا علميًا خاصًا ومنسجمًا يُرشد الأبحاث المستقبلية ضمن نفس المجال.

ج. البراديغم والافتراضات الأساسية

وفقًا لـ ميلفين ديفلر (Defleur Melvin) وساندرا بول روكيتش⁷ (Sandra Rokeach-Ball)

• الافتراضات التي تشكّل البراديغم تُعدّ مسلّمات أساسية، أي أنها نقطة انطلاق لاستنتاج تفسيرات نظرية أكثر دقة للظواهر الاجتماعية والنفسية.

• هذه المسلّمات ليست عرضة للاختبار التجريبي المباشر، ولا يمكن جمع بيانات لإثباتها أو رفضها.

• تُؤخذ هذه المسلّمات كافتراضات توجيهية، تُحدّد العلاقات والظروف التي يمكن للباحث أن يستند إليها في دعم حجته أو تطوير تفسيره.

⁶ حسين سعد، (2011)، البراديغمات المسيطرة في علوم الإعلام والاتصال وإشكالياتها المعرفية، مساهمة في حلقة بحثية بعنوان "البراديغمات العلمية" لطلاب الدكتوراه، لبنان، ص: 11.

⁷ ميلفين ل. ديفلر، ساندرا بول روكيتش، (2002)، نظريات وسائل الإعلام، ط4، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ص. 63.

- لا يُنظر إليها كحقائق مطلقة، بل كأطار منطقي لتفسير الظواهر، يساعد الباحث على تنظيم أفكاره واستنتاجاته بشكل متسق.

4.1.1 مفهوم المدرسة الفكرية (School of Thought)

أ. تعريف المدرسة الفكرية

تعرف المدرسة بأنها كل الاتجاهات الفرعية (النظريات) التي تشترك في الإيمان بمجموعة من المسلمات أو الفرضيات الأساسية لتفسير الظواهر الإنسانية ، وهي تضم مجموعة من العلماء الذين يشتركون في الاهتمامات العلمية.

المدرسة الفكرية أو التراث الفكري هي مجموعة من الأناس الذين يجمعهم فكر مشترك واحد أو خصائص مشتركة معينة متعلقة بفكر فلسفي أو ثقافي أو اقتصادي أو سياسي أو فني معين⁸.

ب. وظائف المدرسة الفكرية

للمدرسة الفكرية مجموعة من الوظائف المنوطة بها نوجزها فيما يلي :

- توحيد الاتجاهات النظرية :تجمع المدرسة عدة نظريات فرعية أو علماء حول مسلمات مشتركة، ما يعزز التناسق المعرفي.
- توجيه البحث العلمي :تحدد المدرسة إطارًا فكريًا يوجه الباحث في اختيار الأسئلة والمنهجيات والفرضيات.
- إثراء المعرفة المتراكمة :تساهم المدارس في تطوير الحقل العلمي عبر تراكم الأفكار وابتكار تفسيرات جديدة للظواهر.

⁸مدرسة فكرية، ويكيبيديا ، <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

- حفظ التراث الفكري: تعمل المدرسة على نقل التراث الفكري والثقافي من جيل إلى آخر، مع إمكانية تحديثه بما يتوافق مع المستجدات العلمية.

ج. خصائص المدرسة الفكرية

تتميز المدرسة الفكرية بخصائص محددة كما يلي :

- إطار فكري موحد: يحدد المبادئ والمسلّمات الأساسية التي تشترك فيها جميع الاتجاهات الفرعية.
- تعدد النظريات الفرعية: تضم المدرسة أكثر من نظرية أو مقارنة، لكنها متجانسة تحت إطار فكري مشترك.
- استمرارية معرفية: توفر المدرسة قاعدة متماسكة للأجيال العلمية الجديدة، بما يضمن استدامة الفكر العلمي أو الثقافي.
- تأثير معرفي وثقافي: تمتد المدرسة لتؤثر على الفكر الأكاديمي والثقافي والاجتماعي والسياسي، حسب المجال الذي تنتمي إليه.

5.1.1 مفهوم المقاربة⁹ (Approach)

أ. تعريف المقاربة العلمية

عرف الدكتور شلبي المقاربة بأنها: وسيلة للوصول إلى المعايير التي يتم من خلالها اختيار الأسئلة والبيانات الملائمة لدراسة الظاهرة، كما تحدد الضوابط والمعايير التي تحكم اختيار موضوعات البحث ومصادر المعلومات المستخدمة.

يمكن استخدام مقاربة واحدة أو عدة مقاربات في مجال الدراسات الاجتماعية، السياسية، والإعلامية. فهي تساعد الباحث على:

⁹منسول الصالح، رزقي قوبجيل، المقاربة وأهميتها في البحث الاجتماعي مجلة سوسيولوجيا، المجلد 6 ، العدد 1 ، ص ص : 125-126

- تحليل الظواهر الاجتماعية والسياسية.
- التركيز على الموضوعات الأكثر أهمية.
- توضيح الجوانب الأساسية للموضوعات وكيفية معالجتها.

ب. الخلفيات الفكرية والثقافية للمقاربة

تحمل المقاربة خلفيات فكرية وثقافية مرتبطة بسياق نشأتها، فالنظرية والمقاربة هما ابن البيئة التي ولدت فيها، حيث تفسر الظروف الفكرية والاجتماعية التي ساعدت على ظهورها. لذلك، على الباحث الذي يعتمد مقاربة معينة:

- دراسة استخداماتها السابقة.
- اختبار صلاحيتها في سياق بحثه.
- الكشف عن خلفياتها الإبستمولوجية والإيديولوجية.

ج. مستويات المقاربة

يمكن تقسيم المقاربة إلى مستويين:

• مقاربة عامة: (General or Macro Approach)

تشير إلى المقاربات الكبرى التي تنطبق على جميع الدراسات الاجتماعية بشكل عام. مثال: المقاربة البنائية الوظيفية التي تستخدم في علم الاجتماع، الأنثروبولوجيا، علم النفس، والاتصال.

• مقاربة خاصة: (Specific or Micro Approach)

تهتم بتحليل ظاهرة واحدة محددة. مثال: تفسير السلطة أو القوة باستخدام مقاربة ماكس فيبر أو مقاربة الصفوة (الأوليغارشية).

6.1.1 Scientific Perspective المدخل

أ. تعريف المدخل

عرف عامر صباح المدخل بأنه:"الإطار النظري الذي يؤطر البحث ويعمل بمثابة المنظار الذي ينظر به الباحث للظاهرة المبحوثة. وتكمن أهميته المنهجية في المساعدة على حصر جهد الباحث وتفكيره ضمن نسق فكري محدد، وحمايته من التشتت وفقدان التحكم في أبعاد البحث ومتغيرات الدراسة"¹⁰.

كما يعرفه موريس أنجرس بأنه:"طريقة خاصة وغير تقليدية في استعمال النظرية، وهو التصور المنهجي لرؤية الواقع وتناول ظواهره وأنظمتها ومراجعة الأطر النظرية المصاغة حوله. ويتحدد المدخل المنهجي وفق المبادئ الأساسية والأسس المنطقية التي يستند إليها الباحث، والتي تمثل الإطار المرجعي للمعالجة المنهجية"¹¹.

¹⁰صباح، عامر. (2017). منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلام. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية. ص 13
¹¹أنجرس، موريس(2016)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية. الجزائر: دار القصبة.

2.1 النظرية الاتصالية (المفهوم ، تاريخ التطور، التصنيف)

تُعد النظرية الاتصالية إحدى الركائز الأساسية في دراسة علم الاتصال، حيث تسعى إلى فهم كيفية نقل الرسائل والمعلومات بين الأفراد أو الجماعات، وتأثير هذه الرسائل على سلوكهم ومواقفهم. ترتبط النظرية الاتصالية بالمجالات المختلفة، مثل الإعلام، التسويق، علم النفس، وعلم الاجتماع، إذ تُستخدم كنموذج لفهم العمليات الاتصالية وتحليلها بشكل منهجي.

1.2.1 مفهوم النظرية الاتصالية

تعد عملية الاتصال من الظواهر الإنسانية الأساسية، فهي التي تمكّن الأفراد والجماعات من تبادل المعلومات والأفكار والمشاعر، وبالتالي تنظيم حياتهم الاجتماعية والمهنية. ومن هذا المنطلق، ظهرت الحاجة إلى تفسير وفهم هذه العملية بشكل علمي ومنهجي، وهذا ما حققته النظرية الاتصالية.

أ. تعريف النظرية الاتصالية Communication Theory

توصل الباحثون في علوم الإعلام والاتصال إلى مجموعة من التعريفات التي توضح مفهوم النظرية ودورها في دراسة الظواهر الاتصالية. فقد عرّفت النظرية بأنها: المفاهيم التي يتوصل إليها الباحث بناءً على ملاحظته لتجربة أو مجموعة تجارب أو حدث معين، كما أنها تمثل تراكمات معرفية تساعد على فهم العملية الاتصالية.

كما يشير بعض الباحثين إلى أن النظرية هي خطة عقلية تم التحقق منها بالملاحظة والتجربة، أو المعارف التي تشكل مجتمعة مجموعة من الحقائق. وفي نفس السياق، تُعرف النظرية بأنها شرح مقترح أو فروض صُممت لتفسير ظاهرة معينة، كما يمكن وصفها بأنها مجموعة افتراضات تقدم وجهة نظر منظمة حول ظاهرة معينة من خلال شرح العلاقة بين المفاهيم والأفكار المرتبطة بها.

وعلى الرغم من اختلاف التعريفات، يتفق جميع الباحثين على أن الهدف الأساسي للنظرية هو الوصول إلى استنتاجات علمية تصف العلاقات الوظيفية بين المتغيرات، والتي يمكن قياسها أو استقراءها. ويُسبق ذلك وضع فروض علمية تحدد العلاقة بين هذه المتغيرات، بهدف الوصف أو التنبؤ أو التحكم في الظاهرة المدروسة، كما أكد "جريك" (Graig, 1983).

يمكن القول إذاً إن النظرية في علوم الإعلام والاتصال هي أداة معرفية ومنهجية لفهم الظواهر الاتصالية، وتحليل العلاقات بينها، وتقديم تفسيرات علمية قابلة للاختبار والتطبيق.

ب. إشكالية المفهوم

إن مفهوم النظرية في علوم الإعلام والاتصال يشوبه نوع من الغموض والتداخل المعرفي في العلوم الإنسانية، ذلك أن الأطر النظرية لعلوم الإعلام والاتصال تتداخل مع علم النفس و علم الاجتماع بالتحديد، و من ثم فإن نظرياته التي تأسس عليها ليست بالحدة و الصرامة الموجودة في العلوم الطبيعية، شأنه في ذلك شأن العلوم الإنسانية الأخرى.

إن من باحثي الإعلام والاتصال من لا يزال يؤيد وجهة النظر التي تقول "إن علم الإعلام والاتصال لم ينتج نظرية رئيسية قابلة للتطور في المستقبل"، قد تكون حادثة الاتصال الجماهيري و حادثة الدراسات الأكاديمية، من أسباب نقص النظريات الجيدة في مجال الإعلام والاتصال، و لكن الأهم من ذلك طبيعة الإعلام والاتصال بوصفه نشاطا

إنسانيا ، إذ لا يمكن دراسة ظاهرة الإعلام و الاتصال دراسة علمية تتحكم في جميع متغيراتها البحثية مثلما هو الحال في الظاهرة الطبيعية.¹²

ج. مفهوم الظاهرة الاتصالية Communication Phenomenon

برزت الظاهرة الاتصالية إلى الوجود مع بداية وجود الإنسان . و قد تطور هذا المفهوم مع تطور وسائل الاتصال عبر التاريخ، و نظرا لأهمية الظاهرة الاتصالية في تطور الأفراد و المجتمعات تم تقسيم مراحل تطور الإنسانية بأربع مراحل رئيسية ارتبطت بتطور الوسيلة الاتصالية : المرحلة الشفوية ، مرحلة ظهور الكتابة، مرحلة الطباعة ، مرحلة الاتصال الالكتروني ، و التي كانت نقطة انعطاف و تحول في تاريخ الذي انتقل امن الاتصال التقليدي إلى الاتصال الجماهيري.

إن الظاهرة الاتصالية كانت و لازالت حجر الزاوية في تقارب الأفراد مع بعضهم البعض و تسهيل مصالحهم، و في تنافهم و خلق الأزمات و المشكلات في الوقت ذاته.¹³

2.2.1 تاريخ نظريات الإعلام و الاتصال

لقد مرت الأبحاث الإعلامية و ما أنتجته من نظريات بعدة مراحل و تطورات خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية خلال ستينات و سبعينات القرن العشرين، فلا يمكن الحديث عن تاريخ نظريات الإعلام و الاتصال دون العودة إلى تاريخ الأبحاث الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها مصدر الإشعاع العلمي و الفكري في دراسات الاتصال الجماهيري .

حينما ننظر إلى الأبحاث الإعلامية في أمريكا نجد أنها مع حداثة عهدها ، مرت بنفس الخطوات التي مرت بها العلوم الاجتماعية الأخرى ، ففي بداية نشأة هذه الأبحاث بدأ تيار الدراسات الإعلامية التي تتناول الجوانب الفلسفية و التاريخية و الأدبية ، و من

¹² مي العبد الله ، (2006) ، نظريات الاتصال ، ط1، بيروت : دار النهضة العربية ، ص ص : 14-16
¹³ بشير عباس العلق (2011)، نظريات الاتصال ، مدخل متكامل ، عمان: دار اليازوري ، ص ص: 23-27

ذلك التيار تفرعت في فترة متقدمة الدراسات القانونية و السياسية ، و الملاحظ أن الدراسات الإعلامية الأولى ركزت على تاريخ الصحافة و كانت تؤرخ للصحف كانعكاس لشخصيات صحفية قامت بإصدار و تحرير تلك الصحف ، كذلك ركزت تلك الدراسات على مفاهيم فلسفية مثل حرية الصحافة و حق الأفراد في نشر آراءهم بدون تدخل السلطات ، و دور الصحافة في المجتمع...الخ .

لقد استمرت الأبحاث الإعلامية الأولى تعمل في إطار الحدس إلى غاية العشرينات من القرن العشرين ، أين ظهرت المحاولات الأولى لتطبيق أساليب البحث التجريبية و الميدانية في المجالات الإعلامية ، و التي استخدمت الأساليب الإحصائية لدراسة جمهور القراء من الناحية العددية فقط إذ لم تهتم بتأثير الرسائل الإعلامية عليهم ، إلا خلال ثلاثينات القرن العشرين حينما انتشرت معاهد قياس الرأي العام مثل معاهد "جالوب ، روبر ، كروسلي" ، كما شهدت أربعينات القرن الماضي توازنا بين الأبحاث الكمية و الكيفية في الولايات المتحدة الأمريكية ، ولم يعد الباحثون ينظرون إلى وسائل الإعلام المطبوعة على أنها ظلال لشخصيات عظيمة " .

إن التقدم الكبير الذي عرفته الدراسات الإعلامية في الجانب التجريبي و الميداني أعطى دفعا قويا لظهور النظريات و المفاهيم الأساسية للاتصال و هذا بمشاركة علماء السياسة و الاجتماع و علم النفس و الانثروبولوجيا و... الخ ، الذين كان لهم الفضل في اتساع مجال علوم الإعلام و الاتصال في النصف الثاني من القرن العشرين مما أضفى عليها ثراء و قوة . أي أن علم الاتصال لم يعد من العلوم الضيقة و المحدودة المجال ، بل أصبحت موضوعات الاتصال البشري محور غير عادي للأبحاث و النظريات ، و هذا بسبب تداخل الاتصال البشري مع مجالات أخرى ، و هو ما أوجد صعوبات كثيرة لدى الباحثين في تحديد مجال واحد للنظرية و مثال ذلك قبل أن ينشر كلود شانون نموذج

الرياضي لعملية الاتصال كان هناك أكثر من 50 خمسون نموذج يشرح عملية الاتصال و لكن بعد ظهور النموذج الرياضي ظهر خمس عشرة نموذج جديد .¹⁴

أ. مراحل تطور نظريات الاعلام و الاتصال *Stages of the Development of Media Theories*

على الرغم من صعوبة حصر التاريخ الفكري لنظريات الاتصال بكل أبعادها ومحاور تركيزها، والتي بدأت بأفكار أرسطو وأفلاطون حول الخطابة والدعاية وكيفية تأثيرها على الجماهير والتحكم في سلوكياتهم، فقد تطورت هذه النظريات تدريجيًا لتواكب التغيرات التكنولوجية والاجتماعية الحديثة. ويمكن تقسيم مراحل تطور نظريات الإعلام، خاصة نظريات التأثير الإعلامي، إلى أربع مراحل رئيسية:

المرحلة الأولى (1920-1930) اتجاه التأثير القوي / نظرية الطلقة السحرية: أسسها هارولد لازويل، حيث اعتبرت الرسائل الإعلامية بمثابة "رصاصة سحرية"، تصل مباشرة إلى المتلقي وتؤثر فيه إذا أرسلت بشكل مناسب، دون اعتبار للفروق الفردية أو السياق الاجتماعي.

المرحلة الثانية (1940-1950): اتجاه التأثير المحدود: أسسها بول لازارفيلد، وركزت على نظرية التعرض الانتقائي، مبنية على افتراضات نفسية واجتماعية تختلف عن المسلمات السابقة. ومن أبرز نظريات هذه المرحلة: نظرية الاستخدامات والإشباع، انتقال المعلومات عبر مرحلتين، وانتشار المبتكرات، حيث أصبح التركيز على كيفية استجابة الجمهور للرسائل الإعلامية بدلاً من مجرد فرض التأثير المباشر.

المرحلة الثالثة (1950-1970) اتجاه التأثير المعتدل لوسائل الإعلام: انتقل الاهتمام خلال هذه المرحلة إلى دراسة التأثيرات طويلة المدى للإعلام في سياق الاستعدادات

الشخصية والمواقف الاجتماعية للمتلقى، بدلاً من التركيز على التأثير الفوري. كما أصبحت البحوث تهتم بالتأثيرات المعرفية بدلاً من التأثيرات الإقناعية، ومن أبرز نظريات هذه المرحلة: ترتيب الأولويات، الغرس الثقافي، الاعتماد على وسائل الإعلام.

المرحلة الرابعة (1980 وما بعدها) اتجاه عودة التأثيرات القوية: شهدت هذه المرحلة إعادة الاعتبار لقوة وسائل الاتصال الجماهيرية، مع التركيز على الظروف المناسبة لتأثير الرسائل وتحديد الأهداف بدقة. ركزت الدراسات على المضمون والمحتوى والتأثيرات البعيدة المدى، ومن أبرز نظريات هذه المرحلة: نظرية لولب الصمت والاحتمية التكنولوجية.¹⁵

3.2.1 تصنيفات نظريات علوم الاعلام و الاتصال

تعد علوم الإعلام والاتصال من العلوم الحديثة التي تبحث عن هوية خاصة بها، نظراً لنشأتها بعد تقاطع عدة علوم أخرى مثل العلوم السياسية، وعلم الاجتماع، والفلسفة، وعلم النفس. ورغم حداثةها، شهد هذا المجال تنظيرات متعددة، فقد كان بعضها مستنداً إلى الفكر الاجتماعي بصفة عامة، والبعض الآخر قائماً على الممارسة الإعلامية العملية، كما أن بعض الباحثين ركزوا على الظاهرة الاتصالية على المستوى الكلي، بينما تناولها آخرون على مستويات ضيقة وفق عناصر العملية الاتصالية.

تزخر علوم الإعلام والاتصال بعدد هائل من النظريات والنماذج والمدارس، ويعود الفضل في هذا التنوع إلى عدة أسباب، أهمها:

¹⁵ حميدة سميسم، أحمد عريقات، (2005)، ملخص كتاب مقدمة إلى علم الاتصال للكاتب عبد الرحيم درويش، دمياط: مكتبة نانسى ،.

➤ مساهمة الباحثين من تخصصات متعددة، خاصة العلوم السياسية والاجتماعية وعلم النفس الاجتماعي، في صياغة هذه النظريات.

➤ تعدد عناصر العملية الاتصالية، مثل: المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل، والأثر، مما أسهم في تنوع نظريات الإعلام والاتصال الجماهيري، حيث ركزت كل نظرية غالبًا على أحد هذه العناصر.

وقد أفضى هذا التنوع في النظريات إلى ظهور تصنيفات متعددة، من أبرزها:

➤ النظريات المتعلقة بالنظام السياسي (Political Communication Theories)

➤ النظريات المتعلقة ببناء الواقع الاجتماعي (Social Construction of Reality Theories)

➤ النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال (Sender/Communicator-Centered Theories)

➤ نظريات التأثير في بعدها الجماهيري (Mass Media Effects Theories)

➤ نظريات الإعلام الجديد (New Media Theories)

يمثل هذا التصنيف إطارًا لفهم مجالات تركيز كل نظرية، ويساعد الباحث على اختيار النظريات المناسبة لدراسة أي جانب من العملية الاتصالية، سواء من منظور سياسي، اجتماعي، معرفي، أو تقني.

2. نماذج و براديغمت علوم الإعلام و الاتصال

تمثل النماذج والبراديغمت في علوم الإعلام والاتصال أدوات مركزية لفهم العملية الاتصالية وتحليلها. فبينما تركز النظرية على تقديم الإطار العام لتفسير الظواهر، توفر النماذج تمثيلاً مبسطاً للواقع الاتصالي، يوضح العلاقات بين عناصر العملية الاتصالية (المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل، التأثير)، ويسهل دراسة تأثير وسائل الإعلام على الأفراد والجماعات.

أما البراديغم (Paradigm) فيمثل الإطار الفكري والمنهجي الأوسع الذي يحدد طريقة التفكير في دراسة الاتصال، بما يشمل الافتراضات الأساسية، المنهجيات، والأهداف البحثية. ومن هذا المنطلق، تلعب البراديغمت دوراً أساسياً في توجيه البحث العلمي في هذا المجال، إذ تحدد ما يُعتبر علمياً وموضوعياً، وتوفر رؤية متكاملة لفهم الظاهرة الاتصالية.

تتيح دراسة النماذج والبراديغمت أيضاً فهم التنوع النظري والمنهجي في علوم الإعلام والاتصال، حيث تختلف اهتمامات الباحثين بين التركيز على التأثيرات الفورية أو طويلة المدى، التحليل الاجتماعي أو النفسي، أو التفاعل بين الإنسان والتكنولوجيا. كما تساعد هذه النماذج في اختيار الأدوات البحثية المناسبة لتفسير الظواهر الاتصالية المعقدة في السياقات المختلفة، بما يضمن دقة وموضوعية النتائج.

باختصار، يشكل هذا المحور مدخلاً ضرورياً لدراسة نماذج وبراديغمت الاتصال، والتي تُعد امتداداً طبيعياً لتطور النظرية الاتصالية، ومكوّناً رئيسياً لفهم كيفية تحليل وتفسير العملية الاتصالية في البحوث العلمية.

1.2 نماذج الاتصال Communication Models

1.1.2 التعريف

يعرف ولبر شرام نموذج الاتصال بأنه طريقة نافعة للتفكير حول عملية ما أو بناء ما ، إنه وصف واضح جدا يتيح لنا النظر إلى الأجزاء الرئيسية بدون أن يغطيها غموض التفاصيل ، و المطلوب من النماذج الاتصالية سواء كانت رياضية أو رسوما أن تزودنا برؤية داخلية للعلاقات التي تحدد لنا لماذا تعمل الأشياء كما هي أو كيف هي موجودة.¹⁶

2.1.2 معايير تقييم صلاحية النماذج

يقترح Severin و Tankard معايير محددة لتقييم أي نموذج اتصالي، لضمان صلاحيته العلمية وقدرته على تفسير الظاهرة:

- العمومية (Generality): قدرة النموذج على تنظيم كم كبير من المعلومات أو الظواهر الاتصالية وتفسيرها في مواقف متعددة.
- القيمة الإرشادية / الاستكشافية (Heuristic Value) : مدى قدرة النموذج على اقتراح علاقات جديدة واكتشاف مفاهيم أو نتائج بحثية إضافية.
- الأهمية التنبؤية (Predictive Importance) : إمكانية استخدام النموذج في التنبؤ بسلوك المتغيرات أو النتائج المستقبلية في مواقف مشابهة.
- دقة القياس (Measurement Accuracy) : إمكانية تطوير أدوات قياس منهجية وواضحة تعتمد على النموذج، مما يعزز مصداقية النتائج.
- الأصالة (Originality) : قدرة النموذج على تقديم رؤى جديدة أو افتراضات مبتكرة تختلف عن الأطر التقليدية.
- البساطة / الاقتصاد (Parsimony) : مدى قدرة النموذج على تفسير الظاهرة بأبسط الوسائل دون فقدان الفائدة التفسيرية.

➤ الواقعية (Realism): قرب النموذج من الواقع الملاحظ وسياق الحياة الحقيقية، مما يزيد من إمكانية تطبيقه ميدانيًا.¹⁷

3.1.2 وظائف نماذج الاتصال

تؤدي نماذج الاتصال دورًا محوريًا في دراسة العملية الاتصالية، إذ تسهم في الحصول على المعلومات وتنظيمها ضمن إطار منهجي واضح. فالنموذج يساعد الباحث على ترتيب البيانات والمعطيات المتعلقة بالظاهرة الاتصالية، وربط عناصر العملية بعضها ببعض، بما يسمح بفهم العلاقات المتبادلة بين المرسل والرسالة والوسيلة والمتلقي والتأثير. ومن خلال هذا التنظيم، يتمكن الباحث من إعادة بناء الحدث الاتصالي وتحليله بوصفه وحدة متكاملة، بدل التعامل معه كأجزاء منفصلة، الأمر الذي يعزز الفهم الشمولي لطبيعة الاتصال وديناميكيته.

كما تسهم نماذج الاتصال في تشجيع البحث العلمي وتطويره، لأنها تجعل النظريات الاتصالية أكثر بساطة ووضوحًا، وتحول المفاهيم المجردة إلى صيغ قابلة للملاحظة والتحليل. فالنموذج يعكس رؤية الباحث لما يراه متغيرات أساسية في عملية الاتصال، ويحدد العلاقات المفترضة بينها، مما يساعد على صياغة الفروض العلمية وتوجيه الدراسات التجريبية. إضافة إلى ذلك، تبرز النماذج المتغيرات التي يمكن تجاهلها، وتفتح المجال أمام توسيع نطاق البحث، سواء عبر إدخال متغيرات جديدة أو إعادة تفسير نتائج سابقة في ضوء النموذج المعتمد.

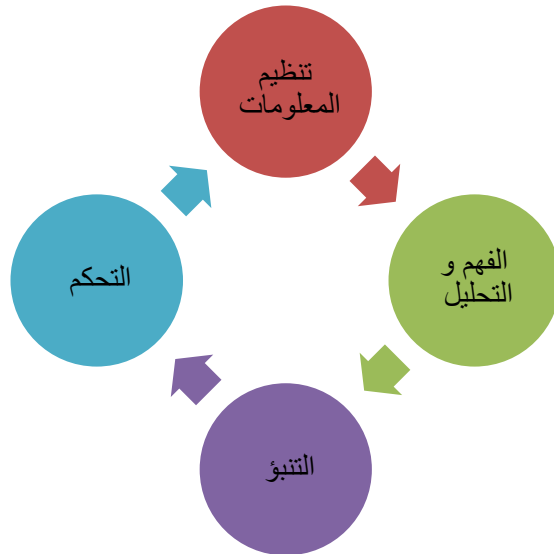
وتتمثل الوظيفة الثالثة لنماذج الاتصال في المساعدة على التنبؤ، حيث يقوم التنبؤ على أساس الفهم المنهجي للظاهرة الاتصالية. فكلما كان النموذج أكثر دقة في تحديد العلاقات الوظيفية بين عناصر الاتصال، أمكن استخدامه للتنبؤ بنتائج مواقف اتصالية

¹⁷ everin, Warner J. and James W. Tankard. *Communication Theories: Origins, Methods, Uses*. New York: Hastings House, 1979.

مستقبلية مشابهة. ويُعد التنبؤ جزءًا من عملية التحقق العلمي، إذ يتيح اختبار صحة الفروض والنظريات، ويسهم في تعميق الفهم من خلال ربط الأحداث غير المعروفة أو غير المرتبطة ظاهريًا، وتنظيم المعلومات المتفرقة في نسق معرفي يسهل استيعابه واستدعاؤه.

أما الوظيفة الأخيرة لنماذج الاتصال فتتمثل في السيطرة على الظواهر الإعلامية والتحكم فيها، وهي الغاية النهائية التي تسعى إليها المعرفة العلمية. فبعد تحقيق الفهم والتنظيم والتنبؤ، يصبح بالإمكان التحكم في الظروف التي تحدث أحداث الظاهرة الاتصالية، وتوجيهها نحو أهداف معينة. وترتبط القدرة على التحكم ارتباطًا وثيقًا بالقدرة على التنبؤ، إذ إن التحكم في المتغيرات يسمح باختبار مدى دقة التنبؤات، ويؤكد سلامة الفهم النظري للعملية الاتصالية. ومن ثمّ، تسهم نماذج الاتصال في توظيف المعرفة العلمية لخدمة الإنسان والمجتمع، سواء في مجالات الإعلام أو التربية أو الإقناع أو السياسات الاتصالية.¹⁸

الشكل رقم (1) : وظائف نماذج الاتصال



4.1.2 صعوبات تصميم نماذج عملية الاتصال

تواجه عملية تصميم نماذج الاتصال عدة صعوبات منهجية ومعرفية، ترجع أساساً إلى الطبيعة الديناميكية والمتغيرة للعملية الاتصالية ذاتها. فأولى هذه الصعوبات تتمثل في الاضطرار إلى تجميد عملية الاتصال عند محاولة وصف عناصرها ومكوناتها داخل نموذج معين. إذ يشبه النموذج في هذه الحالة الصورة الثابتة التي تجمد الحدث في لحظة معينة، دون أن تعكس الحركة المستمرة والتفاعل المتغير بين عناصر الاتصال. ويؤدي هذا التجميد إلى إغفال التطور الزمني للعملية الاتصالية، وتجاهل العلاقات المتبادلة التي تنشأ أثناء تفاعل العناصر في الواقع.

وتتجلى الصعوبة الثانية في إغفال بعض العناصر أو فصل عناصر لا تقبل الفصل بطبيعتها، نتيجة تجميد عملية الاتصال أو تقسيمها إلى أجزاء مستقلة. فالعملية الاتصالية لا تقوم على حدود واضحة تفصل بين المرسل والرسالة والمتلقي والتغذية الراجعة، بل هي عملية دائرية متكاملة يتداخل فيها الإرسال والاستقبال والتأثير بصورة مستمرة. إن وضع فواصل اصطناعية بين هذه العناصر قد يؤدي إلى تشويه الفهم الحقيقي لطبيعة الاتصال، وإهمال البعد التفاعلي الذي يُعد من خصائصه الأساسية.

أما الصعوبة الثالثة فتتمثل في الاعتماد على اللغة كوسيلة لوصف نماذج الاتصال، إذ إن اللغة بطبيعتها متغيرة وغير ثابتة، وتتأثر بالسياق الثقافي والزمني. كما أن استخدام اللغة في الوصف يفرض على الباحث اختيار ألفاظ ومصطلحات معينة، وترتيب الكلمات بطريقة محددة، مع استبعاد ألفاظ أخرى، وهو ما يؤدي إلى نوع من التجميد الرمزي للواقع المادي. وبذلك لا يكون الوصف اللغوي محايداً بشكل كامل، بل يعكس إلى حد ما رؤية الباحث وخلفيته المعرفية، مما قد يؤثر في دقة تمثيل النموذج للظاهرة الاتصالية¹⁹.

¹⁹محمد البخاري، (الأحد، 10 ماي 2020)، وظائف نماذج الاتصال، https://bukharimailru.blogspot.com/2020/05/blog-post_10.html

5.1.2 أنواع نماذج عملية الاتصال

تتعدد نماذج عملية الاتصال بتعدد الأسئلة البحثية التي يسعى الباحثون للإجابة عنها في إطار دراسة الظاهرة الاتصالية. ويعود هذا التعدد إلى اتساع مجال الاتصال وتنوع مستوياته وسياقاته، فضلاً عن اختلاف الزوايا النظرية والمنهجية التي ينطلق منها الباحثون في تحليلهم للعملية الاتصالية. لذلك، لم يحظَ تصنيف نماذج الاتصال بإجماع موحد، بل ظهرت عدة تصنيفات تعكس تنوع الاهتمامات العلمية داخل حقل علوم الإعلام والاتصال. يميل بعض خبراء الاتصال إلى تصنيف نماذج عملية الاتصال وفق مستويات الاتصال، حيث تُقسم النماذج تبعاً لطبيعة الأطراف المتفاعلة وسياق التفاعل. ووفق هذا التصور، نجد نماذج تُعنى بالاتصال الذاتي داخل الفرد، وتركز على العمليات الإدراكية والنفسية الداخلية، ونماذج أخرى تهتم بالاتصال بين فردين، حيث يبرز التفاعل المباشر والتغذية الراجعة. كما تشمل هذه التصنيفات نماذج الاتصال داخل الجماعة، التي تركز على الأدوار والتفاعلات الجماعية، ونماذج الاتصال عبر الثقافات التي تعالج إشكاليات الاختلاف الثقافي والرمزي. ويضاف إلى ذلك نماذج الاتصال العام، ونماذج الاتصال عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية، التي تهتم بدراسة التأثيرات الواسعة لوسائل الإعلام في المجتمعات.

في مقابل هذا التصنيف، يذهب بعض الباحثين إلى تقسيم النماذج الاتصالية على أساس الهدف والمادة، حيث يميزون بين النماذج البنائية والنماذج الوظيفية. فالنماذج البنائية تهدف إلى إظهار الخصائص الأساسية لأي حدث اتصالي، وتعتمد على تحليل عدد الأجزاء المكونة للنظام الاتصالي، وحجمها، وترتيبها، وطبيعة العلاقات التي تربط بينها. أما النماذج الوظيفية فتركز على القوى المؤثرة داخل النظام الاتصالي، وتوضح اتجاهات التأثير والعلاقات الوظيفية بين عناصر العملية الاتصالية، مع التركيز على كيفية عمل النظام بدل الاكتفاء بوصف بنيته.

ويرى اتجاه آخر أن نماذج عملية الاتصال يمكن تصنيفها إلى أنواع رئيسية، من أبرزها النماذج اللفظية والنماذج الرياضية. وتُعد النماذج اللفظية من أقدم نماذج الاتصال، إذ تعتمد على مجموعة من العبارات والمفاهيم التي تسعى إلى وصف طبيعة العملية الاتصالية وتحديد أهداف المشاركين فيها، وقد ارتبطت تاريخيًا بفن الخطابة. ومن أبرز النماذج اللفظية نموذج كينيث برك، ونموذج هارولد لازويل، ونموذج فرانكلين فيرنج.

قدّم كينيث برك نموذجًا تحليليًا لدراسة دوافع الاتصال، عُرف بـ«الخماسي الدرامي»، حيث قسم مجالات دراسة الفعل الاتصالي إلى خمسة عناصر أساسية، هي: الحدث، وخلفية الحدث، والقائم بالاتصال، والوسائل، والدوافع. وقد جاء هذا النموذج بوصفه تطويرًا معاصرًا للنموذج الكلاسيكي الذي وضعه أرسطو، مع توسيع نطاق التحليل ليشمل السياق والدوافع.

أما هارولد لازويل، رائد تحليل المضمون الإعلامي، فقد قدّم نموذجًا شهيرًا يقوم على خمسة أسئلة أساسية: من يقول؟ ماذا يقول؟ بأي وسيلة؟ ولمن؟ وبأي تأثير؟ ويُعد هذا النموذج امتدادًا للنموذج الأرسطي الكلاسيكي، غير أن لازويل أضفى أهمية خاصة على كل من الوسيلة والتأثير، معتبرًا إياهما عنصرين أساسيين في فهم السلوك الاتصالي، لا مجرد عناصر ثانوية.

من جهة أخرى، قدّم جورج جرينر تصورًا أكثر شمولية للعملية الاتصالية، حيث حدد عشرة عناصر متغيرة تشمل القائم بالفعل، والإدراك، والاستجابة، والسياق، والوسائل، والمضمون، والشكل، والإطار، والنتيجة. ويعكس هذا النموذج توجهًا نحو فهم الاتصال كعملية مركبة تتداخل فيها الأبعاد النفسية والاجتماعية والثقافية.

أساس التصنيف	النوع	الفكرة الأساسية
مستوى الاتصال	الاتصال الذاتي	يدرس العمليات الاتصالية داخل الفرد
	الاتصال بين فردين	يركز على التفاعل المباشر
	الاتصال الجماعي	يهتم بديناميات الجماعة
	الاتصال الجماهيري	يدرس الاتصال عبر وسائل الإعلام
الهدف والبناء	نماذج بنائية	تركز على بنية النظام الاتصالي
	نماذج وظيفية	تركز على الوظائف والتأثير
طبيعة النموذج	نماذج لفظية	تعتمد على الوصف اللغوي
	نماذج رياضية	تعتمد على التحليل الجوانب الفنية و التقنية للعملية الاتصالية.

جدول رقم (01): أنواع نماذج عملية الاتصال

6.1.2 مراحل تطور نماذج الاتصال

عملت نماذج الاتصال على الاستفادة من العلوم الإنسانية كعلم الاجتماع و علم النفس و الرياضيات و الفيزياء و الطب وغيرها من العلوم ، ويمكن تتبع مراحل تطور هذه النماذج عبر ثلاث مراحل :

أ. المرحلة الأولى : مرحلة النماذج الخطية الأحادية الاتجاه

و فيها تم التركيز على القائم بالاتصال أو المرسل كقوة فاعلة في العملية الاتصالية و التي تبدأ به و تنتهي بالمتلقي، و يعتبر نموذج أرسطو أقدم النماذج الخطية ، حيث حدد عناصر العملية الاتصالية الاقناعية²⁰ في ثلاث عناصر (مرسل ، رسالة ، مستقبل) .

أما عالم السياسة الأمريكي "هارولد لازويل" فقد طرح نموذجه الخطي الخماسي للاتصال بأسلوب الإعلام الدعائي من خلال الأخبار ، حيث حدد عناصر العملية الاتصالية في المرسل ، الرسالة ، القناة ، المتلقي ، الهدف أو الأثر المرجو و هذا بطرح الأسئلة التالية : من يخبر ، من يقول ؟ ماذا يخبر ، ماذا يقول ؟ ما هي وسيلة الإخبار، بأي وسيلة ؟ لمن يخبر ، لمن يقول ؟ ومن أجل أي تأثير ؟

بالنسبة للباحثين الرياضيين كلود شانون و ويفر 1949 م ، يعتبر عنصر التشويش أحد أهم عناصر العملية الاتصالية ، حيث أن المعلومات أثناء سيرها من المرسل إلى المتلقي تعترضها مجموعة من الظروف المختلفة مثل التحريف و الضوضاء كالبكاء أو ظروف تقنية مثل تداخل الإشارات ، و هو ما يؤدي إلى عدم اليقين الذي يمكن التغلب عليه عن طريق التكرار.

واجه نموذج شانون الرياضي عدة انتقادات بسبب إهماله لرجع الصدى و لغة الجسم و صناعة المعنى في العملية الاتصالية بالإضافة إلى عدم مراعاته سياق الاتصال و توقيته طور هذا النموذج من قبل "دفلور" بإضافة الضوضاء في كل مراحل سير العملية الاتصالية ، أما نماذج "ويسلي" و "ماكلين" فقد حاولت شرح الاتصال في سياقات مختلفة تتراوح بين الاتصال الشخصي و الاتصال الجماهيري ، و أخذوا بعين الاعتبار مجموعة من الميكانيزمات كرجع الصدى و حراس البوابات و بعض السمات من علم النفس ، كما يعتبر نموذج "ديفيد برلو" من النماذج الخطية التي تأثرت بنموذج أرسطو و علم المعاني و

²⁰ درس ارسطو الاتصال من خلال تحليل عملية الخطابة باعتبارها النوع الاتصالي السائد في ذلك الوقت.

نظرية التعلم ، كما اهتم هذا النموذج بمهارات الاتصال واستخدام الحواس و اتجاهات كل من المرسل و المستقبل و بمستوى المعرفة و النظم الاجتماعية و الثقافية . و لإضافة ديناميكية على العلاقة الاتصالية بين الفردين قدم "نيو كومب" نموذج الاتصالي الخطي عام 1953 م الذي أشار فيه إلى تغيير الأفكار و تكوين الرأي العام و الدعاية.

ب. المرحلة الثانية : مرحلة النماذج الثنائية الاتجاه و الاتصال التفاعلي

أصبح الاهتمام بالعملية الاتصالية في هذه المرحلة من نواحي عديدة كالسيطرة و التحكم و رجع الصدى ، و أخذ عامل الوقت بالاعتبار و تبادل الأدوار بين المرسل و المستقبل ، ومن رواد هذه المرحلة الباحث الأمريكي "ولبر شرام" الذي أشار بالإضافة إلى ما سبق رموز العملية الاتصالية بالرسالة و فك الرموز بالمعاني الخاصة بالرسالة و دور الفكر و المعتقد للمستقبل في التفسير ، و كذلك دور التجربة المشتركة للطرفين في العملية الاتصالية و هي عملية تفاعلية . كما لم يغفل أصحاب النماذج التفاعلية عنصر التشويش الذي يصاحب مرحلة إرسال الرسالة و استقبالها مما يؤثر على كفاءة الاتصال و فاعليته .

ج. المرحلة الثالثة :تبادل الأدوار بين المرسل و المستقبل باستمرار و طوال الوقت

و في هذه المرحلة هناك تزامن في الاستجابات في الوقت ذاته بين الطرفين و أثناء تبادل الأدوار و كذلك عملية الإدراك تبادلية ، ويتم خلق المعاني و إيجاد العلاقات . و منه خرج تعريف مكتب تقييم التكنولوجيا الأمريكي للاتصال بأنه " عملية تفاعلية يتم فيها تشكيل الرسائل و تفسيرها و تبادلها" وهذا التعريف يقسم الاتصال إلى ثلاث عمليات متميزة و هي تكوين الرسائل، تفسيرها ،تبادلها، و هو يركز على الاعتمادات المتبادلة . يكمن الفرق بين المرحلة الثانية والمرحلة الثالثة أن المرحلة الثانية تهتم برجع الصدى و بتوضيح الطبيعة الدائرية للاتصال، أما المرحلة الثالثة فتركز على تبادل الأدوار و هو تبادل مستمر.²¹

2.2 البراديغمات في علوم الإعلام و الاتصال

البراديغم هو تلك الانجازات العلمية التي تقبل في زمن معين ، و تشكل أساسا قويا لطرح المشكلات العلمية و لطرائق حلها ، و هو أيضا مجموعة القيم التي يشترك الباحثون في قبولها و التمسك بها ، و تتمثل هذه القيم في المناهج و المعايير التي تتحدد وفقا له ، لأن نموذجا علميا موجها واحدا يكون منطلقا لاكتشافات عديدة .

و تعود الإرهاصات الأولى لتأسيس البراديغمات النموذجية في مجال علوم الإعلام و الاتصال إلى المدرستين الوضعية و السلوكية ، حيث كان اهتمام الباحثين في هذا السياق بدراسة طبيعة التأثيرات بين وسائل الإعلام و الاتصال و الجمهور المستهدف بالاعتماد على ما يعرف بدراسات الجمهور ، وعليه هناك أربع براديغمات مستخدمة في دراسات علوم الإعلام و الاتصال نوجزها في الآتي :

1.2.2 البراديغم السيبرنطقي the cybernetic paradigm

يعود الفضل في وضع أسس السيبرنطيقا الى عالم الرياضيات الأمريكي "نوربرت وينر" من خلال كتابه " السيبرنطيقا أو التحكم و الاتصال عند الحيوان و الآلة " تهتم السيبرنطيقا بدراسة عملية التحكم و الضبط في العملية الاتصالية بواسطة الآلة و معاينة مدى ترابط سلسلة شبكاتها و عناصرها ، و يستخدم هذا النموذج في علوم الإعلام و الاتصال في مجال الاتصال التنظيمي ، حيث استعار الباحثون من السيبرنطيقا مفاهيم نظرية كمفهوم مصادر المعلومات و التحكم ، و بالرغم من أهمية استخدام هذا البراديغم في المجال الاتصالي و التنظيمي بالأخص في مجال تقييم تأثير شبكات الاتصال على المردودية و درجة الرضى ، إلا انه من البراديغمات الأكثر تهميشا و غيابا في بحوث الإعلام و الاتصال ، و السبب في ذلك يعود إلى مسألة الجدل حول فكرة التحكم و السلطة و عدم التكافؤ بين صانعي القرار و المنفذين. يتضمن هذا البراديغم نماذج للاتصال دون النظريات مثل نموذج "شانون و ويفر 1949م"

2.2.2 البراديعم الوظيفي the functional paradigm

منحدر من الإبستمولوجية الوضعية التي تنظر للمجتمع على أنه تركيب عضوي، و كل تنظيمي تفسر عناصره بالوظيفة التي تؤديها، و تشكل وسائل الإعلام و الاتصال أحد أعضائه، ووظيفة وسائل الإعلام داخل المجتمع هو الحفاظ على استقراره، و أن عدم أداء الوظيفة المطلوبة بها يؤدي إلى الخلل الوظيفي.

لذلك تبني تفسيرات هذا البراديعم على تأثيرات وسائل الإعلام في حدود و سياقات الأدوار و الوظائف التي تؤديها داخل المجتمع ومدى مساهمتها في الحفاظ على التوازن و الانسجام العام عن طرق إشباع و تلبية جملة من الحاجيات و الدوافع و الرغبات النفسية و الاجتماعية لجميع أفراد المجتمع ، و من النظريات الإعلامية التي تندرج ضمن هذا البراديعم نظرية الاستخدامات و الإشباعات ، نظرية ترتيب الأولويات.²²

3.2.2 البراديعم السلوكي the behavioral paradigm

يركز هذا البراديعم على الظواهر السلوكية الخارجية التي يمكن ملاحظتها ، و على دراسة المنبهات التي تثير أنواعا معينة من الاستجابات التي تأخذ شكلا صريحا يمكن ملاحظته ، و بذلك فهي لا تثق كثيرا بالفروض و الاقتراحات المتعلقة بالفكر و المعتقدات و مختلف العمليات الداخلية التي لا يمكن ملاحظتها . قام بتطوير هذا البراديعم علماء النفس و علماء النفس الاجتماعي الذين أصبحوا معروفين بأصحاب نظريات مثير-استجابة أو نظريات التعلم. كان لهذا التوجه من البحوث أثر كبير في بحوث الإعلام حيث سادت لفترة كبيرة حتى نهاية الأربعينيات من القرن العشرين ،حيث افترضت أن الرسائل الإعلامية هي مثيرات قوية تؤدي إلى استجابة مباشرة وواحدة من قبل جمهور وسائل الإعلام الذين اعتبروا أفراد منعزلين و سلبيين .

22 أمال محرز ، نوال واضح : علوم الاعلام و الاتصال بين الانتماء الأبستمولوجي و التأصيل البراديعمي ، مجلة بحوث و دراسات في الميديا الجديدة ، المجلد 03 ، العدد 01 ، 2023 ، ص: 57

رغم تراجع استخدام هذا البراديغم في البحوث الإعلامية الحالية إلا أنه استخدم بنطاق لدراسة تأثير الدعاية الحربية أثناء الحرب العالمية الأولى و الثانية من خلال نظرية الطلقة السحرية و نموذج هارولد لاسويل.

4.2.2 البراديغم التأويلي the interpretive paradigm

ينحدر البراديغم التأويلي من المثالية الألمانية و هو يركز على دراسة المعاني أي دلالات الكلمات، حيث " أن الأفراد يعطون معنى للعالم عبر تصرفاتهم، تؤمن المقاربة التأويلية بأن صميم التأويلات يقع في الأفعال الاجتماعية ، لهذا فإن مهارة الاتصال بين الأفراد كفاعلين عضويين يمكن أن تخلق و تبني الواقع الاجتماعي عبر كلماتهم ، رموزهم ، و سلوكهم. فالتنظيم لا يعتبر كواقع موضوعي (كما يرى البراديغم الوظيفي) بل كبناء لمجموعة من المعاني ، كفاعلين عضويين و الاتصال لا يعتبر كرسائل عبر التبادل و الشبكات (كما يرى البراديغم الوظيفي) ، بل كعنصر يبني التواريخ و الأساطير و الطقوس داخل التنظيمات ، فالمقاربة رمزية وليست حتمية.²³ يسعى البراديغم التأويلي في مجال الإعلام و الاتصال على دراسة محتوى و جوهر الاتصال من خلال تحديد ما يعنيه القائمون بالاتصال بأحاديث ومقالات ، أو ما يقومون به من أشكال تعبيرية ، من أبرز نظريات و مدارس هذا البراديغم المدرسة التفاعلية الرمزية و المدرسة الظاهرانية.

²³ عبد الرحمان عزي ، السعيد بومعيرة (2010) ، الإعلام و المجتمع ، رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية و الإسلامية ، الجزائر : دار الورسم ، ص: 110.

3. المدارس الفكرية في علوم الإعلام و الاتصال

رغم أن علوم الإعلام والاتصال تعد حديثة العهد مقارنة ببقية العلوم الاجتماعية إلا أن هناك العديد من المدارس الفكرية والمنهجية التي حاولت إخضاع الظواهر الإعلامية للدراسة والتحليل العلميين قصد التعمق في فهمها و رصد تأثيرها والتنظير لتطورها ،وهي تقريبا ذاتها التي طبعت الفكر الاجتماعي في القرن العشرين لتطورها، و نذكر منها :

المدرسة الوظيفية، المدرسة النقدية، المدرسة البنوية.

1.3 المدرسة الوظيفية the functional school

تعتبر المدرسة الوظيفية من ابرز المدارس الحديثة في علوم الاجتماع (نظرية القرن 20) و اكثرها استخداما في البحوث الإعلامية و الاتصالية و الدليل على ذلك ان جل البحوث الإعلامية قام بها الوظيفيون الامبريقيون اذ حاولوا من خلالها تفسير تأثير وسائل الاعلام في المجتمع.....، من ابرز الرواد : هربرت سبنسر ، ايميل دور كايم ، تالكوت بارسونز ، برون ، لينتون ، مالمينوفسكي . هارولد لازويل

1.1.3 أهم مفاهيم المدرسة الوظيفية

طور أصحاب هذه المدرسة عديد المفاهيم على غرار : النسق ، البناء الاجتماعي ، الوظيفة ، البدائل الوظيفية ، الخلل الوظيفي ، التوازن الاج (في ظاهرها مفاهيم إيجابية الطرح على عكس مفاهيم المدرسة النقدية التي تركز على الصراع و التغيير الجذري).

أ) **النسق الاجتماعي** : هو مجموعة من الأجزاء و العلاقات و الأدوار المنوطة بكل عنصر حتي يستقيم النسق و يؤدي وظيفته في المجتمع في نظر الوظيفيون هو مجموعة انساق تتضامن مع بعضها البعض لتحافظ على استقرار البناء الاجتماعي ، فالنظام الإعلامي و الاتصالي في أي مجتمع كان هو نسق فرعي من النسق الاجتماعي العام له

وظائفه و أدواره و يساهم في الحفاظ على توازن المجتمع من خلال تضامنه مع الانساق الفرعية الأخرى.

(ب) **البناء الاجتماعي** : هو تنظيم لمختلف النشاطات الاجتماعية التي تقوم بها مختلف العناصر المشكلة للأنساق بحيث ان لكل عنصر وظيفته الخاصة به و تكرار هذه الوظيفة هو الذي يسهم في البناء الاجتماعي وتنظيمه و تتجلى مساهمة النسق الإعلامي في البناء الاجتماعي من خلال ما تقدمه وسائل الاعلام من برامج و حصص وتعتبر عن الواقع الاجتماعي و تعمل على ربط النسيج الاجتماعي و ...

(ج) **الوظيفة** : هي الاسهام الذي يقدمه الجزء للكل و تقدم وسائل الاعلام وظائف كثيرة لجمهورها منها وظيفة الاخبار و التربية و التثقيففي فمثلا تساهم وظيفة الترفيه بالنسبة للجمهور من وجهة نظر الموظفين في الحفاظ على استقرار المجتمع من خلال تسطيح الوعي و تغييب النقد و تخدير الجمهور أما الوظيفة الإخبارية لوسائل الاعلام فهي تساهم في التكيف الاجتماعي للفرد مع محيطه كما تتجلى هذه الوظيفة حسب هارولد لازويل في مراقبة المحيط و غياب هذه الوظيفة تشعر الفرد بالعزلة و القلق و الاكتئاب و الإحباط

(د) **البدائل الوظيفية** : في حال إصابة أو عجز أي جزء من عناصر النظام و عدم قيامه بوظيفته المنوطة به تقوم باقي الأجزاء الأخرى بنشاط هذا الجزء و تؤدي وظيفته حتى لا يتأثر النظام الاجتماعي ، و يتجلى هذا العنصر في وسائل الاعلام من خلال الشبكة البرمجية لوسائل الاعلام و تعدد و تنوع محتوياتها ففي حال قصور احد هذه البرامج تقوم الأنشطة الأخرى في الخارطة البرمجية على تغطية النقص الذي أصيب في هذا النشاط. و حسب الموظفين (ميرتون) هناك وظائف ظاهرة جلية و وظائف خفية غير متوقعة تعمل لصالح جماعات محددة

(هـ) **الخلل الوظيفي** : يرى رواد النظرية الوظيفية على غرار مالمينوفسكي أن كل عناصر النسق الاجتماعي تؤدي وظائف إيجابية داخل النسق غير أن ميرتون رأى عكس ذلك فالعناصر في نظره لا يمكن أن تؤدي دائما وظائف إيجابية فقد تعجز في بعض الأحيان عن أداء وظيفتها و هو ما أسماه بالخلل الوظيفي فليس لكل البرامج الإعلامية وظيفة دائما فهناك منها من يتحول الى خلل يصيب المنظومة الإعلامية و يؤثر على النسق الاجتماعي .

(و) **التوازن الاجتماعي** : يفسر الوظيفيون على غرار هربرت سبنسر و تالكوت بارسونز و غيرهم التوازن الاجتماعي من منظور بيولوجي في تشبههم المجتمع بالكائن الحي فليس هناك اختلاف في بناء المجتمع مع الكائن الحي فمثلا تتضامن أعضاء الكائن الحي فان مختلف انساق المجتمع تقوم بوظائفها كي تحافظ على استقرار المجتمع بما فيها النسق الإعلامي .²⁴

2.1.3 إسهامات المدرسة الوظيفية في الدراسات الإعلامية

تركز المدرسة الوظيفية على التحليل الوظيفي للظواهر داخل النظام الاجتماعي الكلي، كما تحاول تبين كيف أن لهذه الظواهر أن تؤدي إلى المحافظة على استقرار النظام بكليته، وأن تؤدي إلى عكس ذلك، وعندئذ تصبح الوظيفية خلا وظيفيا. و لأن الاتصال الجماهيري بطبيعة الحال نظام اجتماعي جزئي تكراري الطابع، يعمل داخل النظام الاجتماعي الكلي، ويتفاعل مع مختلف الأنظمة الاجتماعية الجزئية الأخرى الموجودة في المجتمع ، فقد أمكن استخدام البنائية الوظيفية لدراسة النظام الإعلامي وطبيعة وظائفه، أو الخلل الوظيفي الذي يمكن أن يصاب به هذا النظام.²⁵

²⁴ مختار جلولي ، إسهامات التيار الوظيفي في مقارنة الظاهرة الإعلامية و الاتصالية ، مجلة المواقف للبحوث و الدراسات في المجتمع و التاريخ ، المجلد 14 ، ع 01 ، 2019 ، ص ص : 146-156.
²⁵ فريال مهنا، (2002) علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، سوريا : دار الفكر المعاصر ، ص:2

و لأن النشاط الاتصالي أو نشاط وسائل الإعلام يعتبر أحد الأنشطة المتكررة في المجتمع التي تعمل من خلال وظائفها على تلبية حاجات المجتمع ، فقد أمكن استخدام البنائية الوظيفية لدراسة النظام الإعلامي كأحد النظم الفرعية و التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي، فوسائل الإعلام يمكن أن تكون أحد عوامل الخلل الوظيفي، وذلك حتى تساهم في التنافر وعدم الانسجام بدلا من الاستقرار إذا كان تأثيرها هو الإثارة والتحريض على ممارسة أشكال السلوك المنحرف²⁶.

يعتبر الباحثون أن أغلب التحليلات الوظيفية للوظائف الاجتماعية لوسائل الاتصال تأسست انطلاقا من النموذج النظري الذي قدمه "هارولد لاسويل" عام 1948م وصاغ فيه صيغته المشهورة (من قال؟ ماذا؟ بأية وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟)، والذي وضح لنا من خلاله أن دراسة وسائل الاتصال كدراسة علمية لا بد أن تركز على دراسة هذه التساؤلات و الإجابة عليها وذلك من أجل معرفة كل من بناء ووظيفة هذه الوسائل، فلاسويل حاول أن يدرس بصورة عامة طبيعة الدور الوظيفي لوسائل الاتصال و الإعلام من خلال معالجته العلاقة التي تربط هذه الوسائل بالمجتمع ككل. على اعتبار أن وسائل الاتصال تعتبر عمليات اجتماعية، وبناءات وأنساق اجتماعية لها وظائف طبيعية محددة طرحت البنائية الوظيفية مجموعة من النماذج التي تعرف في دراسات الاتصالية بالنماذج الوظيفية أو نماذج التحليل الوظيفي ، التي تركز على تحليل عدد من الوظائف والأهداف العامة التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيري، كما تركز هذه النماذج على التعرف بوضوح عن مدى تحقيق الأهداف أو الوظائف بصورة إيجابية أو سلبية.²⁷ كما لم تخلو هذه المدرسة من النظريات الإعلام الوظيفية المتمثلة في الاستخدامات و الاشباكات و ترتيب الأولويات.

44
²⁶ملفين ديفلير، ساندرا بول روكتش، (1993)، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص ص : 65 - 66.

²⁷ عبد الله محمد عبد الرحمان، (2006)، سوسيولوجيا الإعلام و الاتصال، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية ، ص: 68

3.1.3 افتراضات المدرسة الوظيفية و تطبيقاتها في البحوث الإعلامية

أ) إن النظام الإعلامي و الاتصالي كنظام فرعي مهم و لا يمكن الاستغناء عنه أو التقليل من وظيفته خاصة في الوقت الحالي الذي يتسم بالتعقيد و التغيير السريع.

ب) يعمل النظام الإعلامي و الاتصالي جاهدا على تحقيق التوازن الاجتماعي من خلال البث المتكرر للرسائل و الخطابات الهادفة ، و إن حدث خلل في أحد الأنظمة الفرعية للمجتمع فإن وسائل الاعلام تحاول تغطية ذلك الخلل.

ج) إن كل عناصر النظام الاجتماعي و انشطته المتكررة تحافظ على استقرار البناء الاجتماعي، فوسائل الاعلام تبث باستمرار رسائل يومية عن الحياة الاجتماعية داخل النظام العام للمجتمع تتسق عادة مع طبيعة النظام السياسي و الاقتصادي القائم دعما لاستقراره

د) إن الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار وجوده و هذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع لمختلف أجزائه و أنساقه الفرعية و التي تلبي حاجات المجتمع و منه فان الوظائف المنوطة بوسائل الاعلام و التي تعمل من اجل تلبية رغبات الجمهور و توازن المجتمع تتمثل في: وظيفة الاخبار ، التربية ، التعليم ، التثقيف ، دعم الاستقرار الاجتماعي ، مراقبة المحيط ، نقل التراث الاجتماعي بين الأجيال ، تحقيق التماسك الاجتماعي .

2.3 البنيوية ودراسة وسائل الاتصال الجماهيري

إن البنيوية مجال خصب يمتلك منطلقات فكرية و نظرية تقدم تصورا مختلفا مغايرا و مختلفا لدراسة الفعل الثقافي و منتوجاته ،استلهمت من الفلسفة و التحليل النفسي والتحليل الأدبي. وأثرت بشكل واضح في عدة فروع من المعرفة : الفلسفة ، علم النفس ، الانثروبولوجيا ، اللسانيات ، الإعلام

1.2.3 تعريف البنيوية Structuralism

تعرف البنيوية بأنها توجه بحثي يسعى إلى "تحليل كل بناء إلى جزئياته التي يتكون منها، وذلك للكشف عن العلاقات الموضوعية التي تربطها ببعضها البعض ، ثم إعادة تركيبها إلى بناء كلي جديد يكون أرقى من البناء السابق و أكثر تقدما منه "

تسعى البنيوية إلى إدراك المنتج الثقافي (النص، الخطاب، الصورة، اللقطة الاشهارية ، الفيلم ، المسلسل التلفزيوني ، الأنواع الصحفية المختلفة، العرض المسرحي ...) انطلاقا من الفهم المنبثق من المنتج ذاته ، وبهذا فهي تنثر على كل محاولة قراءة انطلاقا من الماضي. وتتناهض كل مسعى يرمي إسقاط الماضي عليه ، وتختلف كل الاختلاف عن تلك التي تحوم حول المنتج و لا تتصدى له ، ترتفع عن الحس العفوي، أو ما يسمى بالقراءة الانطباعية له، إنها لا تتناول بأحكام مسبقة و آراء جاهزة*، بل تتخذ موضعا لبحثها، ومادتها في ذلك ما هو كامن فعلا فيه. تتطلق منه للكشف عن العلاقات الخفية بين عناصره .

إن المنتج الثقافي يحمل تعددية الدلالة، يشجع على الغوص في تجليات المعاني ومخاطبة المسكوت عنه . بالطبع إن هذه القراءة ليست محايدة ، إنها واعية لكونها مشبعة بمرجعية حاضر المنتج الثقافي، وبالمرجعية الثقافية للقارئ.²⁸

2.2.3 البنيوية و الدراسات الإعلامية

يعود الفضل لأوروبا و خاصة فرنسا (مركز البنيوية اللسانية) في إدخال البنيوية للدراسات الإعلامية حينما أصدرت مجلة الاتصال 1968م عددا خاصا بالتحليل البنيوي للنص أو الخطاب .

لقد أدخلت البنيوية التقاليد الفلسفية للثقافة الأوروبية إلى مجال الدراسات الإعلامية، و قدمت رؤية للظاهرة الثقافية و الإعلامية مغايرة للتوجه الإمبريقي الأمريكي . إن التحليل البنيوي لمادة الاتصال الجماهيري يتجاوز نقائص التحليل الكلاسيكي لمحتواه ، حيث لا يكتفي بالمحتوى الظاهر، بل يغوص في المعاني المستترة داخل العلاقات و ضمن وضع إنتاج المادة المذكورة. إن تحديد مواقف و آراء و وجهة نظر منتج الخطاب الإعلامي لا تبرز في نظر البنيويين من خلال الأهمية الكمية الممنوحة لهذا الموضوع أو لتلك الفكرة ، بل تتجلى عبر اكتشاف العلاقة القائمة بين الرموز في الخطاب ذاته ، و هذا أحد الجوانب الهامة في معنى الخطاب ، أي دراسة العلاقات البنيوية بين الرموز كمنتجات للمعاني ، و التي تتم بالاستقراء و ليس بالاستنتاج.

يتعدى التحليل البنيوي حقل دراسة مادة الإعلام إلى مادة الاتصال : تحليل الخطاب السرد، الصورة ، وصولا إلى دراسة الأسطورة و سير الإيديولوجية .

إن المجالات التي انطلقت منها الدراسات البنيوية في مجال علوم الإعلام و الاتصال يمكن حصرها كما يلي :

أ) اللغة اللفظية : تغذت الدراسات في هذا المجال من انجازات عدة مدارس ، نذكر منها على وجه الخصوص مدرسة جنيف بفضل الأعمال الرائدة لعالم اللسانيات السويسري "فردينارد دي سوسور" و الذي مد اللسانيات بمجموعة من المفاهيم الثنائية التي زادت من معرفة الظاهرة اللسانية ، ومن أعمال المدرسة الأمريكية بفضل أعمال الفيلسوف "شارل

سندرس بيرس" ومن أتى من بعده من المجددين مثل "بلومفلد" و "نعوم تشومسكي"، الذي أضاف إلى اللغة ما نسميه بالنحو التوليدي ، الذي يدفع إلى الاهتمام بالأبنية العميقة للغة. من أهم المفاهيم الثنائية التي تم توظيفها في البنيوية الإعلامية : اللسان/ الكلام ، العلامة/المرجع ، الدال/المدلول،التعيين/التضمنين،السرد/الخطاب.

أما الأدوات الأساسية التي تضمنتها المفاهيم التي سعت للتحليل البنيوي للفيلم و الصورة الاتصالية نجد :الصورة الفوتوغرافية ، الإخراج الصحفي ، اللقطة ، الأسطورة .

ازدادت الدراسات العلمية اهتماما بالتحليل البنيوي للصورة نتيجة الاعتماد المكثف على هذه الأخيرة في عملية التواصل ، و في الإشهار ، وظهر جيل من الباحثين الذين سعوا إلى توظيف مجموعة من المفاهيم المستخدمة في اللسان و طبقوها على الصورة مثل الدال/المدلول،التعيين/ التضمنين،...لقد اعتمدت الدراسات البنيوية الحديثة للصورة الاشهارية على ما توصلت إليه المدرسة الثقافية في الولايات المتحدة على يد "ماك دوغال" روث بنديكت" ، و ما توصلت اليه سيميولوجيا الاتصال بفرنسا بفضل أعمال"جيرار لانيو" و "برنار كتلات" للبحث عن معنى الحقيقة السوسيوقافية و التطابق الثقافي وصورة الذات.²⁹

3.3 المدرسة النقدية the critical school

تعد المدرسة النقدية نظرية اجتماعية بالأساس بيد ان افكارها أعطت اهتماما خاصا لدور وسائل الاعلام في صناعة الواقع في المجتمعات الرأسمالية الصناعية حيث ضمت كل أفكار النقيدين ضمنا وسائل الاعلام و الاتصال كفاعل أساسي فيها ، و ترجع الجذور التاريخية للتقليد النقدي للبحوث الإعلامية و الاتصالية الى ثلاثينات القرن العشرين من خلال اندماج الاقتصاد السياسي لوسائل الاعلام و التحليل الثقافي للنصوص و دراسات تلقي الجمهور للتأثيرات الاجتماعية و الأيديولوجية للثقافة الجماهيرية و الاتصال ، حيث دأب منظري هذه المدرسة على تحليل منتجات الثقافة الجماهيرية في سياق الإنتاج

الصناعي ، ومن ابرز الباحثين النقيدين في البحوث الإعلامية تيودور ادرنو ، لوفنتال ، هرزوغ ، هوركايمر ، هيربرت ماركي وز . حيث حاول هؤلاء الباحثين ربط أفكارهم النقدية مع وسائل الاعلام .

1.3.3 اسهامات المدرسة النقدية في الدراسات الإعلامية

يمكن ربط أفكار النقيدين ووسائل الاعلام كما يلي :

أ) **وسائل الاعلام والعقلانية الادائية** : يعتبر النقيديون أن وسائل الاعلام من وسائل السيطرة على الطبيعة و الانسان من خلال افراغه من محتواه الجمالي ، فيورغن هابرماس يرى انه يجب ان تكون العقلانية الادائية تواصلية مبنية على التفاهم و الاتفاق بين أفراد المجتمع و استبعاد أي شكل من أشكال العنف و الاكراه و السيطرة لان الفعل التواصلي عنده .

ب) **وسائل الاعلام والتشويه** : ترفض النظرية النقدية تشيؤ المعرفة الإنسانية كالثقافة و الأدب لتصبح سلعة تفقد قي متها التبادلية (تسليع الثقافة) ، و يرى تيودور أدورنو أن ظهور المجتمعات الرأسمالية ساهم في ظهور الثقافة الجماهيرية كأحد منتجات الصناعة الثقافية للوسائل الإعلامية التي تخضع لمنطق الربح ، و هو ما أدى الى تشيؤ العقل و تعطيلها و انعاش الجوانب الغريزية في الانسان .

ج) **وسائل الإعلام و الاغتراب** : ركزت المدرسة النقدية على الاغتراب الثقافي و انتشاره في المجتمعات المعاصرة ، فوسائل الاعلام حسب النقيدين تخلق حاجات زائفة و كاذبة لدى البشر و الانسان الذي يحرص على اشباع حاجاته الأساسية سيشكل من نفسه انسانا ذا بعد واحد يستغيب بالحرية و هم الحرية .

د) **الثقافة الجماهيرية** : هي جملة القيم الثقافية التي تروج عبر وسائل الاعلام الجماهيرية و تنتشر بين الفئات العريضة من السكان ، و تقتزن الثقافة الجماهيرية

عادة بسلوكولوجية الجمهور المستهلك و تكون حافظا إضافيا لها ، و تنشر معايير بسيطة و قيم نمطية و ارتباطات رمزية غير مباشرة ، هذه الثقافة تنقص من قيمة الثقافة و تفرغها من مضمونها الحقيقي لتجعلها مجرد نوع من التسلية .

هـ) **وسائل الاعلام و صناعة الانسان ذو البعد الواحد** : يرى هيربرت ماركوز في كتابه الانسان ذو البعد الواحد أن وسائل الاعلام و الاتصال تزيف الوعي في المجتمع الصناعي المتقدم و تعاضم خطرها و ذلك بفعل التكنولوجيا حيث تلعب الالة دورا أساسيا و بارزا في هذه المجتمعات و هنا تلعب ثقافة المجتمع التكنولوجي دورا هاما في أحادية التفكير الإنساني من خلال القدرات الكبيرة لتكنولوجيا الاتصال الجماهيري

و) **الفضاء العمومي** : الفضاء العمومي هو مجال للعقل و التفكير الحر و توسيع النقاش بحرية و عقلانية و القائم على الحجج و البراهين دون تدخل أي سلطة فالفضاء العمومي هو مساحة متوسطة بين الدولة و المجتمع غير ان هذا الفضاء حسب يرى هابرماس في المجتمعات الرأسمالية تحول الى صناعة الرأي العام و انتقلنا من الفضاء العام الى صناعة رأي عام مهيمن عليه من قبل رجال السياسة و الاعلام و الاتصال، كما يرى هابرماس ان المناظرات العامة و المشاركات الفردية قد تلاشت بفعل تحكم وسائل الاعلام و أصحاب المال و السياسة.

ز) **وسائل الاعلام كأداة لتكريس الهيمنة** : ركزت النظرية النقدية على مفهوم الهيمنة ، فوسائل الاعلام تعمل على ترسيخ أفكار الطبقة الحاكمة و المهيمنة في المجتمع الرأسمالي من خلال الصناعة الثقافية.³⁰

4. نظريات الاعلام المتعلقة بالنظام السياسي

تعتبر ثنائية القيد والحرية من الركائز الأساسية لفهم النظريات الفكرية والسياسية المتعلقة بالصحافة والإعلام. وقد صاغ فريد س. سيبيرت وزملاؤه هذا الإطار النظري في كتابهم الشهير "Four Theories of the Press"، الذي يحدد العلاقة بين الإعلام والدولة والمجتمع، ويبرز مدى الحرية الممنوحة للصحافة أو القيود المفروضة عليها. وتشمل هذه النظريات الأربع: نظرية السلطة، النظرية الليبرالية، نظرية المسؤولية الاجتماعية، والنظرية السوفيتية الشيوعية، حيث تختلف كل منها في نطاق الحرية الصحفية والأدوار التي يُفترض أن يقوم بها الإعلام في خدمة المجتمع والدولة والأيديولوجيا السائدة.

1.4 نظرية السلطة Authoritarian Theory

ظهرت هذه النظرية في القرن 16 م في بريطانيا و هي تتبع من فلسفة الحكم المطلق (الحق الإلهي) للملك أو الحكومة لأفلاطون و ميكيا فيلي و التي تؤمن بفكرة أن الشعب غير جدير بتحمل المسؤولية أو السلطة فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.³¹ تعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة الحاكمة و ردع أي محاولة للتقليل من هيبتها أو الاخلال بسياساتها من قبل وسائل الاعلام فوسائل الاعلام في نظرها ماهي الا أدوات لتنفيذ سياسة الحكومة التي لها الحق الكامل في اصدار تراخيص انشاء المؤسسات الإعلامية وممارسة الرقابة عليها .

1.1.4 المبادئ الأساسية لنظرية السلطة

أ. يجب على وسائل الإعلام على العمل بما لا يؤدي الى الإقلاق من هيبة السلطة القائمة أو اضطراب النظام.

³¹ نضال فلاح الضلاعين ، مصطفى يوسف كافي ، علي فلاح الضلاعين و اخرون ، (2016) ، نظريات الاتصال و الاعلام الجماهيري ، ط 1 ، عمان الأردن :دار الاعصار ،ص: 216 .

ب. إن الهجوم غير المقبول على السلطة و الانحراف عن السياسة الرسمية يعرض صاحبه للعقوبات .

ج. يجب على وسائل الاعلام أن تتجنب انتهاك القيم و الاخلاق السائدة.

د. يجب على وسائل الاعلام ان تبقى تحت سيطرة الحكومة (وسائل الاعلام ملكية تابعة للسلطة الحاكمة) .

هـ. إن العاملين في المؤسسات الإعلامية ليسوا مستقلين داخل مؤسساتهم.

و. في حال منح تراخيص لإنشاء مجلات خاصة تخضع هذه الأخيرة لرقابة الحكومة.³²

³² كمال الحاج ، (2020)، نظريات الاعلام و الاتصال ، سوريا : منشورات الجامعة السورية الافتراضية ، ص : 180.

2.4 النظرية الليبرالية أو نظرية الحرية "The Libertarian Theory"

ظهرت هذه النظرية في بريطانيا عام 1688 م ثم انتشرت في أوروبا و أمريكا و استمدت مفاهيمها من الفلسفة التنويرية الأوروبية ينطوي مفهوم هذه النظرية على فكرة أن الانسان حر في نشر ما يعتقد أنه صحيحا عبر وسائل الاعلام و ترفض هذه النظرية فكرة الرقابة أو مصادرة الفكرة .

1.2.4 أهداف النظرية

- أ. تحقيق أكبر قدر من الربح المادي من خلال الإشهار و الترفيه و الدعاية .
- ب. مراقبة أنشطة الحكومة و كشف عمليات الفساد و التلاعب من قبل أصحاب النفوذ و القوة في المجتمع .
- ج. حرية امتلاك وسائل الاعلام .
- د. الاشراف على وسائل الإعلام من خلال التصحيح الذاتي للحقيقة من خلال سوق حرة بواسطة المحاكمة .³³

2.2.4 مبادئ النظرية

- أ. يجب ان يكون النشر حرا دون أي رقابة مسبقة .
- ب. يجب أن يكون النشر مفتوحا لكل فرد أو جماعة دون إذن أو ترخيص .
- ج. لا يجب أن يعاقب كل من يتهمج على الحكومة أو المسؤولين السياسيين .
- د. لا يجب الزام الافراد بنشر أي شيء في صحفهم .
- هـ. إن نشر الخطأ يعادل نشر الصواب في مجال الرأي و الاعتقاد.

³³نضال فلاح الضلاعين ، مصطفى يوسف كافي ، علي فلاح الضلاعين و اخرون، نظريات الاتصال و الاعلام الجماهيري، م س ذ ، ص: 217

و. إذا كان جمع المعلومات يتم بطريقة مشروعة يجب رفع كل القيود على ذلك .

ز. لا يجب فرض أي قيود على حرية حركة المعلومات خارج الحدود .

ح. يتمتع الصحفيون داخل مؤسساتهم باستقلالية مهنية .³⁴

3.2.4 نقد النظرية

من أهم الانتقادات التي وجهها نيود و روبيترسون لهذه النظرية :

أ. أصبحت وسائل الاعلام تحت شعار الحرية تعرض الاخلاق العامة و الذوق العام للخطر، و تقحم نفسها في الحياة الخاصة للأفراد دون مبرر ، كما تغلب على مضامينها التفاهة و الاثارة لجذب الجمهور .

ب.تعمل وسائل الاعلام في ظل هذه النظرية على خدمة مصالح و أهداف ملاكها الخواص و أصحاب الاشهار على حساب مصالح المجتمع .

ج. أدت الحرية المطلقة في ظل هذه النظرية الى الفوضى و الإساءة الى المجتمع و تمزيقه.³⁵

³⁴ كمال الحاج ، نظريات الاعلام و الاتصال ، م س ذ ، ص : 181
³⁵ نضال فلاح الضلاعين ، مصطفى يوسف كافي ، علي فلاح الضلاعين و اخرون ، م س ذ ، ص : 217

3.4 نظرية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility Theory

ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية بعد الحرب العالمية الثانية في الولايات المتحدة الأمريكية كرد فعل على الانتقادات الكثيرة التي طالت النظرية الليبرالية خاصة سوء استخدام الحرية ، و تتمحور الفكرة الرئيسة لهذه النظرية على ممارسة الاعلام بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية و هذا باتباع جملة من القواعد و القوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على أداب المهنة .

1.3.4 أهم افتراضات النظرية

أ. الحرية حق وواجب و مسؤولية في الوقت ذاته لذا يجب على وسائل الاعلام قبول القيام بجملة من الالتزامات تجاه المجتمع .

ب. تتمثل هذه الالتزامات في احترام المعايير المهنية للإعلام مثل الصدق و الموضوعية و التوازن و الدقة .

ج. يجب على وسائل الاعلام في حال قبولها بهذه المعايير أن تنظم أمورها ذاتياً في إطار القانون و المؤسسات القائمة .

د. يجب على وسائل الاعلام احترام الافراد وحياتهم الشخصية .³⁶

هـ. ينبغي على وسائل الاعلام تجنب الخوض في المواضيع التي تزيد من انتشار العنف و الجريمة و العنصرية .

و. يجب على وسائل الاعلام ان تعكس تعددية الآراء و الأفكار في المجتمع.

ز. يحق للأفراد و المجتمع التدخل في عمل وسائل الاعلام في حال اخلالها بالتزاماتها .

ح. يجب على الصحفيون العاملون في وسائل الاعلام التحلي بالمسؤولية امام المجتمع.³⁷

4.4 النظرية السوفييتية (الاشتراكية) .

ظهرت هذه النظرية في المجتمعات الاشتراكية على يد الروسي ماركس انجلوس الذي وضع افكارها الأساسية و التي بدورها تم تطبيقها من خلال القواعد التي وضعا كل من لينين و استالين ، وتدور فكرة هذه النظرية أن القوة العاملة (الحزب الشيوعي) في أي مجتمع اشتراكي هي من تملك القوة و تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري بما في ذلك وسائل الاعلام باعتبار ان المجتمعات الاشتراكية هي مجتمعات لا تطبيقية أي لاوجود لصراع الطبقات ولا مصالح متعارضة .

1.4.4 مبادئ النظرية

حدد لينين اختصاصات الصحافة و أهدافها في النقاط التالية :

- أ. تعمل وسائل الاعلام على زيادة نجاح و استمرارية النظام الاشتراكي.
- ب. يحق لأعضاء الحزب الشيوعي استخدام وسائل و قنوات الاتصال أكثر من الافراد العاديين .
- ج. تخضع وسائل الاعلام لرقابة صارمة .
- د. يجب أن تقدم وسائل الاعلام روية كاملة للعالم و المجتمع طبقا لمبادئ الشيوعية .
- هـ. يحق للحزب الشيوعي امتلاك و استخدام وسائل الاعلام لخدمة الشيوعية و الاشتراكية.³⁸

³⁷ كمال الحاج ، نظريات الاعلام و الاتصال ، م س ذ ، ص : 182.
³⁸ نضال فلاح الضلاعين ، مصطفى يوسف كافي ، علي فلاح الضلاعين و اخرون ، م س ذ ، ص : 219

5. نظريات الاعلام و الاتصال و بناء الواقع الاجتماعي

تتمحور اهم نظريات الاعلام المرتبطة ببناء الواقع الاجتماعي فيما يلي :

- نظرية الدلالة اللغوية و بناء الواقع الاجتماعي
- نظرية النسبية الثقافية في بناء المعنى
- نظرية التفاعلات الرمزية
- نظرية التوقعات الاجتماعية
- الصور التي تعرضها وسائل الاعلام كمصادر للتوقعات الاجتماعية
- نظرية الخطة التصويرية لمعاني الواقع
- دراسة الواقع المدرك من وسائل الاعلام .

1.5 نظرية بناء الواقع الاجتماعي Social Construction of Reality Theory

تعد نظرية بناء الواقع الاجتماعي من النظريات المركزية في فهم كيفية تشكّل المعرفة الإنسانية والواقع الاجتماعي. وفق هذه النظرية، لا يُنظر إلى الواقع على أنه ثابت وموضوعي بشكل مطلق، بل يُبنى من خلال التفاعلات الاجتماعية والاتفاقات المشتركة بين الأفراد والثقافات، وتلعب اللغة والرموز دورًا أساسيًا في تشكيل هذا الواقع.

1.1.5 أهم أفكار النظرية

يمكن تلخيص أهم الأفكار التي طرحتها هذه النظرية كما يلي :

(أ) العالم الخارجي الذي يحيط بنا يتشكل من مجموعة من المعاني المشتركة التي اتفقنا عليها مع الآخرين.

(ب) المعرفة الإنسانية تعتمد على فكرة المفاهيم .³⁹

(ج) المفهوم هو مجموعة من الصفات ذات المعنى لبعض جوانب الواقع التي يمكن التعرف عليها عن طريق اسم أو رمز .

(د) الأيماءات غير المنطوقة تستخدم غالباً مثل الكلمات وتلعب دوراً هاماً في عملية الاتصال .⁴⁰

2.1.5 العلاقة بين الواقع و المعرفة و السلوك و النظام الاجتماعي

يلخص ديفلير روكيتش (1993) العلاقة بين الواقع الاجتماعي و المعرفة و السلوك على النحو التالي :

³⁹ يرى افلاطون ان المعرفة الإنسانية تنمو من خلال العوالم أو الأفكار العامة حول الصفات الرئيسية لكل مجموعة من الأشياء (سواء كانت مادية أو تجريدية) التي يفكر فيها الانسان و اطلق عليها تسمية الاشكال ، كما يرى افلاطون أن هذه الاشكال هي التي تشكل الواقع .
⁴⁰ نضال فلاح الضلاعين ، مصطفى يوسف كافي ، علي فلاح الضلاعين و اخرون ، م س د ، ص : 205 .

- نحن نعيش في الواقع و الذي يتضمن عالم موضوعي طبيعي و عالم خارق للطبيعة و هو العالم الذي لم يتفق عليه العلماء .
- يكون الافراد صورا ذهنية للواقع الاجتماعي عن طريق الاتصال الشخصي أو وسائل الاعلام .
- يفسر كل فرد الواقع الاجتماعي بطريقة داخلية ذاتية تتحكم فيها الصفات الشخصية و الاجتماعية.
- تحدد التفسيرات الذاتية السلوك الشخصي للفرد.
- يتحكم النظام الاجتماعي في نماذج السلوك الشخصي من خلال القيم و المعايير الاجتماعية .⁴¹

3.1.5 نظرية الدلالة اللغوية وبناء الواقع الاجتماعي The Theory of Linguistic Signification and the Social Construction of Reality

في بداية القرن التاسع عشر، أصبح من الواضح أن هناك علاقة وثيقة بين تركيب اللغة و بين طريقة استخدام الناس لهذه اللغة لإثارة المعاني في داخلهم ، و بدا من الضروري في ذلك الوقت اجراء دراسات متخصصة لمختلف اللغات الحية حتى يمكن فهم المبادئ العامة لكيفية نقل المعنى عن طريق الأصوات و الكلمات ، و منذ ذلك الحين بدأ الاهتمام بدراسة علم اللغات و بجذور اللغات المعاصرة في العالم وصفاتها و كيفية تنظيمها و نماذج التغيير فيها .

⁴¹حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، (1998) ،الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط1 ، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ص ص :

و يتألف علم اللغات اليوم أساسا من ثلاثة ميادين أولها علم دراسة الأصوات التي تستخدم لتركيب الكلمات ، و الثاني يهتم بأساليب تركيب الجمل لنقل معان أكثر مما تحمله معاني كل كلمة بمفردها ، و الثالث ميدان تطور الدلالات و المعاني .

و يدرس علم تطور المعاني العلاقة الموجودة بين الكلمات والرموز الأخرى و ما تشير اليه من معان ، أي مختلف نواحي الواقع التي تحل محلها هذه الكلمات و المعاني التي تثيرها إذا اتبع المتحدث الوسائل المتفق عليها لنقل هذه المعاني في البيئة الاجتماعية .

وقد عرف هذا الميدان الأخير تطور من قبل الباحثين المصلحين الذين حاولوا دراسة و الحد من انتشار ظاهرة اثاره المعاني الخاطئة عند الآخرين بواسطة الوسائل الإعلامية و الاتصالية الدعائية .⁴²

2.5 نظرية النسبية الثقافية في بناء المعنى The Theory of Cultural Relativism in Meaning Construction

يعد ادوارد سابير احد العلماء الرواد في دراسة اللغة و الثقافة ، فقد أجرى أبحاثا هامة خاصة دراسة عام 1920 و التي أكدت نظرية النسبية الثقافية أي اختلاف لغات الجماعات عن بعضها البعض كما اكدت على أن اختلاف فهم الجماعة للعوامل المادية و الاجتماعية المحيطة بهم يعود لاختلاف لغاتهم ، فالشعوب و الجماعات التي تستخدم لغات مختلفة تشعر بواقع اجتماعي مختلف .⁴³

يمكن تلخيص نظرية سابير عن النسبية الثقافية في مقولته التالية :

إن اللغة هي دليل للواقع الاجتماعي ، فالبشر لا يعيشون في عالم موضوعي فقط و لا في عالم النشاط الاجتماعي كما هو مفهوم عادة ، و لكنهم يوجدون تحت رحمة اللغة الخاصة بهم و التي أصبحت الوسيط للتعبير عن مجتمعهم ، ومن الوهم تصور الانسان

⁴² حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، م س ذ ، ص ص : 149-150
⁴³ المرجع السابق ، ص ص : 150-151

يتكيف مع الواقع بدون استخدام اللغة ، أو أن اللغة هي مجرد وسيلة عرضية لحل مشكلات معينة تتعلق بالاتصال و التفكير ، و حقيقة الامر أن "العالم الحقيقي" هو الى حد كبير مبني بطريقة لاشعورية على أساس عادات الجماعة في استخدام اللغة ، و لا توجد أبدا لغتان متشابهتان بدرجة تكفي لاعتبارهما يمثلان نفس الواقع الاجتماعي .⁴⁴

3.5 نظرية التفاعلية الرمزية Symbolic Interactionism Theory

تركز فكرة تبادل التفاعل الرمزي كأساس للتفسير الفردي للعالم الموضوعي حول طريقة اكتساب الناس و افراد المجتمع على معاني مشتركة للأشياء و قواعد الحياة الاجتماعية و ذلك عن طريق التفاعل بواسطة اللغة .

و يرى عالم النفس الاجتماعي تشارلز هورتون كولي ان الناس ينسبون الى بعضهم البعض من خلال الانطباعات (الأفكار الشخصية ⁴⁵) التي يخلقها كل فرد منهم لدى الآخرين خلال التفاعل فيما بينهم . في حين يرى جورج هربرت ميد أن المقدرة على الاتصال بالآخرين تعتبر مفتاحا لأفكار الفرد ، كما انه لا ينفي مقدرة الفرد على بناء مفاهيم عن نفسه بالطريقة التي اقترحها تشارلز كولي الا انه أكد كذلك على مقدرة الانسان على تعلم كيفية توقع تصرفات الآخرين و ما سوف يعتبرونه سلوكا مقبولا، فحسب ميد لكي ينتسب الانسان الى أفراد جماعة ما يجب عليه أن يلعب جميع أدوارهم لكي يستطيع التنبؤ بتصرفاتهم في حال قيامنا بأدوار معينة .

1.3.5 أفكار نظرية التفاعلية الرمزية

- النظر الى المجتمع باعتباره نظاما للمعاني
- تعد الحقائق النفسية و الاجتماعية بناءا مميزا من المعاني

44 ملفين ديفلير و ساندرا بول روكيتش ، (1993) ، نظريات وسائل الاعلام ، تر كمال عبد الرؤف ، مصر : الدار الدولية ، ص : 350.

45 الفكرة الشخصية هي عملية بناء المعنى و وضع مجموعة من الصفات على كل معارفنا كتفسير لشخصياتهم الواقعية.

- ان الروابط التي توحد الناس و الأفكار التي لديهم عن الآخرين تعد ابنية شخصية من المعاني الناشئة عن طريق التفاعل الرمزي .
- ان السلوك الفردي في موقف ما مرتبط بالمعاني و المضامين التي تربط الناس بهذا الموقف.⁴⁶

2.3.5 اسقاطات النظرية على البحوث الاتصالية

من الواضح أن وسائل الاتصال الجماهيرية تمارس دورا مهما في المجتمعات الحديثة فهي تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة و الصورة و الحركة و اللون و تضفي على من يتلقون الرسالة الإعلامية صبغة ذاتية . و يبني الافراد معاني مشتركة للواقع المادي و الاجتماعي من خلال ما يقرؤونه أو يسمعون أو يشاهدونه و من ثم فإن سلوكهم الشخصي و الاجتماعي يمكن أن يتحدد جزئيا من خلال التفسيرات التي تقدمها وسائل الاعلام للأحداث الاجتماعية و القضايا التي لا توجد مصادر معلومات بديلة عنها ، و يعد هذا أحد اعقد النماذج المستخدمة في البحوث الاتصالية و هو ضروري لفهم التأثيرات غير المباشرة و بعيدة المدى لوسائل الاعلام سواء كان ذلك على مستوى الافراد أو الجماعات .⁴⁷

4.5 نظرية التوقعات الاجتماعية "Social Expectations Theory"

مفهوم نظرية التوقعات الاجتماعية : تعني تلك التصورات التي تكون لدى الناس عن بعضهم البعض و تمثل الحقائق الراسخة في المجتمع .

1.4.5 افتراضات النظرية

يمكن تلخيص اهم افتراضات هذه النظرية فيما يلي :

✓ أن التنظيم الاجتماعي داخل الجماعات يتراوح ما بين البسيط نسبيا الى المعقد.

⁴⁶حسن عماد مكايي ، ليلي حسين السيد ، م س ذ ، ص ص : 151-154
⁴⁷ديفلير و روكيتش ، م س ذ ، ص ص : 73-74

- ✓ يزداد التنظيم الاجتماعي تعقيدا كلما ازداد حجم أعضاء المجتمع .
- ✓ التوقعات الثابتة التي يتسم بها التنظيم الاجتماعي يمكن أن يكون لها تأثير قوي على سلوك الافراد الخاضعين للنظام .
- ✓ يتكون التنظيم الاجتماعي من عناصر أساسية تتمثل في : المعايير و الأدوار ، الرتبة ، العقوبات .

2.4.5 الصور التي تعرضها وسائل الاعلام كمصادر للتوقعات الاجتماعية

- ✓ أن نماذج التنظيم الاجتماعي الشاملة لجميع العناصر تتعلق بجماعات معينة و يتم غالبا تصويرها في المضمون الإعلامي .
- ✓ قد يكون التصوير الإعلامي لنماذج التنظيم الاجتماعي حقيقيا أو مشوها .
- ✓ تكون هذه الصور عند الجماهير مجموعة التوقعات الاجتماعية و التي تحدد نماذج السلوك .
- ✓ تعتبر هذه التوقعات الاجتماعية جزءا مهما من فهم الناس المسبق للسلوك .
- ✓ تعتبر هذه النماذج الإعلامية جزءا مهما من معلومات الجماهير عن النظام الاجتماعي السائد .

- ✓ تفيد التوقعات الاجتماعية الافراد في كيفية التعامل مع الآخرين و العكس .
- من خلال ما سبق نستنتج أن وسائل الاعلام في ظل هذه النظرية تقوم بنقل المعلومات المتعلقة بقواعد السلوك الاجتماعي و بالتالي فهي تؤثر بشكل واضح في السلوك العلني لأفراد الجماعة .⁴⁸

5.5 نظرية الخطة التصورية لمعاني الواقع Conceptual Scheme Theory of Reality Meanings

تعني نظرية الخطة التصورية لمعاني الواقع أن الانسان من خلال حواسه يقوم بتنظيم ذاتي للمعاني و الاحداث و المواقف التي يشعر بها ، و أن بناء الانسان للخطة التصورية (عملية التنظيم الذاتي للمعاني) هي عملية مكتسبة اجتماعيا أي يتعلما الفرد من خلال مجتمعه الذي له قواعد معينة لبناء المعاني . كما تركز هذه النظرية على فكرة اختلاف الافراد من حيث بنائهم للخطط و أن هذا التنوع في الخطط هو الذي يشرح سبب اختلاف الناس في تكوين معاني المضامين الاتصالية .

6.5 دراسة الواقع المدرك من وسائل الاعلام The Study of Media-Perceived Reality

ينظر الناس الى وسائل الاعلام باعتبارها أدوات لمعرفة و مراقبة المحيط العام و البيئة و الواقع الاجتماعي . فالواقع المدرك من خلال وسائل الاعلام حسب هذه النظرية يتكون من ثلاث متغيرات :

✓ النافذة السحرية : إذ تعتبر وسائل الاعلام نافذة سحرية يطل عليها الجمهور على واقعه الاجتماعي و هذا من خلال البرامج الدرامية التمثيلية أو البرامج الإخبارية الواقعية .

✓ المنفعة: كيف يمكن تطبيق و الانتفاع من محتوى الوسائل الإعلامية في الحياة الخاصة للجماهير و هو ما يطلق عليه أحيانا التوقعات الاجتماعية.

✓ التوحد: و تعني درجة اقتراب الشخصيات التي تروجه لها وسائل الاعلام من نفسية و شخصيات الجماهير و كيفية تأثير هذه الشخصيات المشهورة على الحياة

الخاصة للأفراد من خلال محاكاة الشخصية المشهورة و لعب دورها في الحياة
الواقعية أي التفاعل الشبه الاجتماعي .⁴⁹

6 النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال Theories Related to the Communicator

أضحت المؤسسات الإعلامية و الاتصالية مؤسسات اقتصادية ضخمة تتنافس فيها المصالح و مراكز النفوذ و السلطة فهي نظم معقدة للسلطة المالية و السياسية و الأمنية و اليها يعود اتخاذ القرارات الإعلامية المهمة ، و نظرا لأهمية هذه القرارات بالنسبة للجماهير ، وجب الاهتمام بطبيعة القرارات التي يتم اتخاذها من قبل القائمين بالاتصال و بالمتغيرات التي تؤثر على عملية اختيار المواد الإعلامية و على القائمين بالاتصال .⁵⁰

1.6 نظرية حارس البوابة Gatekeeping Theory

تعد نظرية حارس البوابة من النظريات الأساسية في دراسة الإعلام والاتصال، حيث تركز على دور القائم بالاتصال في التحكم بتدفق المعلومات التي تصل إلى الجمهور .وفق هذه النظرية، لا تُنقل كل الأخبار والمعلومات المتاحة بشكل مباشر، بل يخضع المحتوى لعملية اختيار وتصفية من قبل الأفراد أو الهيئات المسؤولة عن الإعلام، والمعروفين بـ "حراس البوابة".

تلعب هذه العملية دورًا حاسمًا في تشكيل الواقع الإعلامي وإدراك الجمهور للأحداث والقضايا، إذ تحدد ما يُعرض وما يُحجب، بناءً على معايير مهنية، ثقافية، أو سياسية. كما تؤكد النظرية على أن هذه العملية لم تعد محصورة في المؤسسات التقليدية، بل أصبح الجمهور أيضًا جزءًا منها في عصر الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي، من خلال المشاركة، وإعادة النشر، والتفاعل مع المحتوى.

1.1.6 التعريف

هي طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف ، حيث توجد نقاط ، بوابات يتم فيها اتخاذ القرارات بما يدخل و ما يخرج ، و كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار لتظهر في الوسيلة الإعلامية ، تزداد المواقع التي يقرر فيها الفرد أو عدة أفراد عما إذا كانت الرسالة ستنقل أم لا.

2.1.6 النشأة و التطور

تعتبر دراسة روستن التي ظهرت عام 1937 م في الولايات المتحدة الأمريكية بعنوان " مراسلي واشنطن" أول دراسة تناولت بالتفصيل عنصر القائمين بالاتصال وبالتحديد سيكولوجية المراسل الصحفي ، ثم تلتها بعد ذلك دراسة مجلة الصحافة الأمريكية عام 1941 م حول العاملين في مجلة ملواكي ، الا أن دراسة الباحث الأمريكي ديفيد مانج " حارس البوابة و انتقاء الاخبار" هي من أعطت الدفع القوي للبحث في هذا المجال بالإضافة الى دراسة باحث علم النفس النمساوي كرت لوين التي تعتبر من أفضل و أشهر الدراسات المنهجية في مجال حراسة البوابة و إليه تنسب نظرية حارس البوابة .⁵¹

3.1.6 أهم أفكار نظرية حارس البوابة

رأى لوين أن المعلومات تمر بمراحل مختلفة حتى تظهر على صفحات الجريدة أو المجلة أو في وسائل الاعلام الالكترونية ، و قد سمى لوين هذه المراحل بوابات و قال أن هذه البوابات تقوم بتنظيم كمية أو قدر المعلومات التي ستمر من خلالها ، كما أشار لوين أن فهم وظيفة البوابة يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة .

بمعنى آخر أن هناك مجموعة من حراس البوابة يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات ، و يتمتع أولئك بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلقوها أمام أي رسالة تأتي اليهم ، كما أن من حقهم إجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر .⁵²

4.1.6 مفهوم حارس البوابة Gate Keeper

استعمل هذا المفهوم لأول مرة من قبل صاحب نظرية حارس البوابة ليوين كيرت، و حراس البوابة هم أشخاص أو جماعات من الأشخاص الذين يتحكمون في سير المواد الإخبارية في قناة الاتصال .

كما يعرف حراس البوابة بأنهم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء و هم كذلك مصادر الانباء الذين يزودون الصحفيون بالأنباء و هم أفراد الجمهور الذين يؤثرون على إدراك و اهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية ، كل أولئك حراس بوابة في نقطة ما أو مرحلة من المراحل التي تقطعها الانباء .

5.1.6 المعايير التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية

حسب لوين كيرت لا يمكن فهم طبيعة البوابة الإعلامية دون فهم طبيعة المعايير و المؤثرات التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة و يمكن تحديد هذه المعايير في :

- معايير المجتمع و قيمه و عاداته: يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه و مبادئه على القائمين بالاتصال ، فقد يضحى القائم بالاتصال أو وسائل الاعلام أحيانا ، بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع و تقاليده .
- معايير ذاتية (عوامل التنشئة الاجتماعية و التعليم و الاتجاهات و الميول) :
- لسمات الشخصية للقائم بالاتصال و خصائصه دور هاما في طريقة التفكير و

اتخاذ القرارات مثل العمر و الجنس ، الدخل ، الطبقة الاجتماعية ، التعليم ، و الانتماءات الفكرية و العقائدية .

• معايير مهنية : يواجه حارس البوابة الإعلامية يوميا جملة من الضغوط المهنية سواءا كانت داخلية مثل طبيعة ملكية الوسيلة أو خارجية كالتنافس الشديد بين المؤسسات و هو ما يؤثر في طريقة عمله و اتخاذه للقرارات الإعلامية و يمكن تحديد المعايير المهنية لحارس البوابة في :

أولا السياسة الإعلامية للمؤسسة : لكل مؤسسة إعلامية سياستها الخاصة و التي تظهر اثناء اهمال بعض القصص⁵³ و الاخبار أو تحريف قصص معينة ، و يتعلم الصحفيون السياسة الإعلامية لمؤسساتهم عن طريق الاستيعاب التدريجي بدون تعليمات مباشرة و هناك أسباب كثيرة تجعل الصحفي يخضع لسياسة مؤسسته الإعلامية منها الخوف من العقاب و فقدان منصب عمله ، التطلع لتحقيق أرباح مالية عن طريق الوسيلة ، عدم توفر تكتلات معارضة لسياسة المؤسسة.

ثانيا مصادره الخبر : هناك مقولة علمية في الدراسات الإعلامية مفادها إمكانية استغناء القائم بالاتصال على جمهوره و صعوبة استغنائه عن مصادر مادته الإعلامية و هو ما يؤكد تأثير و سيطرة المصادر على القائم بالاتصال و يتمثل هذا التأثير في :

(أ) تركيز وكالة الانباء على أخبار معينة بطرق عديدة.

(ب) اصدار وكالة الانباء سجلات يومية بالأحداث المتوقع حدوثها.

(ج) تقليد الصحف الصغرى لمضامين الصحف الكبرى .

⁵³تجاهلت أغلبية القنوات الإعلامية الغربية و حتي العربية حادثة إشعال الطيار الأمريكي آرون بوشنل النار في نفسه يوم 25 فيفري 2024 أمام سفارة الكيان الصهيوني تنديدا بحرب الإبادة على غزة .

- علاقات العمل وضغوطه :يجتمع القائم بالاتصال مع زملاؤه الصحفيين في علاقات تفاعل مما يخلق جماعة أولية تتوحد فيها المعايير المهنية للتنافس و كسب الثقة .
- معايير الجمهور : يرى الباحثان شولمان و إثيل أن هناك علاقة تأثير تبادلية بين الجمهور و القائم بالاتصال ، حيث تؤثر حاجيات و رغبات الجمهور في طريقة استخدام الوسيلة الإعلامية و تقبل أو رفض مضامينها ، لذا وجب على القائم بالاتصال الاهتمام بتوقعات الجمهور و رغباته و حاجياته أثناء إعدادة للرسالة الإعلامية .⁵⁴

6.1.6 نموذج حراسة البوابة الإعلامية

في عام 1943 قام لوين في مقالته العلمية بتحديد أجزاء عملية حراسة البوابات الإعلامية على النحو التالي :

- تتحرك المعلومات خطوة بخطوة عبر القنوات ، و يتباين عدد القنوات و مقدار الوقت في كل قناة .
- يجب ان تمر المعلومات عبر بوابات لتنتقل للقنوات التالية .
- تتحكم القوى في القنوات فقد تكون هناك قوى نفسية معارضة تسبب الصراع الذي يخلق مقاومة للحركة عبر القناة .
- قد تكون هناك عدة قوى تؤدي في النهاية الى نتيجة واحدة .
- قد تتحكم عوامل مختلفة في القنوات و تكون بمثابة حراس في أوقات مختلفة.⁵⁵

⁵⁴ عبد الرزاق الدليمي ، نظريات الاتصال في القرن الحادي و العشرين ، م س د ، ص ص : 144-145

⁵⁵ المرجع السابق ، ص : 148.

7. نظريات الاعلام التأثيرية Theories of Media Effects

لقد أظهرت التفسيرات الأولية التي بلورت التفكير حول أثار وسائل الاعلام ، في عشرينات القرن العشرين ،حيث كانت وسائل الاعلام في السنوات العشر الأولى من القرن الماضي في بداية مرحلتها الطفولية مثل الإذاعة و السينما و كانت الجماهير متخوفة من تلك الاشكال الجديدة للاتصال .و على الرغم من أن هذه التفسيرات قد عفا عليها الزمن الان، إلا أنها مهمة من الناحية التاريخية لأنها تساعد في فهم النظريات الأولية لوسائل الاتصال الجماهيرية .

إن الدراسات الأولى لوسائل الاتصال بنيت على فرضية التأثير المباشر و القوي لوسائل الاعلام على الافراد و المجتمع فبمجرد عرض وسائل الاعلام لمضامين العنف و الجريمة يزداد السلوك الاجرامي في المجتمع خاصة بين الجمهور غير المحصن . و قد عرفت هذه الدراسات بعدة تسميات منها الحقنة تحت الجلد التي جاءت في كتابات ديفيد بيلو لأنه شبه تأثير مضامين وسائل الاعلام بتأثير الحقنة التي يسري محلولها في جميع أعضاء الجسم عن طريق الاوردة و كذلك وسائل الاعلام فإن تأثيرها مباشر و قوي و يشمل جميع أفراد المجتمع و بنفس القدر . و نظرية الطلقة في كتابات ولبرشرام و تسمى كذلك بالقذيفة السحرية أو المثير و الاستجابة في كتابات ميلفين ديفلير و الاثار الموحدة في كتابات جون .

1.7 نظرية التأثير القوي(الحقنة تحت الجلد ، الأثار الموحدة)

1.1.7 نشأة نظرية الحقنة تحت الجلد Magic Bullet -Hypodermic Needle Theory

ظهرت هذه النظرية على يد الباحث الأمريكي هارولد لاسويل في كتابه تقنيات الدعاية خلال الحرب العالمية الأولى ، و يرى لاسويل أن وسائل الاتصال قد غدت أدوات ضرورية في إدارة الرأي العام من طرف الحكومات سواء في الدول الحلفاء أو الدول المناوئة ،

وقد عرفت وسائل الاتصال خلال الحرب العالمية الأولى قفزات واسعة بدءاً من الهاتف و
السينما وصولاً إلى الإذاعة ، و اعتبر لاسويل ، أن الدعاية تتناغم مع الديمقراطية لأن
الدعاية هي الوسيلة الوحيدة القادرة على خلق الانتماء و الولاء لدى الجماهير إضافة إلى
كونها أكثر اقتصادية من الحرب العسكرية و الفساد ، و أن الدعاية أداة بسيطة ليست أقل
و لا أكثر إسفافاً من أخلاقياً من مضخة الماء حيث يمكن توظيفها في خدمة أهداف
مشروعة و غير مشروعة ، وقد كرست هذه الرؤية الاستخدامية القوة الهائلة لوسائل
الاعلام ، معتبرة إياها أدوات "لتدوير و توزيع الرموز المؤثرة" و قد نتج عن ذلك أن
الحس الشعبي الذي ساد بعد الحرب ، اعتبر أن هزيمة الجيوش الألمانية تعود ، في جزء
كبير منها ، إلى العمل الدعائي للحلفاء ، فقد تم تشييء الجمهور ، ضمن هذه الرؤية ،
إذ أنه يخضع ، من دون وعي لثنائية المثير و الاستجابة ، فوسائل الاعلام يفترض ان
تعمل حسب مبدأ "الإبرة المخدرة" ، و هو المصطلح الذي أطلقه هارولد لاسويل للإشارة
إلى التأثيرات للتأثيرات المباشرة و الجماعية لوسائل الاعلام على الجمهور المشتت.⁵⁶

و مما عزز هذه النظرية ما خلفه البرنامج الأمريكي الإذاعي الذي قدمه أورسون ويلز
بعنوان "غزو من المريخ" عام 1938 م و هي قصة مستوحاة من رواية الخيال العلمي "
حرب العوالم" للكاتب ويلز و سميت الظاهرة بنموذج الإبرة الهيدروجية . و قد كان لهذا
البرنامج الخيالي تأثير كبير على المستمع الأمريكي إذ أصيب أكثر من مليون مستمع
بالرعب و الخوف ، و هو ما دفع بمجموعة من علماء الاجتماع من جامعة برنستون
إلى دراسة ظاهرة الفزع التي سيطرت على الأمريكيين .

⁵⁶ أرمان و ميشال ماتلار ، تاريخ نظرية الاتصال ط 3 ، ترجمة نصر الدين العياضي ، الصادق رابح ، بيروت: المنظمة العربية للترجمة ،
ص ص : 46-47

لقد أعطت هذه النظرية لوسائل الاتصال الجماهيري قوة تأثير كبيرة يمكن أن تصل الى حد قتل الوعي و التفكير لذلك اطلق عليها نظرية الطلقة النارية لان وسائل الاعلام اشبه بالرصاصة القوية التي لا تخطأ الهدف .

كما تنظر هذه النظرية الى جمهور وسائل الاعلام على انه جمهور سلبي يمكن التأثير فيه بمجرد تلقيها لمضامين وسائل الاعلام .

2.1.7 منطلقات النظرية

كان للفكر الاجتماعي و النفسي السائد آنذاك في البلدان الغربية دور مهم في بلورة نظرية الحقنة تحت الجلد او ما يعرف بنظرية الاثار الموحدة .

الدراسات الاجتماعية و نظرية المجتمع الجماهيري *Mass society*

ظهرت ملامح المجتمع الجماهيري في المجتمعات الصناعية في بداية القرن العشرين ، حيث تحولت المجتمعات التقليدية المستقرة و المترابطة الى مجتمعات جماهيرية تتميز بتعقيد اكثر ينعزل فيها الافراد اجتماعيا عن بعضهم البعض ، كما يزداد فيها حجم التمايز و الفردية ، و تنخفض سيطرة الوسائل غير الرسمية في السيطرة على الافراد في حين تزداد العلاقات الجزئية و الاجتماعية التعاقدية بالإضافة الى تزايد العزلة النفسية للفرد.

و للمجتمع الجماهيري سمات رئيسية توضح العلاقة القائمة بين الفرد و النظام الاجتماعي المتعلق به و منها :

- يتسم الافراد في المجتمع الجماهيري بالعزلة النفسية عن الآخرين .
- يسود انعدام المشاعر عند التفاعل مع الآخرين .
- يتحرر الافراد نسبيا من الالتزامات الاجتماعية⁵⁷

المجتمع الجماهيري و نظرية الاثار الموحدة

حسب نظرية الاثار الموحدة جماهير وسائل الاعلام هم عبارة عن كائنات سلبية يمكن التأثير عليهم تأثيرا مباشرا بواسطة وسائل الاعلام فالجماهير مجرد ذرات منفصلة من كتلة من ملايين القراء و المستمعين و المشاهدين⁵⁸. فالغليان الاجتماعي المصاحب للتصنيع أضعف كثيرا حصانة الناس ، و لهذا كان من السهل استمالتهم و تزويدهم بخبرات جديدة و التأثير عليهم بواسطة وسائل الاعلام ، و السبب في هذا التأثير هو أن عملية التصنيع عطلت وظائف الجماعات القديمة الأكثر استقرارا و التي توفر للناس الإحساس بالولاء و الانتماء ، لكن هذه العملية فشلت في إيجاد بديل وظيفي لتلك الجهات .⁵⁹ فالوحدة و الضياع و القلق الذي يشعر به الرد في المجتمعات الصناعية الجماهيرية جعلته يلجأ الى وسائل الاعلام كبديل للجماعات و الأهل و العشيرة التي كان يشعر في اطارها بالأمان و الاطمئنان و كأدوات تعاونه على التخلص من المشاعر المستمرة من التوتر و القلق .⁶⁰

لهذا فإن وسائل الاعلام حسب بعض الباحثين تحولت في العصر الحديث كمسكن أو مخدر للجماهير ، و حلت محل العلاقات الشخصية .⁶¹

الدراسات السلوكية و النفسية

تناغمت نظرية الاثار الموحدة مع النظريات النفسية التي كانت رائجة آنذاك منها :

نظرية "علم نفس الحشود" لعالم النفس الفرنسي غوستاف لو بون Le Bon في كتابه سيكولوجية الجماهير 1895م و الفكرة الأساسية لهذا الكتاب هي أن الافراد عندما يتجمعون في جماهير يصبحون مختلفين تماما في سلوكهم عما يكونون عليه كأفراد،

⁵⁸ جيهان أحمد رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، م س ذ ، ص : 554

⁵⁹ بسام عبد الرحمان مشاقبة ، م س ذ ، ص : 176

⁶⁰ جيهان أحمد رشتي ، م س ذ ، ص : 218

⁶¹ المرجع السابق ، ص : 56-57

فالأفراد في الجماهير يندمجون في هوية جماعية تسمى "الروح الجماعية" حيث تعزز هذه الروح الجماعية الحماسة والعاطفة وتمكن الأفراد من القيام بأدوار لا يمكن القيام بها بشكل فردي ، كما يعتقد لو بون أن سلوك الجماهير لا يمكن توقعه و غالبية ما تكون عاطفية تتأثر بالإيحاء و الرموز .

النظرية السلوكية (مثير-استجابة)

ظهرت هذه النظرية عام 1912 في الولايات المتحدة الامريكية على يد جون واتسون و الروسي ايفان بافلوف و حسب هذه النظرية السلوك هو استجابة لمثير طبيعي او اجتماعي و المثير هو عامل داخلي أو خارجي يثير نشاط الكائن الحي أو أحد أعضائه و يغيره . و انطلاقا من هذه النظرية فإن الاستجابة الفورية و المباشرة لوسائل الاعلام هي نتيجة لتعرض الجماهير للمثيرات (الرسائل الإعلامية) ، فالجماهير عبارة عن ذرات منفصلة من عدد غير محدود من الجماهير المهيأة لاستقبال الرسائل ، و تمثل كل رسالة منبها قويا و مباشرا يدفع للمتلقي للاستجابة بالشكل الذي يحقق هدف القائم بالاتصال .

➤ النظرية الفردية (التحليل النفسي)

ترى هذه النظرية أن سلوكيات الفرد تتبع من العقل الباطني أو اللاشعور، و أن الرسالة الإعلامية تتوجه مباشرة في لاشعور الفرد(مثل الاحلام) و تخزن هناك و يتم استحضارها فيما بعد لتحديد سلوكيات الفرد .

3.1.7 تعريف نظرية الحقنة تحت الجلد

➤ حسب هارولد لاسويل وسائل الاعلام لها قوة كبيرة في التأثير على ادراك الافراد و تدفعهم الى اتخاذ سلوك معين دون مقاومة أو التفكير في محتوى الرسالة .

➤ جاءت نظرية الحقنة تحت الجلد للإجابة على تساؤل :ماذا تفعل وسائل الاعلام بالجمهور أو كيف تؤثر وسائل الاعلام على الجماهير ، فحسب هذه النظرية يتمتع القائم بالاتصال

بقوة كبيرة جدا في التأثير على وعي الجمهور و قد لعبت الدعاية خلال الحرب العالمية الأولى دورا كبيرا في تأكيد هذه المقولة نظرا لتأثيرها القوي على الجماهير خاصة في دول الحلفاء .

4.1.7 افتراضات النظرية

تقوم هذه النظرية على افتراضين أساسيين هما :

- أن الناس يستقبلون الرسائل الاتصالية بشكل مباشر و ليس من خلال وسائل أخرى .
- أن رد فعل الافراد حيال رسائل الاتصال الجماهيري يكون بشكل منفرد و لا يتأثر بالوسط الاجتماعي .⁶²

5.1.7 أفكار النظرية

- المرسل هو المسيطر على العملية الاتصالية وأما الجمهور فهو ضعيف جدا و مطيع و مستسلم .
- تقدم وسائل الاعلام رسائلها للأفراد في المجتمع الجماهيري بشكل مشابه .
- هذه المنبهات الإعلامية تخلق سلوكيات متقاربة .
- ترجع التأثيرات المباشرة و القوية و المتشابهة لوسائل الاعلام على الجمهور الى ضعف وسائل الضبط الاجتماعي (العادات، التقاليد ، المنظومة القيمية ...)
- يتلقى الفرد المعلومات من وسائل الاعلام بشكل مباشر و منعزل .
- تتشابه ردود أفعال الجماهير و سلوكياتهم نتيجة تلقيهم لمضامين الاعلام.

6.1.7 الانتقادات الموجهة لنظرية الحقنة تحت الجلد

- تتناقض هذه النظرية مع نظرية الحرية أو الليبرالية السائدة في الدول الغربية التي تفترض وجود عقلانية و رشد لدى الافراد .
- تفترض النظرية شكل مبسط من التأثير (مرسل -مستقبل) و أهملت البيئة الاجتماعية
- تقلص النظرية أهمية تأثير مضمون وسائل الاعلام مقارنة بالوسائل الإعلامية .
- لم تهتم هذه النظرية بفكرة تناقض تأثيرات وسائل الاعلام و مضامينها .
- ترى هذه النظرية أن تأثيرات وسائل الاعلام عنيفة و مفاجئة في حين أن الفرد له القدرة علة انتقاء المادة الإعلامية او الوسيلة و ليس كل المضامين لها تأثير على الفرد.
- حسب هذه النظرية كل وسائل الاعلام تحدث تأثيرات يمكن ملاحظتها على المدى القريب.
- تتشابه سلوكيات جمهور وسائل الاعلام حسب النظرية بسبب اهمالها لأهمية الفروق الفردية و الفئات الاجتماعية ، العلاقات الاجتماعية في عملية التلقي الانتقائي لوسائل الاعلام.

2.7 نظريات التأثير المحدود Limited Effects Theories

لم تستقر نظريات التأثير القوي لوسائل الاعلام كثيرا في أدبيات البحث الإعلامي لكثرة الشكوك و الملاحظات حول مدى مصداقية هذه النظرية التي لا تعتبر الاتصال بال جماهير "عملية" لا تخضع لمؤثرات كثيرة قد تكون خارجة عن عملية الاتصال .

لقد بينت النتائج الميدانية في الولايات المتحدة الامريكية الى أن لوسائل الإعلام تأثير لكن ليس بالقوة التي كانوا يتصورونها و أن الاستجابة لا تتحقق بمجرد التعرض الى الوسائل الإعلامية كمثيرات إعلامية ، و لكن هناك عوامل عديدة تدخل في احداث التأثير أو الحد منه ، لقد ساهمت هذه الملاحظات العلمية في تغيير النظرة الى مفهوم جمهور وسائل الاعلام و اتجاهات البحث في اطار هذا المفهوم الجديد .

لقد حاولت الدراسات النفسية و الاجتماعية تفسير و فهم السلوك الإنساني الفردي و الجماعي بما في ذلك السلوك الناشئ بسبب التعرض لوسائل الاعلام ، و من هذه الدراسات و الأبحاث السوسيو-نفسية نشأت التفسيرات الجديدة لأثار وسائل الاعلام ، فهي بمثابة المرجعية الفكرية لنظريات التأثير المحدود لوسائل الاعلام و التي اعادت صياغة الأفكار المتعلقة بطبيعة جمهور وسائل الاتصال الجماهيري .

بدأت نظريات التأثير المحدود في الظهور في أعقاب الحرب العالمية الثانية ، حين بدأت عملية تقويم جديدة لتأثير وسائل الاعلام باستخدام أساليب بحثية جديدة ، وساد في هذه الفترة اعتقادات بأن تأثير وسائل الاعلام هو تأثير محدود ، و أن هذه الوسائل ليست سببا ضروريا أو كافيا للتغيرات التي تحدث للجمهور نتيجة تعرضه لهذه الوسائل ، و قد أسهم ظهور منظور الفروق الفردية و التعرض الانتقائي في دعم مقولات التأثير المحدود لوسائل الاعلام .⁶³

⁶³ لامية طالة ،:نظريات الاعلام ، مطبوعة محاضرات موجهة لطلبة السنة الثالثة ل م د ، تخصص علوم الاعلام ،جامعة الجزائر 3 ، كلية علوم الاعلام و الاتصال ، 2021-2022 ، ص : 26

1.2.7 المداخل الاجتماعية و النفسية لنظريات التأثير المحدود (الانتقائي) لوسائل

الاعلام

تتكون نظريات التأثير الانتقائي أو المحدود لوسائل الاعلام من ثلاثة اتجاهات متميزة و متصلة و هي حصيلة النتائج التي قام بها علماء الاجتماع و النفس لدراسة نماذج سلوك الافراد و الجماعات و هي : مدخل الفروق الفردية ، مدخل الفئات الاجتماعية و مدخل العلاقات الاجتماعية .

أولا : مدخل الفروق الفردية (مدخل سيكولوجي)

نعني بالفروق الفردية ان أفراد المجتمع مختلفين في درجة الخصائص و السمات الادراكية و النفسية و الجسمانية و هذا التمايز لا يختص المجتمع الإنساني فقط فهو موجود في النباتات و الحيوانات أيضا .

لقد كانت بحوث الفروق الفردية بعد الحرب العالمية الثانية و حتى الستينات من القرن العشرين الموجه الأكبر للأبحاث الخاصة بوسائل الاعلام ، و الفكرة الأساسية لهذه الدراسات أن الفروق الفردية في البنية النفسية أو الادراكية للأفراد الجمهور هي مفاتيح تكوين اهتماماتهم بوسائل الاعلام ، و سلوكهم نحو القضايا و الموضوعات التي تمت مناقشتها .

الانتقائية في ضوء مدخل الفروق الفردية : حسب مدخل الفروق الفردية جمهور وسائل الإعلام ليس كتلة سالبة و متشابهة بل هو جمهور متميز و إيجابي ينتقي المضامين الإعلامية التي تتناسب مع سماته الشخصية و استعداداته الفكرية و الادراكية و ظروفه الذاتية .

و يرى جون بيتتر BITTNER, J R بأن تأثرنا بوسائل الاتصال الجماهيرية يخضع لعوامل الانتقائية ، حيث أشارت دراسات عديدة الى أننا نختار ما نتعرض له من محتوى وسائل

الاتصال و هذه العملية تسمى بالتعرض الانتقائي Selective Exposure ، كذلك فإن إدراكنا للرسائل التي نتعرض لها يؤثر في طبيعة ردود أفعالنا ، و تعرف هذه العملية بالإدراك الانتقائي Selective Perception ، و بسبب الإدراك الانتقائي فإن الفرد يتذكر فقط الجوانب التي تؤكد أفكاره ، و تتفق معها ، فإذا كانت الأفكار المطروحة تتفق مع شخصية المتلقي تماما فإنه قد يتذكرها جميعا ، و إذا كانت هذه الأفكار تختلف مع شخصيته فإنه يلغيها تماما من عقله و لا يستعيدها و تسمى هذه العملية التذكر الانتقائي Selective Retention ، و نتيجة زيادة ميل وسائل الاتصال إلى التخصص في توجيه المحتوى الإعلامي ، فإن ذلك يزيد من دائرة اختيارات الجمهور للوسائل الإعلامية و المحتوى الذي يتعرض له .⁶⁴

ثانيا :مدخل الفئات الاجتماعية (مدخل سوسيولوجي)

و تعني أن الأفراد في المجتمعات الصناعية ليسوا متماثلين في قوالب واحدة ، بل يعيشون ضمن فئات و مجموعات اجتماعية معينة تجعلهم يستجيبون بطريقة مختلفة عما لو كانوا منتظمين الى فئة اجتماعية أخرى .

كما يعني مدخل الفئات الاجتماعية أن الناس في المجتمعات الجماهيرية في الإمكان ترتيبهم في تصنيفات اجتماعية محددة على الرغم من اشتراكهم في بعض الملامح مثل الطبقة الاجتماعية ، الدين ، العرق ، مكان الإقامة ، فالناس في أي جماعة محددة يتشابهون في جوانب عديدة تؤثر على سلوكياتهم و أن هذا التشابه له دور كبير في السلوك الاتصالي ، فقد كشفت دراسات مقارنة للأنماط المختلفة للسلوك الإعلامي ، أن جماهير القراء أو المستمعين المنتمين لفئات اجتماعية محددة ، كانوا ينتقون مضامين مختلفة من

وسائل الاعلام و يفسرونها بطرق مختلفة عن أسلوب الفئات الاجتماعية الأخرى ، و يتذكرون الرسائل بطريقة انتقائية ، و يتصرفون بطريقة مختلفة تماما كنتيجة لعرضها .⁶⁵

ثالثا : مدخل العلاقات الاجتماعية

حسب هذا المدخل للعوامل الاجتماعية الوسيطة تأثير على جماهير وسائل الاعلام ، ففوة وسائل الاعلام تتم من خلال التكوينات الموجودة للعلاقات الاجتماعية و أنظمة القيم و المعتقدات .⁶⁶

كما يؤكد هذا المدخل أن الافراد في المجتمعات الصناعية لا يعيشون في حالة عزلة و لا يخضعون لتأثير وسائل الاعلام و ليسوا مجردين أية روابط اجتماعية ، بل على العكس تسود علاقات شخصية و اجتماعية بين الأفراد مما يؤثر في تشكيل آراءهم ، و تحديد طبيعة سلوكهم الاتصالي. و تتدرج نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين و نظرية انتشار المبتكرات ضمن هذا المدخل

2.2.7 أنواع نظريات التأثير المحدود

أولا : نظرية الاستخدامات و الإشباعات 1972 Uses and Gratification Mc Quail

أ) التعريف بالنظرية

اهتمت نظرية الاستخدامات و الإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة و اعتبرت جمهور وسائل الاعلام كأفراد مشاركين و ايجابيين في العملية الاتصالية ينتقون عن وعي المضامين التي تشبع حاجاتهم النفسية و الاجتماعية .

يهتم مدخل الاستخدامات و الإشباعات بالسمات الفردية، وعلاقتها بالرضا والإشباع وأنماط الدوافع والحاجات الفردية والمدخل السلوكي الذي تعتمد عليه الدراسات لرصد عادات وكثافة التعرض ، ووفقاً لنظرية لهذه النظرية فإن وسائل الإعلام تشكل مورداً لتلبية احتياجات الجمهور المختلفة ، وتحول السؤال من ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ما الذي يفعله الجمهور بوسائل الإعلام؟

و تتمحور الفكرة الرئيسية لهذه النظرية على أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال ، والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع التعرض لوسائل الاتصال ، فضلاً عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال ، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعاً لهذه الحاجات ، وقد تنجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباعات وقد لا تنجح .⁶⁷

حسب الباحث "الهوكاتز" مهما بلغت قوة تأثير الوسيلة الإعلامية ، إلا أن الجمهور هو الذي يبقى المقرر و الحاسم في مدى تأثره بها . اد يعتبر كلا من منطلقا الانتقائية و العلاقات الشخصية من بين المتغيرات المهمة التي من خلالها أسس لمدخل الاستخدامات و الاشباعات .⁶⁸

ب) تطور نظرية الاستخدامات و الاشباعات

تأسست نظرية الاستخدامات و الاشباعات على أنقاض نظريات التأثير القوي، حيث طرح (الهوكاتز) Katz Elihu مدخل الاستخدامات و الاشباعات عام 1959 في مقال رد فيه على رؤية "برنار برلسون" Berlson Bernard الذي حكم على أبحاث حقل الاعلام بالموت في حين رد عليه "كاتز" بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات كون تلك الفترة عرفت الاهتمام ببحوث الإقناع ، و كيفية تمكن وسائل

⁶⁷ حنان يوسف ، مصطفى علي سيد عبد النبي ، الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع ، المجلة المصرية للدراسات

المتخصصة - العدد (23) 2019 ، ص 41

⁶⁸ رايس علي ابتسام ، مجلة دراسات وأبحاث ، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، العدد 25 ديسمبر 2016 ،

الإعلام التأثير على الجمهور. في حين أظهرت النتائج آنذاك ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور.

تطور مفهوم الاستخدامات و الاشباعات في دراسة بلومر و كاتز katz et Blumer سنة 1969 التي تمت على لدراسة الانتخابات العامة البريطانية عام 1964 من خلالها تم التعرف على أسباب المشاهدة و أسباب عدمها للحملات الانتخابية. بعدها سنة 1984 قام كل من كاتز ، بلومر و قورفيت Blumer Katz Gorvitch على دراسة الجوانب النفسية و الاجتماعية للأفراد لتحديد الاحتياجات و التوقعات من وسائل الإعلام و المصادر الأخرى ⁶⁹.

ج) أهداف النظرية

- محاولة التعرف على استخدام الافراد لوسائل الاتصال ، على اعتبار أن الجمهور نشيط و يستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته و توقعاته .
- الكشف عن العلاقة المتبادلة بين دوافع الاستخدام و أنماط التعرض، و الاشباعات
- تحديد دوافع تعرض الافراد لوسائل الاتصال الجماهيري و التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض .
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .
- معرفة دور العوامل الوسيطة و تأثيرها في الاستخدامات و الاشباعات.

د) افتراضات النظرية

➤ جمهور المتلقين جمهور نشيط ، و استخدامه لوسائل الاعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة .

➤ يمتلك أعضاء الجمهور القدرة على تحديد احتياجاتهم و تحديد الوسائل المناسبة لتلبية هذه الاحتياجات ، و يتحكم في ذلك الفروق الفردية و عوامل التفاعل الاجتماعي و تنوع الحاجات.

➤ تنافس وسائل الاعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور و وسائل الاعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة .

➤ يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل فقط .⁷⁰

هـ) عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباع

- افتراض الجمهور النشط
- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام
- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام
- التوقعات من وسائل الإعلام
- التعرض لوسائل الإعلام
- إشباعات وسائل الإعلام

وتجدر الإشارة إلى أن العناصر السابقة تتسم بالتداخل الشديد في الواقع العملي ، ويرتبط كل منهما بالآخر ارتباطاً وثيقاً .⁷¹

افتراض الجمهور النشط

⁷⁰ كمال الحاج ، نظريات الاتصال و الاعلام ، ص ص : 93-94
⁷¹ إيلي حسين محمد (1993) ، استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال ومدى الإشباع الذي تحققه ، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام) ، ص : 72

أصبح يُنظر للجمهور على أنه نشيط ينتقي ويختار من رسائل وسائل الاتصال ،
ليشبع احتياجاته في النهاية ، ويتوقف ذلك على عنصر المنفعة التي تعود عليه من
استخدامه لوسائل الإعلام ، لذلك يتم انتقاء المضامين التي تعكس اهتماماتهم
وتفضيلاتهم لخدمة دوافع مختلفة .

الأصول النفسية والاجتماعية

وتعني أن الاحتياجات لدى الأفراد والمرتبطة بوسائل الإعلام تنشأ نتيجة تفاعلهم مع بيئاتهم
الاجتماعية ومع العوامل المجتمعية الأخرى ، كما تلعب العوامل النفسية والفروق الفردية
إلى وجود حوافز ومثيرات لدى أفراد الجمهور من مستخدمي وسائل الإعلام⁷²

دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام

ويقوم مدخل الاستخدامات والإشباعات على افتراض مؤداه أن أفراد الجمهور يقومون
باختيارات واعية وقائمة على أساس دوافع محددة بين الوسائل والمضامين الإعلامية المتاحة
لهم ، تساهم تلك الدوافع في تشكيل توقعات الفرد من الوسيلة الإعلامية ، كما تساهم في
تحديد أنماط التعرض ، ودرجة نشاط الفرد خلال العملية الاتصالية ، وقد توصلت الدراسات
التي أجريت في هذا المجال إلى تحديد مجموعة من الدوافع التي تحفز الأفراد على التعرض
لوسائل الإعلام ، منها :

- دوافع لإحداث نوع من التغيير أو التحول وهي دوافع تتعلق بالترفيه والتسلية والإثارة ،
أو إحداث نوع من النفيس والتحرر العاطفي
- دوافع تكوين العلاقات الشخصية : وتوجد العديد من الأنماط التي تقع تحت هذه
الفئة منها ، علاقات الصحبة : وتعني دخول المتلقي في علاقة مع شخصيات
الوسيلة (مثل الشخصيات الدرامية أو الغنائية أو الفنية) ، وتسمى هذه العلاقات

⁷² علي محمد القاضي (2013) ، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة السياسية للشباب اليمني ، رسالة ماجستير غير منشورة ،
جامعة القاهرة ، كلية الإعلام) ، ص : 104

بعلاقات التوحد أو التقمص ، وعلاقات المنفعة الاجتماعية : وتعني استخدام الوسيلة بطريقة نفعية لأغراض التفاعل الاجتماعي مع أشخاص الحياة الواقعية المحيطين بنا .

• دوافع التعبير العاطفي : حيث يلجأ لهذا النوع من الدوافع الأشخاص الذين يفتقدون الأساليب الواضحة والحرية للتعبير عن مشاعرهم .

وصنف باحثون آخرون دوافع التعرض لوسائل الإعلام بطريقة أخرى ، حيث حدد "جربز" هذه الدوافع في (التعود ، والاسترخاء ، وقضاء وقت الفراغ ، والبحث عن رفيق ، والهروب) .

فيما صنفها "روبين" إلى قسمين :

• دوافع نفعية : وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات ، ومراقبة البيئة التي ترتبط باستخدام مضامين معينة كنشرات الأخبار وبرامج المعلومات

• دوافع طقوسية : وتشبع رغبات الأفراد في تمضية الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة ، والهروب من المشكلات ، وتنعكس هذه الفئة في المسلسلات والأفلام وبرامج المنوعات والبرامج الترفيهية المختلفة .

توقعات الجمهور من وسائل الإعلام

وتشير بحوث الاستخدامات و الإشباعات إلى أن وسائل الإعلام تحقق مكافآت يمكن توقعها أو التنبؤ بها من قبل أعضاء الجمهور ، وعلى أساس تجاربهم الماضية مع هذه الوسائل ، وهذه المكافآت يمكن اعتبارها تأثيرات نفسية قام الأفراد بتقييمها.

التعرض لوسائل الإعلام

يعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي حاجاته ، وتفترض نظرية الاستخدامات و الإشباع أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الإعلام حتى يتحقق الإشباع

إشباع وسائل الإعلام

تذكر العديد من الدراسات التي استخدمت هذا المدخل العديد من الإشباعات التي تحققها وسائل الإعلام ، منها إشباع المحتوى ، و إشباع العملية الاتصالية كالحصول على المعلومات والتسلية قضاء وقت الفراغ ، والهروب ، و إشباع حاجات التفاعل الاجتماعي ، والإثارة ، ومعرفة ما يفعل الناس في المواقف المختلفة .⁷³

ثانيا : نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين Two Step Flow of Communication

شكلت نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1940 منعطفا كبيرا في تاريخ نظريات الاعلام التأثيرية حيث اثار الكثير من التساؤلات و الشكوك حول مدى قوة وسائل الاعلام ، ففي هذا الوقت كانت جل وسائل الاعلام الأمريكية ضد المرشح الديمقراطي "فرانكلين د. روزفلت" -كان يعاني من مشاكل صحية- على عكس المرشح الجمهوري " ويندل ويكلي" الذي ساندته وسائل الاعلام الأمريكية الا أن نتائج الانتخابات كانت لصالح المرشح الديمقراطي " روزفلت" و بهذا وضعت هذه النتائج نهاية لأسطورة " تأثير وسائل الاعلام".

أ) تعريف النظرية

تعني بنظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين " أن عملية سريان المعلومات من وسائل الاعلام الى الجمهور تتم عبر قادة الرأي و الاتصال الشخصي فحسب هذه النظرية يساهم

⁷³ حاتم علي الصالحي ، نظرية الاستخدامات والإشباع Uses and gratifications theory ، الخميس ، 20 يوليو 2017 مدونة ميديارست ، <https://hatimalsalehi.blogspot.com> ، تاريخ الولوج 13 مارس 2024 على الساعة 10:46 صباحا .

الاتصال الشخصي في تشكيل و توجيه الرأي العام بجانب وسائل الاعلام ، وهذا من خلال قادة الرأي اللذين يلعبون دور الوسيط بين الأفراد و وسائل الاعلام .⁷⁴

ب)نشأة النظرية

بعد النتائج الصادمة للانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية و فوز الرئيس " روزفلت "عام 1940م ، قام كل من " لازرسفيلد و بيرلسون و جوديت 1944" Lasarsfeld, Berelson & Gaudet, 1944 " بدراسة بعنوان " اختيار الشعب . كيف يدلي الناخب برأيه في انتخابات الرئاسة " و هذا للتعرف على الطرق التي تؤثر في تكوين الرأي العام و تغييره ، و التعرف على دور وسائل الاتصال الجماهيرية في هذا المجال . أجريت هذه الدراسة في منطقة " إيري كاونتي " بولاية أوهايو" و كان موضوع الدراسة هو تحليل مختلف خطب و رسائل الحملة الرئاسية التي قدمتها وسائل الاعلام الامريكية من صحف و مجلات و متابعة آراء عينة من السكان ، على فترات قبيل وأثناء الحملة الانتخابية .

ج) فروض نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين

قدم كاتز 1956 م رؤيته لفروض نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين وهي كما يلي:

- إن قادة الرأي و الأفراد الذين يتأثرون بهم ينتمون إلى الجماعات نفسها سواء كانت الأسرة أو الأصدقاء أو زملاء العمل .
- يعد قادة الرأي الأكثر تعرضا و اتصالا بوسائل الإعلام ضمن تخصصهم .
- تلعب العلاقات الشخصية دورا هاما كعملية اتصالية و هي تضغط على الأفراد ليتوافقوا مع سلوك وتفكير الجماعة .

➤ إن قادة الرأي و الأتباع يمكن أن يتبادلوا الأدوار في ظروف مختلفة .⁷⁵

د) الانتقادات الموجهة إلى النظرية

➤ الانتقاد الأكبر الذي وجه لهذه النظرية هو التأكيد على أن كمية المعلومات التي تصل إلى الأفراد من خلال وسائل الإعلام أكبر من المعلومات التي يتحصل عليها من قادة الرأي و هذا عكس ما تفترضه النظرية .

➤ عدم قدرة النظرية على التمييز بين أنماط نقل المعلومات و التأثير فقد ينجح قائد الرأي في نقل المعلومات إلى الأفراد لكنه قد يفشل في التأثير عليهم.

➤ تفترض النظرية أن قادة الرأي يستقون معلوماتهم من وسائل الإعلام في حين تتنوع مصادر المعلومات .

➤ تفترض النظرية أن انتقال المعلومات يتم عبر مرحلتين و لكن في الواقع يمكن أن تنتقل المعلومات من خلال مرحلة واحدة أي من وسائل الإعلام مباشرة إلى الجمهور أو عبر عدة مراحل .

ثالثا : نظرية انتشار المبتكرات diffusion of innovations theory

أ) التعريف و النشأة

تدرج نظرية انتشار المبتكرات ضمن نظريات علم الاجتماع الإعلامي التي تفسر سلوك الإنسانى للإقبال على تبني الأفكار أو استهلاك المنتجات الجديدة في المجتمعات الإنسانية ،حيث حاول علماء الاجتماع الريفي في خمسينات وستينات القرن العشرين بتطبيق نموذج تدفق المعلومات على مرحلتين التي قدمه لازارسفيلد وزملاؤه ، على المزارعين باعتبار أن عملية نشر الأفكار الحديثة بين المزارعين مشابهة تماما لعملية التصويت في الانتخابات و

أن النصيحة في الحالتين تتم تلبيتها من خلال الاتصال الشخصي لقادة الرأي الذين يتفقدون وخصائصهم تماما كما انتهت إليه دراسات التصويت الانتخابي.

تعود جذور نظرية انتشار المبتكرات إلى مختلف الدراسات الاجتماعية و في عدة ميادين مثل والتربية والزراعة و الانثروبولوجيا لمعرفة كيفية تبني المزارعين للأفكار الجديدة المتعلقة بأساليب الزراعة الحديثة ومحاولة نشر طرق التدريس الجديدة أو فكرة تنظيم الأسر أو اقتناء الأجهزة واستخداماتها وغيرها من المجالات المختلفة لمعرفة أثارها في النظام الاجتماعي القائم.

وتركز هذه النظرية على نشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات والتجديد بين أفراد المجتمع أو قطاع منه بهدف تحقيق التنمية .

والابتكار وفق هذه النظرية هو أي فكرة جديدة أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة ففكرة تنظيم الأسرة أو إدخال أساليب جديدة في الزراعة أو استحداث وسيلة اتصالية كالهاتف المحمول أو غير ذلك يعتبر ابتكار.

ووفقا لهذه النظرية فإن وجود مبتكرات جديدة يتم إدخالها إلى النظام الاجتماعي قد يكون لها قبول تدريجي مع مرور الوقت وفقا لمجموعة من المتغيرات والظروف التي تخص تلك البيئة الاجتماعية التي يتم إدخال تلك المبتكرات إليها⁷⁶

ب) افتراضات نظرية انتشار المبتكرات

➤ تكون قنوات وسائل الإعلام أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات ، في حين تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول المبتكرات الجديدة .

➤ تصل الرسائل الإعلامية إلى الجمهور عن طريق أفراد يتميزون عن سواهم بأنهم أكثر اتصالاً ونشاطاً في تعاملهم مع وسائل الاتصال الجماهيري ويطلق عليهم قادة الرأي.

➤ يتعرض قادة الرأي لوسائل الإعلام أكثر من أتباعهم .

➤ يكون قادة الرأي أكثر ابتكاريه من أتباعهم ولديهم أفكار جديدة أكثر من غيرهم .
أهمية عنصر الوقت كعامل ضروري لانتشار المبتكرات .⁷⁷

ج) قادة الرأي و انتشار المبتكرات

و حسب "روجرز و شوميكرو Rogers & Shoemaker" يلعب قادة الرأي دور كبير في انتشار المبتكرات و المستحدثات و هذا لتوفرهم على خصائص محددة و هي :

- يتعرض قادة الرأي لوسائل الإعلام أكثر من أتباعهم .
- إن قادة الرأي لديهم اتصال أكثر من أتباعهم مع وكلاء التغيير مثل المسؤولين عن برامج التنمية و الجهات الرسمية.
- يحتل قادة الرأي مراكز اجتماعية متميزة أكثر من غيرهم نتيجة وضعهم العلمي ، أو الاقتصادي ، أو الاجتماعي ، أو المهني .
- إن قادة الرأي أكثر انفتاحاً على العالم ، و أكثر تقبلاً للأفكار الجديدة و التغيير من غيرهم.
- إن قادة الرأي أكثر ابتكاريه من أتباعهم ، و لديهم أفكار جديدة ، و قدرة على ابتكار الحلول ، وتبني المستحدثات .

- إن قادة الرأي أكثر مشاركة اجتماعية من أتباعهم .
- قادة الرأي مرنين و عمليين فإن كانت الأوضاع مواتية للتغيير فهم ابتكاريون، أما إذا كانت الأوضاع غير مناسبة فهم غير ذلك.⁷⁸

د) نموذج روجرز و شوميكر لانتشار المبتكرات

وصف روجرز وزميله عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بانتشار المبتكرات بالاعتباس من نموذج ديفيد بيرلو كما يلي :

- المصدر: المخترعون والعلماء وعوامل التغيير الاجتماعي وقادة الرأي
- الرسالة: الابتكار الجديد
- الوسيلة: قنوات وسائل الإعلام وقنوات الاتصال الشخصي
- المستقبل: أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي
- الأثر: تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك.

هـ) مراحل عملية تبني الأفكار والأساليب المستحدثة

يمر الفرد منذ مرحلة علمه بالمستحدث إلى غاية تبنيه بعدة عمليات عقلية حددت كما يلي:

- مرحلة الوعي بالفكرة: و في هذه المرحلة يعلم الفرد بالابتكار الجديد لأول مرة.
- مرحلة الاهتمام: في هذه المرحلة يتولد للفرد رغبة في التعرف على الابتكار.
- مرحلة التقييم: و فيها يزن و يقيم الفرد ما جمعه من معرفة حول الابتكار.

- مرحلة التجريب: وهنا يستخدم الفرد الابتكار للتجريب، إذا اقتنع به تبناه وان لم يقتنع به رفضه.

- مرحلة التبني: وهنا يكون الفرد قد اتخذ قرار تبني الفكرة بعد أن اقتنع بها .⁷⁹

(و) النقد الموجه للنظرية انتشار المبتكرات

وجه للنظرية عدد من أوجه النقد الخاصة بمراحل تبني المبتكرات والتي يمكن أن نوردتها فيما يلي :

- أثبتت الأبحاث العلمية أن مراحل التبني للأفكار المستحدثة المبتكرات ليست محددة أو منفصلة عن بعضها البعض، بل إنها كثيرا ما تتداخل مع بعضها البعض .
- أثبتت الأبحاث العلمية في مجال نشر المبتكرات أن المراحل الخاصة بتبني الأفكار ليست متتالية أو متعاقبة، بل أن الفرد قد يقفز إلى مرحلة التبني الكامل مباشرة دون أن يمر بالمراحل أخرى.
- لوحظ أن معدل انتشار الأفكار المستحدثة يكون بطيئا في أول الأمر ، ثم تزداد سرعة الانتشار بالتدرج كلما رأوا الأفراد ، أو سمعوا عن نجاحها .
- لوحظ أن السلوك الاتصالي يختلف في كل مرحلة من مراحل تبني الأفكار المستحدثة و يقصد بالسلوك الاتصالي نوع المصادر ، و تكرار الاتصال بهذه المصادر .
- لوحظ أن الأفراد قد يتغاضون عن الفكرة المستحدثة في أي مرحلة من مراحل تبني المستحدث وقد اتفق على تسمية هذا التغاضي مصطلح الرفض Rejection اذا حدث في المراحل الأربع الأولى ، أما اذا حدث في المرحلة الخامسة يسمى عدم الاستمرار Discontinuance .

تم تقسيم الأفراد حسب سرعة تبنيهم للمستحدث إلى :

- المبتكرون: و يتسمون بروح المغامرة ،و تجريب الأفكار الجديدة ،كما تتوفر فيهم مجموعة من الشروط كالقدرة المالية و القدرة العقلية على استيعاب الأفكار المعقدة والاستعداد لقبول الهزيمة من وقت لآخر .
- المتبنون الأوائل : يتسمون بصغر السن و تحسن المستوى الاجتماعي و المالي مقارنة بالمتبنون الأواخر بالإضافة إلى طريقة التفكير المختلفة .
- الغالبية المتقدمة : و هم الأفراد الذين أطالوا التفكير قليلا مقارنة بالأوائل قبل أن يتخذوا قرار تبني الأفكار المستحدثة .
- المتخلفون : و هم آخر من يتبنى الأفكار المستحدثة، وهم أكثر الفئات المتبنيين للأفكار المستحدثة عزلة .⁸⁰

3.7 نظريات التأثير المعتدل Moderate Effects Theories

تبلورت في ستينيات و سبعينات القرن العشرين نظريات التأثير المعتدل لوسائل الاعلام انطلاقا من نقد نظريات التأثير القوي التي أعطت لوسائل الاعلام قوة مبالغ فيها ، و قد ركزت نظريات التأثير المعتدل على التأثيرات طويلة الأمد بعكس نظريات التأثير المباشر و القوي و تشمل نظريات التأثير المعتدل كل من نظرية الغرس الثقافي ، ترتيب الأولويات و الاعتماد على وسائل الاعلام .

1.3.7 نظرية الغرس الثقافي (الانماء الثقافي) cultivation Theory

أ) التعريف

ظهرت نظرية الانماء الثقافي في الولايات المتحدة الامريكية خلال سبعينات القرن العشرين كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الاعلام و حسب هذه النظرية فإن "مداومة التعرض للتلفزيون -و لفترات طويلة و منظمة - تنمي لدى المشاهد اعتقادا بأن العالم الذي يراه على شاشة التلفزيون ، إن هو الا صورة من العالم الواقعي الذي يحياه.⁸¹

ب) نشأة نظرية الغرس الثقافي وتطورها

يعود جذور نظرية الغرس الثقافي و بداياتها الأولى حسب ملفين ديفلور إلى مفهوم ولتر ليبمان للصورة الذهنية التي تتشكل في أذهان الجماهير من خلال وسائل الاعلام سواء عن أنفسهم أو عن الآخرين، إذ رأى ليبمان أن هذه الصورة أحيانا تكون بعيدة عن الواقع نتيجة عدم وجود رقابة على المواد المعروضة في وسائل الإعلام مما يؤدي إلى غموض في الحقائق وتشويه المعلومات وسوء فهم الواقع .

ويعتبر الباحث الأمريكي جورج جيربner G. Gerbner أول من وضع هذه النظرية وبمساعدة مجموعة من الباحثين في نهاية الستينات و سبعينات القرن العشرين و هي

⁸¹ Becker S L (1987), Discovering Mass Communication, 2nd Ed, Scott Foresman END Company, p 462

الفترة التي شهد فيها المجتمع الأمريكي انتشار مظاهر العنف والجريمة في أعقاب اغتيال مارتن لوثر كينج، والرئيس جون كينيدي، والتورط في حرب الفيتنامية، حيث تم تشكيل لجنة قومية لبحث ودراسة أسباب تفشي العنف وسبل الوقاية منه وعلاقة التلفزيون بذلك.

طور جربنر نظرية الغرس الثقافي من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية و يهدف هذا المشروع الى إقامة الدليل الامبريقي على تأثير وسائل الاعلام على البيئة الثقافية ، و اهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة هي :

- دراسة العمليات التي تؤثر على انتاج الرسائل الإعلامية .
- دراسة الرسائل و الصور الذهنية التي تعكسها وسائل الاعلام.
- دراسة الاسهام المستقل للرسائل الإعلامية على ادراك الجمهور للواقع الاجتماعي .⁸²

ج) الأفكار الأساسية للنظرية

- من خلال تعريف جورج جيربندر لمفهوم cultivation بأنه هو ما تفعله الثقافة بنا و الثقافة هي الوسيط أو المجال الذي تعيش فيه الإنسانية و تتعلم ، من خلال هذا التعريف يمكن تعريف المفهوم ليكون " الغرس الثقافي " ، حيث تهتم العملية باكتساب المعرفة أو السلوك من خلال الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الانسان ، فكأن البيئة الثقافية بأدواتها هي التي تقوم بعملية الاكساب و التشكيل و البناء للمفاهيم و الرموز الثقافية في المجتمع ، و من هذه الأدوات وسائل الاعلام التي احتلت مكانا بارزا في عالمنا الثقافي المعاصر بأدواتها و تأثيراتها .

- لا تتوقف عملية الغرس الثقافي عند تدفق موجة من التأثيرات من التلفزيون الى جمهور المتلقين و لكنها جزء من عملية مستمرة و ديناميكية للتفاعل بين الرسائل

و السياقات ، و مشاهدة التلفزيون ترتبط بمختلف الجماعات ، و المواقف الحياتية و صور العالم .

- يعتمد الغرس الثقافي على هيمنة الصور التلفزيونية على المشاهدين ، و التي تعتبر حسب هذه النظرية مصدر أساسي للمعلومات و المعارف .
- هناك علاقة مباشرة بين كثافة المشاهدة -طول وقت المشاهدة و استمرارها بمرور الوقت - و بين سلوك المشاهدين و اتجاهاتهم .
- تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار الذين لا يمتلكون القدرة على التمييز بين الحقيقة و الخيال و الذين ينتمون الى جماعات و اسر غير متماسكة أو هشة أو الأقليات أو بين ما يصورهم التلفزيون كضحايا .⁸³

(د) مفاهيم النظرية

درست نظرية الغرس الثقافي العلاقات الافتراضية الموجودة بين مفهومين رئيسيين في النظرية و هما الاتجاه السائد و الرنين أو الصدى.

- الاتجاه السائد : هو التجانس بين الافراد ذو درجة الكثافة الواحدة ، في اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة للمجتمع التي يقدمها التلفزيون كقناة ثقافية حديثة ، و بالتالي يمكن الكشف عن التباين في ادراك العالم الخارجي بين الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة أقل و بين الذين يشاهدونه بكثافة كبيرة ، و بالتالي فان الاتجاه السائد هو عبارة عن نسيج من المعتقدات و القيم و السلوكيات التي يقدمها التلفزيون في صور مختلفة و يتوحد معها كثيفو المشاهدة و لا تظهر بينهم فروق كبيرة في اكتساب هذه الصور أو الأفكار رغم اختلاف خصائصهم و سماتهم الديموغرافية و الاجتماعية و السياسية.

- الصدى أو الرنين و هي التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الموجودة فعلا لدى المشاهدين ، و بالتالي فإن المشاهدة يمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الاعمال التلفزيونية التي يتعرض لها أصحاب هذه الخبرات بكثافة اعلى . و ركز جيربئر في هذا المجال على زيادة ادراك العنف في الاعمال التلفزيونية ووصف العالم الخارجي به لدى المشاهدين الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية و يتعرضون للتلفزيون بكثافة أعلى .⁸⁴

هـ) مرتكزات و أساسيات نظرية الغرس الثقافي

- التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأولى للغرس الثقافي : و هذا لمميزاته المتعددة كقدرته على تحويل المجردات الى محسوسات مما يساهم في فهم الرسالة و بناء الصورة الذهنية و الثقافة الشعبية و هو يضيف الى معلوماتنا عن الحياة و المجتمع و الناس و السلطة كما يعرض السيء و الجيد وهذه المزايا و اكثر هي التي جعلته وسيلة فريدة و يصعب التغلب عليها (في ذلك الوقت 60 و 70 و حتى ثمانينات القرن العشرين) ، كما أنه وسيلة جذابة للأطفال الذين يجدون انفسهم مستغرقون في بيئة التلفزيون منذ الولادة لتوفير عناصر الصوت و الصورة و الحركة بالإضافة الى تواجده في المنزل و سهولة استخدامه .
- الرسالة التلفزيونية تمثل الاتجاه و المعايير السائدة في ثقافة المجتمع : يملك التلفزيون من القدرات ما تجعله يقلل من الفروق الفردية و الجماعية لدى الفئات كثيفة التعرض للتلفزيون .
- تحليل مضمون الرسالة التلفزيونية من أهم مفاتيح فهم الغرس الثقافي ، فحسب جيربئر و زملاؤه لا يمكن فهم عملية الغرس الثقافي من خلال أسئلة و دراسات استطلاعية غير معمقة بل يجب استخدام أسئلة مسح تعكس المضامين

المختلفة في المواد التلفزيونية باعتبارها أفكارا للغرس في اذهان المشاهدين خلال فترات زمنية طويلة .

- يركز تحليل الغرس الثقافي على مساهمة التلفزيون في نقل الصورة الذهنية على المدى البعيد.

- يعمل التلفزيون على ثبات المجتمع و استقراره من خلال صورة العالم الرمزي الذي يقدمه حيث تخلق الرسائل التلفزيونية اتجاهات ثقافية سائداً يعمل على تنمية التقاهم و التماسك في المجتمع و التجانس بين مختلف الفئات.⁸⁵

(و) فرضيات النظرية

- الفرض النظري : تكرار التعرض لصورة الواقع و المجتمع التي تعرضها المواد التلفزيونية و الأفكار المرتبطة بهذه الصورة ، يؤدي الى فهم و ادراك متشابه لهذه الصورة لدى المشاهدين كثيفي التعرض لهذه المواد .

- الفرض الإمبيرقي (التجريبي) : الأكثر تعرضا للتلفزيون (كثيفو المشاهدة) يدركون و يفهمون الواقع الاجتماعي بطريقة تتوافق مع الصورة التي يعرضها التلفزيون لهذا الواقع.⁸⁶

(ز) ملاحظات و محددات جيرنر حول النظرية

وضع جيرنر و زملاؤه مجموعة من المحددات و الملاحظات الخاصة بنظرية الغرس الثقافي نوجزها كما يلي :

- يمكن الاعتماد على تحليل المضمون (المحتوى) كأداة هامة لتسجيل الملاحظات و المعلومات المنظمة و المتراكمة تساعد في معرفة تأثير التلفزيون .

⁸⁵ عبد الرزاق الدليمي ، (2016) ، نظريات الاتصال في القرن الحادي و العشرون ، عمان : دار اليازوري ، ص ص : 168-172
⁸⁶ كمال الحاج ، (2020) ، م س ذ ، ص ص : 132-133

- لا يمكن ان نقوم بتحليل بعض البرامج دون برامج أخرى لان التلفزيون كل متكامل على المدى البعيد.
- تحدث تأثيرات الغرس على المدى البعيد و لا يمكن قياس تلك التأثيرات بدراسات معملية تجريبية أو شبه تجريبية .
- مهمة التلفزيون ليست سهلة في غرس المعتقدات و لا شك أن هناك وسائل أخرى تقوم بهذه العملية .
- يجب الفصل بين عملية الغرس و مفهوم التدعيم أو التثبيت .⁸⁷

(ح) الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي

- تعاني النظرية من قصور كونها تنظر الى التأثير التلفزيوني بشكل عام من خلال ساعات المشاهدة دون النظر الى نوعية البرامج التي تتم مشاهدتها.
- لم تأخذ النظرية في اعتبارها المتغيرات الأخرى مثل المتغيرات الديموغرافية (السكانية) و ركزت على كثافة التعرض بشكل أساسي .
- إن العلاقة بين مشاهدة التلفزيون و الغرس عند المشاهدين يمكن ان ترجع الى بعض محتوى مواد أو برامج التلفزيون و لا تنطبق على البرامج الأخرى .⁸⁸

2.3.7 نظرية ترتيب الأولويات Agenda –setting theory

نظرية ترتيب الأولويات من نظريات الإعلام التي ظهرت في ستينات و سبعينات القرن العشرين و التي أحدثت تغييرا واضحا في مسار نظريات الإعلام ، قادت إلى ظهور مرحلة جديدة عرفت مرحلة التأثيرات المعتدلة لوسائل الإعلام ، و التي أعادت القوة لوسائل الإعلام في جانبها المعرفي ، بدلا من الجانب السلوكي .⁸⁹

نظرية تحديد الأولويات من أحدث النظريات العلمية في مجال الإعلام السياسي ، فحسب هذه النظرية تعمل وسائل الإعلام على تعليم و ترشيد الناس عن الأمور و القضايا السياسية الواجب التحدث فيها و الاهتمام بها،و تبعا لهذا النموذج فإن الجمهور لا يتعلم فحسب من وسائل الإعلام المسائل العامة و الأمور الأخرى ، و لكنه يتعلم كذلك كم تبلغ المسائل من أهمية تبعا للتأكيد الذي تلقاه من قبل وسائل الإعلام .⁹⁰

أ) نشأة نظرية ترتيب الأولويات

قام بتطوير هذه النظرية الباحثان "ماكسويل ماكومبس و دونالد شو Maxwell Mc Donald. Shaw & Combes " ،من خلال دراستهما الميدانية حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية⁹¹ ، و التي أكدت على أن تركيز وسائل الإعلام خاصة الصحافة المكتوبة على مواضيع معينة يسيطر في ذهن الجمهور ترتيبا لهذه المواضيع حسب أهميتها.

⁸⁹ بكار فائزة ، بكار بنت طاعة الله ، نظرية "ترتيبات الأولويات" بين التنظير الغربي و التطبيق داخل البيئة العربية ، مجلة العلوم

الاجتماعية جامعة الأغواط، المجلد الثامن ، العدد الأول ، 2014/01/01،

⁹⁰صالح خليل أبو الأصبع، 1990،الاتصال الجماهيري ، ط1، دار الشروق للنشر ، الأردن،ص 219.

⁹¹محمود حسن إسماعيل، 1998 ، مبادئ الاتصال و نظريات التأثير ، ط1، القاهرة: الدار العالمية، ص: 272

ب) التعريف بالنظرية

تتلخص فكرة نظرية ترتيب الأولويات أو الاهتمامات كما تأتي في بعض المراجع تحت مسمى نظرية الأجندة ستينغ⁹² أن وسائل الاتصال الجماهيري هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها الأخبار، و تقوم بإعطاء أهمية خاصة لهذه الموضوعات ، مما يجعل من هذه الأخبار ذات أهمية و أولوية لدى الجمهور ، و هكذا فإن مجرد إبراز وسائل الاتصال لموضوع ما ، يعطيه أهمية مضاعفة لدى الجمهور .⁹³ وهكذا فإن نظرية ترتيب الأولويات أو الاهتمامات ترى أن وسائل الاتصال تقوم بدور " حارس البوابة Gatekeeper" فيما يتعلق بالمعلومات، وبالتالي فإنها تفرض على الجمهور أن يفكر في قضايا معينة و يهمل التفكير في غيرها.

ج) مفاهيم النظرية

تقوم نظرية ترتيب الأولويات على مجموعة من المفاهيم و هي :

- لا تتجح وسائل الاتصال بالضرورة في كل وقت في تعليم و تعريف الجمهور كيف يفكر ، و لكنها تتجح غالبا و بكفاءة في تعليم و توجيه الناس فيم يفكرون به.
- توجد علاقة ايجابية بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينة و تركيز أو بروز الموضوعات نفسها لدى الجمهور المتلقي.
- يختلف تأثير وضع الأجندة على التأثير المباشر لنظرية الحقنة تحت الجلد، فالتأثير المميز لوضع الأجندة يفترض تركيز الاهتمام حول قضايا أو أحداث أو أشخاص معينين و تحديد الأهمية التي يمنحها الجمهور للموضوعات العامة ، إذ يميل الجمهور إلى إبراز

⁹²اقتبس اسم هذه النظرية من كلمة الأجندة أو جدول الأعمال الذي يبحث في اللقاءات و الاجتماعات و المواضيع التي سوف يتم مناقشتها هذه اللقاءات و ترتيبها حسب أهميتها و هو الشيء ذاته تقوم به وسائل الإعلام أي لها جدول الأعمال الخاص و أجندتها.

⁹³ كمال الحاج ، م س ذ ، ص: 138

أو استبعاد ما تنشره وسائل الإعلام ، فوسائل الاتصال الجماهيري تستطيع أن تنتشر و لكنها ليست بالضرورة أداة إقناع في كل الحالات .

• تلعب تؤثر وسائل الإعلام و قوي على الرأي العام ، إلا أن طريقة استخدام الناس لوسائل الإعلام تؤثر في دور وسائل الإعلام و تأثيرها على القضايا العامة ، بمعنى آخر هناك علاقة تأثير تبادلية بين وسائل الاتصال الجماهيري و الجمهور ، فكما يؤثر الإعلام في الرأي العام للجمهور ، تلعب حاجيات و اهتمامات الجمهور دورا أساسيا في وضع أجندة الإعلام .

• تقوم وسائل الإعلام بتدعيم الأجندة أكثر من تحديد الأولويات و الاهتمامات الجديدة ، فهي تعمل بشكل مستمر بتدعيم القيم السائدة في المجتمع ، و إضفاء الشرعية على مواقع الصفوة ، أكثر من تكوين قضايا جديدة و الدفاع عنها ، وهذا يعود لطبيعة وسائل الإعلام باعتبارها مصادر معلومات غير مستقلة لوضع القضايا و القيم التي تشكل الأجندة السياسية.

• إن الفكرة السابقة تبرر و تفسر عملية انتقال الأجندة السياسية من الصفوة ثم وسائل الإعلام ثم الجمهور ، ولكن هتا لا يمنع من حدوث العملية في الاتجاه المعاكس فعند حدوث ظروف استثنائية يؤثر الرأي العام في وضع أجندة الإعلام.

• إن المنظور الأوسع لتحديد الأولويات لا تقف حدوده عند التغطية الإعلامية لقضية ما و تشكيلها لأجندة الجمهور في وقت زمني معين ، ولكنه يتعدى ذلك إلى الأجندة السياسية كسلسلة أو مجموعة من القيم الاجتماعية التي تضيف عليها وسائل الإعلام صفة الشرعية عبر فترة ومنية طويلة. فوسائل الإعلام تجعل قيم وأفكار معينة تسود في المجتمع و تخلق نوعا من السيطرة . وفي هذا الإطار يقول جنوتس Janowits "إن تأثير وسائل الإعلام ليس في التحويل الدرامي المفاجئ لقضايا و اهتمامات الرأي العام ، ولكنه يتمثل

في وضع الحدود أو الإطار العام للمناقشات و المناظرات العامة للقضايا الخلافية فحسب جنوتس تتمثل الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام في إضفاء الشرعية أو القبول الاجتماعي لأفكار و مفاهيم معينة ، و استبعاد أفكار و مفاهيم أخرى من الجدل أو النقاش السياسي.

- تقوم وسائل الإعلام بوظيفة جديدة لكل قضية تحتل مكانا في أولويات اهتماماتها ، إذ تقوم بتغطية القضية في شكل متماسك من المعلومات و هذا من خلال انتقاء الآراء و الأفكار بشكل متناغم ، و إبعاد عن الآراء و الأفكار المتنافسة ، ما يخلق صورة ذهنية تبدو موضوعية حول هذه القضية.

- توجد مصادر مختلفة تنافس وسائل الإعلام في وضع الأجندة منها خبرة الفرد الشخصية و تأثير الجماعة ، و الظروف المحيطة بالفرد.⁹⁴

د) افتراضات نظرية ترتيب الأولويات

يطرح "ماكويل" افتراضات نظرية وضع الأجندة كالاتي :

➤ يثور الجدل العام حول بروز القضايا (أجندة ما يحدث)

➤ تتولد هذه الأجندة من الرأي العام واقتراحات الصفوة السياسية.

➤ تؤدي هذه الاهتمامات المتنافسة إلى بروز قضاياها.

➤ تنتقي أخبار وسائل الإعلام قضايا لتركز عليها أو العكس وفقا لمجموعة من الضغوط

خاصة المتعلقة منها باهتمامات الصفوة والرأي العام، والأحداث التي تقع في العالم الحقيقي.

➤ يؤدي ذلك إلى أن مخرجات هذه الوسائل تتسبب في شهرة وبروز الاهتمام بهذه القضايا، مما يؤثر في إدراك جمهورها للأجندة الحالية، إضافة إلى وجود تأثيرات أخرى تتعلق بإبداء الآراء وتقويم ما يحدث في المشهد السياسي.

هـ) العوامل المؤثرة في نظرية ترتيب الأولويات

العوامل المؤثرة في وضع (الأجندة) الأولويات والاهتمامات:

- طبيعة القضايا : تهتم وسائل الإعلام بأنواع محددة من القضايا حسب طبيعتها، فهناك قضايا ملموسة يمتلك الجمهور فيها خبرة مثل البطالة و قضايا غير ملموسة و غير محسوسة مثل ثقب الأوزون ، كما يوجد قضايا محلية و قضايا عالمية بالإضافة إلى القضايا ذات البدايات مثل الحروب و القضايا غير محددة البدايات مثل المشاكل الاقتصادية...و غير ذلك من القضايا
- الخصائص السكانية (الديموغرافية) و الخاصة للجمهور
- درجة اهتمام الجمهور بالقضايا
- الاتصال الشخصي و الجمعي : فقد يدعم قادة الرأي و اتصالاتهم الشخصية مع الأفراد و الجماعات اهتمامات وسائل الإعلام.
- توقيت إثارة القضية: فحسن اختيار توقيت عرض القضايا من أهم المتغيرات التي تؤثر في عملية ترتيب الأولويات للجمهور المستهدف.

و) الانتقادات التي وجهت إلى النظرية

على الرغم من تعدد البحوث التي أجريت لاختبار فروض نظريات ترتيب الأولويات، إلا أنها مازالت تتعرض إلى العديد من صور النقد منها :

• أغفلت دراسات ترتيب الأولويات التأثير التراكمي لمضامين وسائل الإعلام، وركزت على الآثار قصيرة الأمد .

• يرى البعض أن الارتباط لا يعني السببية، حيث إنه من المحتمل أن تكون التغطية الإخبارية بالصحف والتلفزيون قد عكست الاهتمام الفعلي لدى الجمهور بهذه القضايا وليس العكس ويتأكد ذلك الجدل بشكل خاص فيما يتعلق بالقضايا الملموسة التي لدى الجمهور خبرة شخصية بها ، ولا يدخل في ذلك الجدل القضايا المجردة ، التي تعد وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد بالنسبة للجمهور للاستقصاء المعلومات حولها، بالإضافة إلى صعوبة تحديد مصدر التأثير نظرا لوجود عدة أجندات مركبة في المجتمع، مع مراعاة تأثير الاتصال الشخصي وتأثير صانعي القرار .

• لا يوجد تحديد قاطع من الأسبق أجندة الجمهور أو أجندة وسائل الإعلام؟ ولما لا يكون الفرض بالمعكوس هو الصحيح بأن الجمهور هو الذي يصنع أجندة وسائل الإعلام.

• إنَّ الطابع الأمريكي المهيمن على فرضيات ترتيب الأولويات أدى إلى اتهامها بالمحلية، ويبقى التحدي الذي يواجه النظرية هو إمكانية تطبيقها بشكل سليم خارج المجتمع الأمريكي، حيث أنه لا يوجد نظام سياسي متساو تماما مع النموذج الأمريكي .

• إن نظرية ترتيب الأولويات أقرب إلى نظريات الإعلام السياسي منها إلى الإعلام العام، لارتباط نشأتها بالحملة الانتخابية .

• انتقد "ديفيس" و"روبنسون" 1986 دراسات الأجندة لأنها تركز على معرفة تأثير الأجندة في جعل الجمهور يفكر في قضايا معينة للإجابة على سؤال (ماذا؟) مع إهمال واضح لإعطاء إجابات عن العديد من الأسئلة الأخرى، ومنها: كيف تعد هذه القضايا هامة؟ وأين تحدث هذه الأشياء؟ ولماذا تعد هذه القضايا بالذات هامة؟

بالرغم من تلك الانتقادات إلا أنَّ هناك إجماع لدى الباحثين على أنَّ بحوث ترتيب الأولويات قد ساهمت في زيادة فهم دور وسائل الاتصال في المجتمع ، وعززت من استخدام مفهوم الآثار بعيدة المدى للتأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام.

3.3.7 نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory

إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من نظريات التأثير المعتدل ،فهي تبحث في الأسباب التي تجعل من وسائل الإعلام أحيانا آثار قوية مباشرة و أحيانا آثار ضعيفة و غير مباشرة ، كما أنها نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع الحديث باعتباره تركيبا عضويا يتكون من مجموعة من الأنظمة الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و غيرها من الأجزاء المترابطة مع بعضها البعض و تعتبر وسائل الإعلام جزء من هذه الأنظمة ، وهي في هذا الإطار تبحث عن العلاقات التي تربط بين هذه الأجزاء سواء كانت علاقات صراع أو تعاون ، ديناميكية أو ثابتة ،مباشرة وقوية أو ضعيفة و غير مباشرة .

و كما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام و النظام الاجتماعي و الجمهور ، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم الإعلام جميعها أو مع جزء منها (التلفزيون أو الصحف ...).

أ) نشأة و ركائز النظرية

قامت الباحثتان ساندرا بول روكتيش و ميلفين ديفلير (1976م) بوضع إطار لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، و يعود جذور هذه النظرية إلى نظرية الاستخدامات و الإشباعات فكلما يركز على العلاقة بين الأهداف الفردية و النظام الإعلامي ، كما أن كلاهما تتبعان مداخل وظيفية اجتماعية .

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين هما :

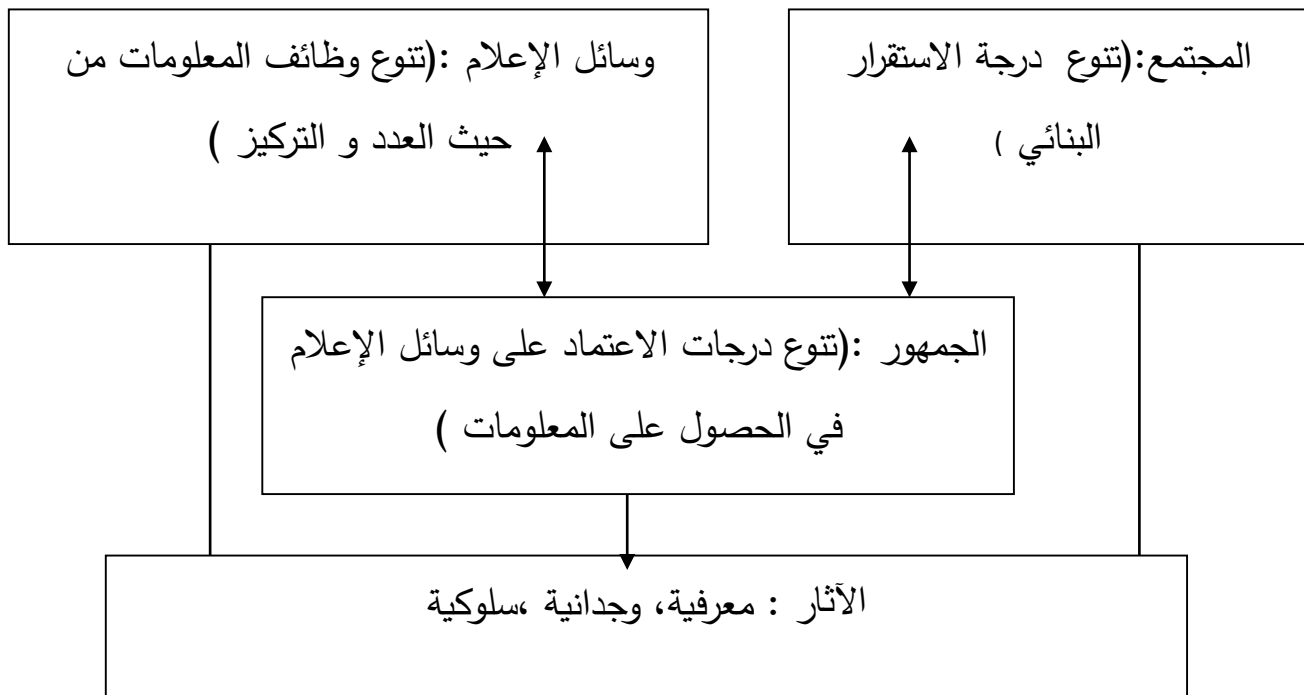
- الأهداف : لكي يحقق الأفراد و المنظمات و المجتمعات أهدافهم الشخصية و الاجتماعية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاصا أو جماعات ، و العكس صحيح

- المصادر : يسعى الأفراد و المنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم ، و تعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد و المنظمات من أجل بلوغ أهدافهم ، و تتحكم وسائل الإعلام في ثلاث أنواع من المصادر وهي: جمع المعلومات⁹⁵ ، تنسيق المعلومات ، نشر المعلومات.⁹⁶

(ب) نموذج الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و النظام الاجتماعي و الجمهور

تقترح ساندرا بول روكيتش و ملفين ديفلير النموذج التالي للتعبير عن الاعتماد المتبادل Interdependence بين كل من وسائل الإعلام و النظم الاجتماعية الأخرى و الجمهور .

(Defleur .&Rokeach 1982:243)



شكل رقم 02 : العلاقة التبادلية بين المجتمع و وسائل الإعلام و المجتمع

⁹⁵ حسب مؤسسا النظرية بول روكيتش و ديفلير تشير كلمة المعلومات إلى كل أنواع الرسائل الإعلامية سواء كانت رسائل إخبارية أو رسائل تسليية

⁹⁶ حسن السيد مكاي ، ص ص : 314-315

علاقة وسائل الإعلام بالاقتصاد في المجتمع الأمريكي

يعتمد النظام الاقتصادي في المجتمع الأمريكي على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

- ترويج و تدعيم قيم الرأسمالية
- تأسيس و صيانة العلاقة بين المنتج و البائع و المستهلك أو المشتري
- التحكم في الصراعات الداخلية التي تهدد المنظمات الاقتصادية
- التطوير التكنولوجي و صناعة منتجات أكثر تقدماً لتقليل النفقات و تحقيق التنافسية.
- الوصول إلى جماهير واسعة .
- وفي المقابل تعتمد وسائل الإعلام على النظام الاقتصادي لتحقيق هذه الأهداف :
- الربح المادي من الإعلانات
- التوسع في المشروعات الإعلامية للوصول إلى مختلف الجماهير .
- التطوير التكنولوجي للصناعة الإعلامية
- و هكذا نلاحظ أن هناك اعتماد متبادل بين النظام الاقتصادي و النظام الإعلامي.

علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي

- يستخدم النظام السياسي وسائل الإعلام في المجتمع الأمريكي لتحقيق :
- زيادة و تدعيم القيم السياسية .
 - الحفاظ على النظام السياسي
 - التحكم في الصراعات السياسية مثل صراع الأحزاب

في المقابل تستخدم وسائل الإعلام النظام السياسي ل :

- اكتساب الحماية التشريعية و القضائية و التنفيذية
- الحصول على المعلومات لتغطية الأخبار السياسية
- تحقيق عائد مادي من الإعلانات السياسية

رغم وجود هذه العلاقات التبادلية بين الأنظمة الإعلامية و الأنظمة الاقتصادية و السياسية ، إلا أن هذا لا يمنع من حدوث صراعات بين هذه الأنظمة و النظام الإعلامي و هذا بسبب رغبة رجال الأعمال و السياسة في التحكم في السياسة الإعلامية للمؤسسات الإعلامية و فرض الرقابة على النشر خاصة في مواضيع الفساد و المواضيع الحساسة .

الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و الأفراد

يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف خاصة و اجتماعية تتمثل في :

- الفهم الاجتماعي و معرفة الذات والمجتمع و العالم و الحصول على الخبرات .
- التوجيه و الإرشاد في كيفية التعامل مع المواقف الصعبة و الجديدة
- التسلية المنعزلة مثل الراحة و الاسترخاء عند قراءة مجلة و التسلية الاجتماعية مثل الذهاب إلى السينما .⁹⁷

ج) افتراضات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على الافتراضات التالية:

- تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة الاعتماد على وسائل الإعلام ، فكلما زاد استقرار المجتمع قل الاعتماد على وسائل الإعلام ، و العكس صحيح .
- تزداد درجة الاعتماد على النظام الإعلامي السائد في مجتمع ما في حالة قلة قنوات الإعلام الأخرى .
- تتأثر درجة الاعتماد على وسائل الإعلام باختلاف خصائص الجمهور السكانية و الخاصة.⁹⁸

(د) تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام:

التأثيرات المعرفية

تعمل وسائل الإعلام على ازاحة الغموض في القضايا المبهمة و تشكيل الاتجاهات حول هذه القضايا و ترتيب اهتمامات الجمهور بحيث تتناسب مع اهتمامات وسائل الاتصال و توسيع الاعتقادات و الترويج للقيم الاجتماعية .

التأثيرات الوجدانية

يؤثر التعرض المكثف لصور العنف على الجانب العاطفي و الوجداني للأفراد ويؤدي إلى الفتور العاطفي و زيادة مشاعر الخوف و الحزن و القلق ، كما أن التعرض المستمر للثقافة الغربية في المجتمعات غير الغربية يؤدي إلى زيادة الشعور بالاغتراب

التأثيرات السلوكية

حسب روكيتش و ديفلير يؤدي التعرض المكثف لوسائل الإعلام على :

التنشيط: و هو شعور الفرد بالحماس للقيام بسلوك ما قد يكون ايجابي أو سلبي نتيجة التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري.

الخمول : وهو عدم الرغبة في القيام بسلوكيات معينة سواء كانت سلبية أو ايجابية كنتيجة لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام .⁹⁹

هـ) مميزات النظرية

أجمعت عدة دراسات على أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تنفرد على غيرها من النظريات ب :

- تقديم مجال واسع من التأثيرات المحتملة ، وهو سبب تسميتها في بعض الأحيان بالنموذج العارض .
- توجيه الاهتمام بالظروف التاريخية و البناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الفردية.
- تضع النظرية في اعتبارها أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور من شأنه أن يؤثر على النظام الاجتماعي أولا ، ثم النظام الإعلامي ذاته في مرحلة لاحقة .
- توضيح النظرية أن الجمهور يتأثر بوسائل الإعلام و يؤثر فيها أيضا ، و في النظام الاجتماعي ككل .
- حاولت النظرية أن تتجنب نماذج التأثير المباشر و نماذج التأثير المحدود ، و نماذج عدم وجود تأثير لوسائل الإعلام .¹⁰⁰

و) نقد النظرية

رغم المميزات الكثيرة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلا أنه وجه لها ملاحظات في بعض النقائص التي تضمنتها مثل:

- مبالغتها في تقييم الاعتماد على وسائل الإعلام.

- تضخيم تأثير وسائل الإعلام أثناء الأزمات .
- إهمال النظرية لتأثير الاتصال الشخصي و الجمعي .
- ركزت النظرية على المستوى الفردي في الاعتماد على وسائل الإعلام في حين أهملت المستوى الجماعي .¹⁰¹

4.7 نظريات التأثير القوي (غير المباشر)

1.4.7 نظرية دوامة الصمت

تؤكد الباحثة الألمانية إيزابيث نويل نيومان A.N.Neumann1980 من خلال هذه النظرية على قوة وسائل الاعلام في تكوين الرأي العام ، و أن الفرد لا يعلن عن رأيه الحقيقي ، بل يفضل الاحتفاظ به ، و عدم البوح به للآخرين ، إذا شعر بأن أغلبية الافراد لهم رأي آخر مختلف ، و تفسر النظرية هذه الظاهرة (عدم البوح بالرأي) بخوف الفرد من العزلة عن الآخرين في حال ما اعرابه عن رأيه المخالف لرأيهم (رأي الغالبية) .

إن نظرية دوامة الصمت (لولب الصمت) من نظريات الرأي العام التي تهتم بالتأثير الواسع لوسائل الاتصال الجماهيري على مستوى الرأي العام ، و لكن في الاتجاه المعاكس، ففي الوقت الذي تهتم فيه وسائل الاعلام ببناء صور عامة للقضايا ، نجدتها في الوقت ذاته تضغط على الآخرين لإخفاء آرائهم و وجهات نظرهم التي يرون أنها لا تتفق مع الرأي العام الذي تشكله وسائل الاعلام ، و هذه هي فكرة قيام تدعيم الصمت أو تصاعد الإحساس بتباين الرأي و الأفكار مع المجموع ، ما يدفع الفرد على الالتزام بالصمت خوفا من العزلة و هو جوهر مصطلح لولب الصمت Spiral Of Silence .¹⁰²

أ) مفهوم الرأي العام في نظرية دوامة الصمت

تميز نيومان نموذجين لتعريف الرأي العام ، يركز الأول على الجانب المنطقي و يعتبر الرأي العام أنه الحكم الاجتماعي الذي تصل اليه الجماعة الواعية لإحدى القضايا التي تهمها ، بعد نقاش واسع و عام حول القضية .أما الاتجاه الثاني و هو النموذج الذي تنطلق منه نظرية دوامة الصمت ، حيث يرى أصحاب النظرية أن المجتمع يشعر الافراد بتهديد العزلة الاجتماعية في حال لم يتبنوا رأي الأغلبية و يعبروا عنه ، و يعرف الرأي العام هنا بأنه قوة ضبط اجتماعي و أنه الآراء التي يمكن التعبير عنها دون مخاطرة أو عزلة اجتماعية ، و بهذا التفسير لمفهوم الرأي العام و تكوينه تضيف نيومان أهمية إضافية بعد اجتماعي و نفسي في تحليل الرأي العام .¹⁰³

ب) خصائص قوة وسائل الاعلام

لقد طورت اليزابيث نويل نيومان نظريتها اعتمادا على البحوث التجريبية التي قامت بها أثناء عملها في هذه النظرية ، و قد رصدت ثلاث متغيرات أساسية تساهم في زيادة قوة تأثير وسائل الاعلام و هي :

- التأثير الكمي من خلال التكرار : حيث تقوم وسائل الاعلام بتقديم رسائل مشابهة و متكررة حول قضية ما أو موضوع ما أو شخص محدد ، بحيث يؤدي هذا العرض التراكمي الى التأثير على المتلقي على المدى البعيد ، دون إرادة منه و مهما كانت قوة حصانته ضد الرسائل الإعلامية .

- التسيير اللاإرادي للمتلقي و التأثير الكلي عليه : اذ تسيطر وسائل الاعلام على جمهور و تحاصره في كل مكان (البيت ، الشارع ، المقهى ، المتاجر ، العمل

(...) و تهيمن على بيئة المعلومات المتاحة له ، بحيث تشكل و دون إرادة منه، كل نظرتة للعالم و الأشياء المحيطة به.

- التجانس و الهيمنة الإعلامية : و يعني أن القائمين على الاتصال يقدمون رسائل إعلامية منسجمة مع أصحاب هذه المؤسسات الإعلامية و صناع قرارها و التي هي بدورها تكون منسجمة مع أصحاب المصالح الكبرى و هو ما يؤدي الى تشابه الرسائل الإعلامية التي تنقلها مختلف الوسائل الإعلامية و تجانسها مما يزيد من قوة تأثيرها على الجمهور .¹⁰⁴

(ج) العوامل التي تدفع بالناس لإبداء آرائهم

كما ترى نيومان أن هناك عوامل عديدة تجعل الناس يحرصون على ابداء آرائهم و المشاركة بها و هي :

- إن كان رأي الفرد متوافق مع رأي الجماعة، فإن ابداء الرأي يمنح له إحساسا بالانتماء الى رأي الأغلبية ، أما ان كان رأيه مخالف لرأي الأغلبية فإنه يلتزم الصمت.
- يميل الفرد الى التخاطب مع من يتفقون معه في الآراء أكثر مع من يختلفون معه.
- تقدير المرء لذاته يدفعه الى ابداء رأيه .
- يميل الافراد الى ابداء آرائهم عندما يشعرون أنهم أكبر عددا و يمثلون الأغلبية ، و أحيانا تشجعهم القوانين على ذلك ، بينما في غير هذه الحالات سوف يميل

الفرد للالتزام بالصمت ، و يزداد هذا الصمت كلما ازداد الضغط لصالح الأغلبية

.

- هناك فئات اجتماعية تميل الى الحوار و ابداء الرأي و المشاركة بسهولة و هم الرجال و صغار السن و الطبقة المتوسطة و الأعلى .¹⁰⁵

(د) الافتراضات الأساسية للنظرية

- كل الافراد لديهم القدرة على استكشاف و التعرف على رأي الأغلبية.
- لدى الانسان الطبيعي إحساس الخوف من العزلة الاجتماعية لذا فإنه يتجنب السلوكيات التي تؤدي الى العزلة الاجتماعية و منها اختلاف الرأي .
- يتجنب الافراد التعبير عن آرائهم اذا كانت مخالفة لرأي الغالبية ، خوفا من العزلة الاجتماعية.

(هـ) الافتراضات الثانوية أو الفرعية

- يقدم كاتز فكرة دوامة الصمت من خلال مجموعة افتراضات فرعية و هي :
- كل أفراد المجتمع لديهم آراء
 - لاعتبارات تتصل بالخوف من العزلة الاجتماعية ، فمن غير المتوقع أن يعبر الافراد عن آرائهم إذا أدركوا انهم غير مؤيدين من الآخرين .
 - يسعى الافراد لفحص البيئة المحيطة بحثا عن علاقات التأييد .
 - تشكل وسائل الاعلام المصدر الأساسي للحصول على المعلومات حول توزيع الآراء (رأي الأغلبية ، رأي الاقلية) ، و من ثم مناخ التأييد أو عدم التأييد .

- تشكل بعض الجماعات المرجعية مصدرا للمعلومات لبعض الافراد بشكل تنافسي مع وسائل الاعلام .
- يتجه خطاب وسائل الاعلام ليكون أحادي الاتجاه ، و غالبا ما يكون هو الرأي المسيطر .
- حينما يدرك الافراد أن آرائهم لا تحظى بالتأييد من جانب الآخرين ، فإنهم سيفقدون الثقة و ينسحبون من المناقشات الجماهيرية العامة ، و يفضلون الصمت ، الا أنهم لا يغيرون من آرائهم الشخصية .
- بتحقق التأثير القوي لوسائل الاتصال من خلال السيطرة على المجتمع و سلبه قوته ، و ينبغي التأكيد على أن هذا التأثير ليس مباشرا.¹⁰⁶

(و) انتقادات النظرية

- لم يتم التقبل الكلي لنظرية دوامة الصمت من قبل الباحثين في الولايات المتحدة الامريكية و ألمانيا ، اذا وجهت لنيومان انتقادات تركزت معظمها في النقاط التالية :
- إن مفهوم الأقلية الصامتة غير دقيق ، فكثيرا ما يقوم هؤلاء الأقلية بالنقاش و الاعتراض و بشكل قوي رغم الاختلاف مع رأي الأكثرية.
- لا يرجع صمت الأفراد بالضرورة الى الخوف من العزلة الاجتماعية ، و انما يرجع الى عدم الالمام الكافي بالقضية المطروحة للنقاش ، أو جهلهم بها أصلا .
- الشك في افتراض التكرار و الهيمنة و التسيير اللاإرادي للفرد من قبل وسائل الاعلام في تشكيل الرأي العام ، على الأقل في ظل الديمقراطيات الغربية (هل توجد في الواقع ديمقراطية غربية خاصة في الوضع الراهن ؟سؤال موجه لك أيه الطالب) التي تتعدد فيها

المصالح (المصالح في الدول الغربية تسيطر عليها اللوبيات الصهيونية) ، و يصعب على وسائل الاعلام ان تتبنى اتجاها واحد و ثابتا و دائما من القضايا المثارة ، و لفترة زمنية طويلة (هل كانت المعالجة الإعلامية للحرب الأخيرة للكيان الصهيوني على غزة في الاعلام الغربي ثنائية الاتجاه و غير ثابتة و دائمة) .

• إن وسائل الاعلام لا تعبر بالضرورة عن رأي الأغلبية ، بل تعكس أحيانا رأي الأغلبية المزيفة التي تروج لها ،

• من الصعب تفسير الرأي العام و تشكله بمعزل عن دور المعلومات و التجارب التي يحصل عليها الفرد من خلال البيئة السياسية و الاجتماعية المحيطة به ، و خاصة في القضايا المهمة .¹⁰⁷

2.4.7 نظرية الحتمية التكنولوجية لوسائل الاعلام Technological Determinism

Theory

تعد نظرية "ماكلوهان التكنولوجية" لوسائل الإعلام من النظريات الحديثة التي بحثت عن دور وسائل الاعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات .ولكن السؤال الأهم

الذي يجيب عليه ماكلوهان: هل يمكن أن تعالج وسائل الإعلام مشاكل المجتمع، فيوضح أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعته أي المجتمع وكيفية معالجة مشاكله ، ليرد عليه الدكتور "عزي عبد الرحمان" أن القيم السائدة في المجتمع هي التي تحدد نوع الوسيلة أي القناة و تعبر عن أصل المجتمع .

أ) التعريف بالنظرية

ان النظرية التي جاء بها مارشال ماكلوهان في الستينات من القرن العشرين هي اكثر النظريات الاعلامية انتشارا و وضوحا في الربط بين الرسالة و الوسيلة الاعلامية و التأكيد على اهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال و تأثيره حيث يرى ماكلوهان (إن الوسيلة هي الرسالة)، ويوضح ان مضمون وسائل الاعلام لا يمكن النظر اليها مستقلا عن تقنيات الوسائل الاعلامية فالموضوعات و الجمهور التي توجه له مضمونها يوثران على ما تقوله تلك الوسائل و لكن طبيعة وسائل الاعلام التي يتصل بها الانسان تشكل المجتمعات اكثر ما يشكلها مضمون الاتصال ،و هذه النظرية سميت بالنظرية الحتمية التكنولوجية او بمصطلح اخر للنظرية التكنولوجية لوسائل الاعلام¹⁰⁸

الحتمية التكنولوجية

هي نظرية اختزالية تفترض أن تكنولوجيا المجتمع تحدد تطور بنيته الاجتماعية وقيمه الثقافية ، تسعى الحتمية التكنولوجية إلى إظهار التطورات التقنية أو وسائل الإعلام أو التكنولوجيا ككل ، باعتبارها المحرك الرئيسي في التاريخ والتغيير الاجتماعي¹⁰⁹.

¹⁰⁸ منال هلال المزاهرة، (2012)، نظريات الاتصال ، ط1 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، ، ص : 361

¹⁰⁹ كونز ، وليام ، (2006) ، التكتلات الثقافية: التوحيد في صناعة السينما والتلفزيون

حتمية وسائل الإعلام كشكل من أشكال الحتمية التكنولوجية

حتمية وسائل الإعلام هي شكل من أشكال الحتمية التكنولوجية، وهو موقف فلسفي واجتماعي يفرض قوة وسائل الإعلام للتأثير على المجتمع¹¹⁰ أصحاب هذه النظرية هما العالمان الكنديين هارولد إينيس و مارشال ماكلوهان .

اعتبر ماكلوهان بأن الموصفات الأساسية للاتصال المسيطرة في فترة زمنية هي التي تؤثر على التفكير و كيفية تنظيم المجتمعات أكثر من مضمون الرسالة الاتصالية من منطلق ان التحول في تكنولوجيا الاتصال يؤدي الى التحول في التنظيم الاجتماعي بل في حواس الانسان التي تصبح الوسائل امتداد لها ، كاميرا هي امتداد للعين ، الميكروفون للسمع ، الحاسبات الالية للعقل¹¹¹.

ب)فرضيات نظرية مارشال ماكلوهان

إن نظرية مارشال عبارة عن تصورات لتطور وسائل الاتصال و تأثيراتها على المجتمعات الحديثة، و تعتمد هذه النظرية على ثلاث فرضيات أساسية وضعها ماكلوهان و هي كما يلي :

• الوسيلة هي الرسالة

بمعنى ان طبيعة كل وسيلة و ليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات على أساس ان لكل وسيلة جمهورها الخاص الذي يتكيف مع ما تعرضه الوسيلة و خصائصها و مميزاتها. فطبيعية وسائل الاعلام المستخدمة في كل مرحلة تساعد على تشكيل المجتمع اكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على هذا التشكيل و الوسيلة هي الرسالة تعني بالإضافة الى ذلك أشياء أخرى الى ان لكل وسيلة جمهوراً من الناس الذين يفرق حُبهم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها ، بمعنى اخر التلفزيون كوسيلة هو محور الاهتمام كبير ،

¹¹⁰ حتمية وسائل الإعلام في الفضاء الإلكتروني

¹¹¹ يسام عبد الرحمن ، مشاقبة ، (2015) ، نظريات الاتصال ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، ص : 198

فكما يحبوا الناس ان يقرأوا من اجل الاستمتاع بممارسة تجربة المطبوع ، و كما يجد الكثيرون المتعة في التحدث الى أي شخص في التلفون ، كذلك يحب البعض التلفون بسبب الشاشة التي تتحرك عليها الصور و الصوت، علاوة على ذلك فالرسالة هي الوسيلة هي تأثير الاشكال التي تظهر بها على المجتمع ، والرسالة المطبوعة كانت كل جوانب الثقافة الغربية التي اثر عليها المطبوع ، والرسالة في وسيلة السينما هي مرحلة الانتقال من الروابط السطرية الي الاشكال . فهناك وسيلة افضل من وسيلة أخرى في اثارة تجربة معينة ، مثلاً كرة القدم افضل في التلفزيون من الراديو او في عمود الصحيفة ، و مباراة كرة القدم الرديئة على شاشة التلفزيون اكثر اثارة من مباراة عظيمة تذاع بالراديو ، و لكن على العكس من ذلك اغلب تحقيقات الهيئات النيابية ، اقل اثارة لملل في الصحيفة عنها في التلفزيون ، و يبدو ان كل وسيلة فيها (ميكانيك) خاص بها يجعل بعض الموضوعات افضل من موضوعات أخرى.¹¹²

• القرية العالمية

يقول "ماكلوهان" في كتابه الشهير "الوسيلة هي الرسالة إننا نعيش الآن في قرية عالمية وان الوسائل الإلكترونية الحديثة ربطت كلاً منا بالآخر وبالتالي فإن المجتمع لن يعيش عزلة بعد الآن وهذا يجبرنا على التفاعل والمشاركة فقد تغلبت الوسائل الإلكترونية على القيود والوقت والمسافة وأدت إلى استمرار اهتمامنا كمواطنين بالدول الأخرى فالرصد الذي اتبعه في تطور المجتمعات وتحولها من الثقافة الشفهية إلى اللغة المكتوبة ومن الثقافة المكتوبة إلى الثقافة الإلكترونية جعله يتصور أنه أدرك نهاية هذا التطور باكتمال بناء القرية العالمية التي تتوحد فيها حاجات الناس ومتطلباتهم إلى جانب وعيهم ومواقفهم ورؤاهم وربما

مشاعرهم حيال الآخرين والأشياء وبعبارة أخرى قدرة وسائل الإعلام على إعادة إنتاج الوعاء
الفكري الموحد في جميع أنحاء العالم.¹¹³

• الوسائل الساخنة والوسائل الباردة

اهم ما جاء في نظرية ماكلوهان عن وسائل الاتصال ، انه يقسم هذه الوسائل الى وسائل
باردة ووسائل ساخنة ، و يقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهدا إيجابيا
في المشاركة و المعاشية و الاندماج فيها، اما الوسائل الساخنة هي تلك الوسائل الجاهزة
المحددة نهائيا ، فلا تحتاج من المشاهد او المستمع الى جهد يبذل او مشاركة او
معاشية.¹¹⁴ فيعتبر “ماكلوهان” المطبوع والراديو من الوسائل الساخنة و التلفزيون من
الوسائل الباردة التي تحتاج إلى أقصى درجة من الجهد الخيالي من طرف المتفرجين.
الوسيلة الساخنة أو التجربة الساخنة، درجة وضوحها الطبيعية مرتفعة ، فهي على درجة
عالية من الفردية، كما أن بها قدرا كبيرا من المعلومات المطلوبة ولا تحتاج إلى مساهمة
كبيرة من جانب المتلقي.¹¹⁵ أما الوسيلة الباردة فدرجة وضوحها منخفضة والمعلومات التي
تتلقاها أيضا منخفضة وتتطلب من الجمهور المساهمة لتكملة التجربة، صورة التلفزيون
درجة وضوحها منخفضة لذلك يضطر الفرد إلى المساهمة أو الاشتراك سيكولوجيا بدرجة
كبيرة أي يضطر المتفرج إلى أن يملأ المساحات التي يشاهدها بالعقل. يسمى “ماكلوهان”
التلفزيون وسيلة باردة والصحافة وسيلة ساخنة بسبب المدى الذي تشترك به حواسنا في كل
منها وتأثير كل وسيلة على بناء المجتمع يتوقف إلى حد كبير على درجة حرارتها، فإن
الوسيلة الساخنة تسمح بمساهمة أقل من الوسيلة الباردة.¹¹⁶

¹¹³ إبراهيم إمام، الاتصال و الاتصال بالجمهور، المكتبة الانجلو-مصرية، القاهرة، ص 10.

¹¹⁴ منال هلال المزاهرة ، م س ذ ، ص 373

¹¹⁵ Mc Luhan (M), **Pour comprendre les médias** , p 99

¹¹⁶ مازن عرفة ، (2002) ، مجتمع المعلومات العالمي والنموذج الحضاري، عمان: دار الورق، ص 6

ج) تطور الاتصال حسب مارشال ماكلوهان

قسم ماكلوهان تطور الاتصال الى اربع مراحل تعكس في رأيه التاريخ الإنساني و هي :

– **المرحلة الشفوية** : أي مرحلة ما قبل التعلم ، أي المرحلة التي كانت تعتمد على الاتصال الشفهي و التي استغرقت معظم التاريخ البشري

– **مرحلة الكتابة** : و التي ظهرت في اليونان القديمة و استمرت ألفي عام

– **مرحلة عصر الطباعة** : و التي ابتدأت من عام 1500 الى عام 1900 تقريبا

– **مرحلة وسائل الاعلام الالكترونية** : و التي ابتدأت من عام 1900 تقريبا حتى الوقت الحاضر¹¹⁷

د. الحتمية القيمية لعزي عبد الرحمان و مقارنتها بالحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان

قيمية الدكتور عزي عبد الرحمان : تحصل المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي على شهادة الليسانس في الصحافة من جامعة الجزائر عام 1977 وعلى شهادة الماجستير في الصحافة 1980 وعلى الدكتوراه في سوسيولوجيا الإعلام عام 1985 من جامعة نورث تكساس بأمريكا. وقبل ذلك، عمل الأستاذ محررا (تغطية الأخبار المحلية) في جريدة "الشعب" اليومية (الجزائر) مدة سنتين. وتتجاوز خبرته في التدريس والبحث والإشراف 21 سنة إذ عمل كمدرس لمدة 3 سنوات في جامعة نورث تكساس، ثم كأستاذ مساعد فأستاذ مشارك فأستاذ لمدة 11 سنة بمعهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ثم كأستاذ لمدة 3 سنوات بقسم الاتصال بالجامعة العالمية الإسلامية ماليزيا ثم كأستاذ بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود لمدة 4 سنوات ثم أستاذًا بقسم الاتصال الجماهيري بجامعة الإمارات العربية

المتحدة لمدة 4 سنوات، ثم أستاذ بكلية الاتصال جامعة .الشارقة منذ 2006 والا شك أن كل باحث -كما أشار عبد الرحمن عزي نفسه- متأثر (عن وعي أو غير وعي) بخلفيته وتجربته ومجموعة من المؤثرات الثقافية المتعددة كالزمان , لذلك فإن فكر البروفيسور عزي لم يكن لينفصل عن البيئة التي نشأ وترعرع فيها فقد ذكر أنه فطم في بيئة بني ورتيلان الأمازيغية الواقعة شرق الجزائر مفعمة بالتعاليم الدينية وحفظ القرآن. كما أن إقامته بأمريكا بعض الوقت واحتكاكه المباشر مع أتباع مختلف النظريات جعله -كما اعترف بذلك هو نفسه- يدخل إلى مجال التنظير في الاتصال تحت تأثير بعض أدوات المنهجية الغربية. وقد رأى أن ذلك أمرا عاديا إذا اعتبرنا أن المنهجية تولد أدوات أو (طريقة عقلانية أو واقعية في الوصول إلى مجموعة من الحقائق النسبية. فالأدوات تملك (مجالا مستقلا و محايدا نسبيا .وقد مكنته تلك الأدوات من النظر إلى الذات والثقافة من زاوية نبش في التراث، فدرس ابن خلدون والنظرية الغربية، واستوقفته إسهامات مالك بن نبي أين أضاف عامل الإعلام إلى العناصر الأخرى المكونة لنظريته (لإنسان والتراب والزمان). ورغم أن إسهامات العلماء المسلمين الأوائل في نظرية الاتصال غير واضحة إلا أن عبد الرحمن عزي وجد في مناهجهم ما كان سندا أساسيا في تطوير نظريته ، كم درس بالجامعة العالمية الإسلامية بكوالالمبور " التي اعتبرها كثيرون مؤئل فكر الإسلام الحديث ويرى أن إضفاء الأسلمة على المعرفة الموجودة هو من باب الكسل الفكري والخوف من الاندماج في الآخر. تنطلق النظرية من افتراض أساس يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد، ولذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا. وبالمقابل، يكون التأثير سلبيًا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر . ويعتبر مفهوم السالب والموجب من بين المفاهيم الجديدة التي قدمها عبد الرحمن عزي بالإضافة إلى المخيال الإعلامي (في مقابل الرأي العام)، والزمن الإعلامي، والرأسمال الإعلامي الرمزي،

والوضع و الخيال "والتمعقل (من استخدام العقل) وفعل السمع والبصر، والبنية القيمية وغيرها.

أما أهم فرضيات نظرية الحتمية القيمية لعبد الرحمن عززي في:

أ. أن يكون الاتصال نابعا ومنبثقا من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع - أن يكون الاتصال تكامليا؛ فيتضمن الاتصال السمعي البصري، والمكتوب والشفوي الشخصي ، مع التركيز على المكتوب لأنه من أسس قيام الحضارات.

ب. أن يكون الاتصال قائما على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل لا أن يكون أحاديا متسلطا.

ج. أن يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الارتقاء .

جدول رقم (02) : المقارنة بين الحتمية التكنولوجية و الحتمية القيمية

رواد النظريتين والمفاهيم المشتركة	تفسيرات د.عزي عبد الرحمان	تفسيرات "مارشال ماكلوهان"
وسائل الإعلام	إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، يكون تأثيرها إيجابيا و يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة.	هي قسمين : أنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم و الأخرى أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي
الرسالة و الوسيلة	الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد (الدين الإسلامي)	تحدد طبيعة المجتمع والكيفية التي يعالج بها مشاكله. و الوسيلة امتداد للإنسان ولجهازه العصبي والتلفزيون يمد أعيننا والميكروفون يمد آذاننا.
مصطلح الاتصال	يوجد الاتصال في عدة أشكال منها : الاتصال السمعي البصري والمكتوب والشفوي الشخصي .كمأن الاتصال المكتوب من أسس قيام الحضارات.	يوجد حسب المراحل التاريخية : الاتصال الشفهي ثم الاتصال السطري يليه الاتصال المطبوع ثم الاتصال الإلكتروني التكنولوجي. كلها ساهمت في بناء الحضارة الإنسانية و كلما تطورت التقنيات تطور معها المجتمع.
القرية الكونية	لا وجود لهذه القرية بل استبدالها بمفاهيم جديدة مثل المخيال الاجتماعي و التمعقل	هي حتمية لا بد أن تعيشها الإنسانية مع زيادة تطور تقنيات الاتصال الحديثة.

8. نظريات الإعلام الجديد New Media Theories

تشهد الدراسات و البحوث العلمية في مجال الإعلام و الاتصال تحولات كبيرة نتيجة التطورات التكنولوجية المتسارعة في الآونة الأخيرة، فقد أفرزت هذه التكنولوجيا وسائل جديدة و غيرت كثيرا من وسائل الإعلام و الاتصال التقليدية و استخداماتها ، هذه التغيرات التي طرأت على البنية الاتصالية للمجتمعات نتج عنها بروز عدة تيارات بحثية سعت لمعالجة هذه الظواهر من جوانب مختلفة : المضمون و التمثلات و الاستخدامات و الأدوار كما تثير هذه التحولات الكثير من التساؤلات حول مدى ملائمة المفاهيم و النظريات في مجال الإعلام التقليدي لهذه البيئة الاعلامية الجديدة و مدى قدرتها على تأطير هذه الظواهر الجديدة و تفسيرها.

1.8 مفهوم الإعلام الجديد New Media

1.1.8 تعريف الاعلام الجديد

بقيت وسائل الإعلام التقليدية لفترة طويلة تسيطر على المشهد الإعلامي في المجتمعات الإنسانية المعاصرة ، غير أن هذه السيطرة عرفت في السنين الأخيرة تراجعاً كبيراً مع ظهور خدمة الجيل الثاني للانترنت ، و ظهور الاعلام الجديد الذي أعاد تشكيل خارطة العمل الاعلامي و الاتصالي بما تحمله من خصائص و مميزات (عالمية الانتشار ، سرعة الوصول و التفاعل ، قلة التكلفة...)

يعرف Laster Dictionary الإعلام الجديد بأنه "مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر و الوسائل التقليدية للإعلام ، الطباعة و التصوير الفوتوغرافي و الصوت و الفيديو"، و يمكن تعريفه كذلك بأنه تسخير التكنولوجيا في نشر الإخبار و المعلومات و المعارف من خلال عملية دمج وسائل الإعلام القديمة مع الأدوات الرقمية و شبكة المعلومات العالمية بما يحقق الاتصال التفاعلي بين المرسل و المستقبل بسرعة فائقة عبر تكنولوجيا الانترنت و مواقع الشبكات الاجتماعية التي تستخدم تقنية

الويب"¹¹⁸ و يقول "برودي دوغلاس" Brody Douglas " بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الجديد أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالانترنت "¹¹⁹.

2.1.8 مميزات الاعلام الجديد

و يتميز الإعلام الجديد بتنوع وسائله و سهولة استخدامها ، و هذه الخصائص غيرت من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال¹²⁰، ويعتمد على خاصية الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة و مؤثرة بطريقة أكبر و رفع الحاجز بين المتلقي و المرسل و تمكنهم من أن يناقشوا المضامين التي يستقبلونها.¹²¹

يحصّر نيغروبونتي Negroponte الميزات التي يتحلى بها الاعلام الجديد مقارنة بما سبقه في استبداله الوحدات المادية بالرقمية أو البتات بدل الذرات Bits Atoms not كأدوات رئيسية في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل الكتروني و ليس في شكل فيزيائي . و الميزة الأكثر أهمية هي أن الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع و القبيلة ،إلى أيدي الناس جميعا ، و قد تحقق هذا جزئيا عند ظهور مطبعة غوتنبرغ و تحقق أيضا عند ظهور التلغراف و أخذ سمته الكاملة بظهور الانترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق و حققت نموذج الاتصال الجمعي بين الناس¹²². ويرى فين كروسبي أن الإعلام الجديد يختلف عن الاتصال الجمعي و الشخصي كما يختلف عن الاتصال الجماهيري ، حيث أن الرسائل الفردية يمكن أن تصل إلى عدد غير محدد من البشر في الوقت ذاته ، و أن كل واحد من هؤلاء البشر له الدرجة نفسها من السيطرة و درجة الإسهام المتبادل نفسه في الرسالة، كما يرى أن القوة الصاعدة للإعلام

¹¹⁸ بن عيو وليد ، الإعلام الجديد : المفهوم، المداخل النظرية ، نظرة في الخصائص والعوامل ، ص 27

¹¹⁹ Brody Douglas : New media : New Perspective in communication, New York, Longman, 2008, p 13.

¹²⁰ سميرة شيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26، العدد الأول و الثاني، ص: 443

¹²¹ Terry Flew : New media, An introduction, New york, Oxford University Press, 2004, p16.

¹²² ياس الخضير البياتي، (2014)، الإعلام الجديد : الدولة الافتراضية الجديدة، ط، عمان : دار البداية، ص 360.

الجديد تتمثل في كونه سيحفز و يشجع على آليات جديدة كلياً للإنتاج و التوزيع ، ستخلق مفاهيم جديدة للأشكال الإعلامية و محتوياتها.¹²³

3.1.8 تصنيف الاعلام الجديد

رغم أن معهد ماسوشيتس للتكنولوجيا الأمريكي أكد أنه لا يمكن تصنيف الإعلام إلى جديد و قديم لان الإعلام كان و سيظل حالة انتقالية ، وكل وسائل الإعلام منذ بداياتها كانت جديدة في كل مرحلة . إلا أن "ريتشارد ديفس و ديانا أوين" وضعاً مدخل التصنيف الثلاثين للإعلام الجديد ، كما تم طرح التصنيف الثلاثي للإعلام الجديد على النحو التالي:

- الإعلام الجديد بتكنولوجية قديمة : و معناه التجديد الذاتي لوسائل الإعلام التقليدية كالراديو و التلفزيون و الصحف كاستخدام برامج الحوار الحية و برامج الإخبار الحية و تطبيق أساليب مستحدثة في بناء المواضيع و استخدام الانترنت و الشبكات المختلفة .
- الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة : و هو نتيجة إدماج التكنولوجيات و الوسائل مع بعضها البعض ، مما خلق فضاء اتصالي افتراضي تفاعلي لا حدود له .
- الإعلام المختلط : و فيه تزول الفوارق بين الإعلام التقليدية و الجديد و أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدود اصطناعية ، كما يحدث فيه تبادل للمنافع بين الإعلام الجديد و القديم .

4.1.8 تسميات الاعلام الجديد

ومن أهم التسميات التي ترادف الإعلام الجديد : الإعلام البديل ، الإعلام الرقمي ، الإعلام الاجتماعي ، الإعلام الخدماتي ، الإعلام الشبكي ، الإعلام الإلكتروني ، إعلام المواطن ، إعلام الشعب ، إعلام المصدر المفتوح ، مواقع التواصل الاجتماعي ، شبكات التواصل الاجتماعي ، الويب2، الانترنت المجتمعي ، الانترنت التشاركي .¹²⁴

¹²³. بن عيو وليد ، م س ذ ، ص 29.

¹²⁴ مفيدة بالهامل ، الإعلام الجديد ، مصطلحات مفاهيم و نماذج ، مجلة علوم الإنسان و المجتمع ، العدد 12، نوفمبر 2014، ص:17

2.8 مقاربات الاعلام الجديد(الاعلام الرقمي)

المتصفح لأدبيات البحث العلمي المتعلق بالمداخل النظرية للإعلام الرقمي في السنوات الأخيرة الماضية يلاحظ أن معظم التيارات البحثية في هذا المجال قديمة من حيث نشأتها التاريخية ، لكن طرأت عليها تغيرات كثيرة نتيجة التحولات التكنولوجية و هي اتجاهات بحثية تدخل ضمن مقاربة الرفض و القبول لنظريات الإعلام التقليدي ، و لكن هذا لم يمنع من ظهور تيار بحثي معاكس يدعو إلى التجديد و الاعتماد على نظريات إعلام جديدة تتكيف مع التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام وهذا انطلاقا من فهم سمات و خصائص الإعلام الجديد. و عليه تقسم المقاربات البحثية للإعلام الجديد إلى:

1.2.8 مقاربات رفض و قبول نظريات الإعلام التقليدي

شكل ظهور وسائل الإعلام الجديدة و الوسائل الرقمية مفاجأة كبيرة للباحثين في علم الاتصال، و لم يجدوا أمامهم بديلا في البداية إلا الاعتماد على النظريات القديمة و المناهج الكلاسيكية . وهو ما أرجعه جورج ب.لانوا George P. Landow إلى أن التكنولوجيات و النظريات الجديدة تأخذ وقتا للاعتراف بها ، كما أن التكنولوجيات ذاتها تأخذ وقتا طويلا للتحول من التكنولوجيا الغالية إلى التكنولوجيا الرخيصة و هو ما يترتب عليه تأخر الجمهور في تبنيها ، بالإضافة إلى مقاومة دارسي الإنسانيات لتأثير هذه التكنولوجيات . و قد وجد باحثي الإعلام و دارسيه قصورا في النظريات الكلاسيكية لتفسير الظواهر الخاصة بالانترنت و ما أتاحتها من وسائل و خدمات و وسائل . و من ثم ثار جدل كبير بينهم حول صلاحية النظريات القديمة و إمكانية استمراريتها و رأى فريق آخر استحالة صلاحية النظريات القديمة للتطبيق على بيئة الإعلام الجديد و ما توفره من أدوات و من أدوات و من هذه المقاربات المتعددة مقاربة "البرتو سكو لارى " و لوما أهو كما يلي :

أ) مقارنة البرتو سكو لاري

يطلق عليها مقارنة الاستمرارية و الانقطاع حيث يرى سكو لاري Scolari أن نظريات الاتصال الرقمية يمكن وضعها و ترتيبها في خريطة منفردة ، حيث يكون محور الاستمرار مشتملا في طياته على المناهج و نظريات الاتصال ، و الدراسات الثقافية . أما محور الانقطاع فيتمثل في الحقول العلمية الجديدة مثل نظرية النص الفائق Hypertext theory و دراسات اللعب Ludology و نظرية الشبكة Network theory ، و نظرية واجهة المستخدم ، ويرى سكو لاري أن نظريات الإعلام في الأربعينيات كانت تهتم بنظرية المعلومات theory information و علم الاجتماع ، و في الفترة من 1960 م حتى منتصف 1985 م أضيف إلى النظريات السابقة نظرية النظم system Theory و السيبرنطيقا Cybernetics ، ثم انتقلت النظريات من 1985 م إلى 1993 م لتأخذ الطابع المعرفي من خلال الاستفادة من معطيات النظريات التفكيكية Deconstructionism و العلوم المعرفية و علم النفس ، ومن عام 1994-2000 ، فقد ظهرت نظريات جديدة مثل نظرية التعقيد complexity Theory و النظريات الاقتصادية و السياسية و البيولوجية و السياسية و النسوية و علم السرد narratology ، و الدراسات الثقافية و العلوم التكنولوجية ، و في الفترة 2000-2010 فقد انضمت نظريات جديدة إلى قائمة النظريات السابقة مثل نظرية فاعل الشبكة Actor- network Theory .

ب) مقارنة موت النظريات الإعلامية لأوما أهو aho-Luoma

قدم لأوما هو aho-luoma نموذجا قام من خلاله بتصنيف نظريات الاتصال إلى ثلاث مستويات :

الأول : نظريات أصبحت من الماضي بسبب ظهور الانترنت .

الثاني : نظريات يمكنها التعايش مع التطورات التكنولوجية .

الثالث : نظريات ارتبط ميلادها بالانترنت و الإعلام الجديد.

النظريات التي تحتضر

نموذج ليبمان Lippman حول الصورة النمطية stereotype

و القائم علي فرضية نقص القدرات المعرفية للأفراد، وأن الأفراد غير مجهزين وغير قادرين علي فهم تعقيدات البيئة الواقعية، فلمساعدتهم علي فهم البيئة الواقعية بمعنى واضح يلجئون إلي الصور النمطية، بيد أن مقدرة الأفراد قد تتحسن من خلال دخولهم على الإنترنت وتقديمها لمصادر معلوماتية جديدة لهم.

➤ نظرية دوامة الصمت

فالناس في الوسائل الإعلامية الجديدة أصبحت أقل خجلاً، بشأن تقاسم المعتقدات المتعارضة مع جمهور أوسع من خلال الغطاء وعدم الكشف عن هويته (الدخول عبر الإنترنت من خلال أسماء مستعارة) كما أن بيئة الإنترنت من أحد أشكالها تبادل المعلومات سواء أكانت متماثلة أم متعارضة

➤ نظرية تدفق المعلومات علي مرحلتين

يجب أن يعاد النظر في دور قادة الرأي في البيئة الرقمية الجديدة، فقادة الرأي في الإعلام القديم مثل السياسيون أو الذين في مواقع السلطة، قد تم استبدالهم بصناع المحتوى في الإعلام الجديد .

نظريات تتعايش بالتطوير

➤ نظرية وضع الأجندة أو ترتيب الأولويات

و التي تغيرت بعدة طرق ، فعلي الرغم من أن بعض الأفراد يسعون لأن يكون مواطنين صحفيين وكتاباً عبر الإنترنت والصحافة الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ، فإن بعض المواطنين العاديين يتحولون إلي مواطنين صحفيين بالصدفة، وذلك وفقاً لطبيعة الأحداث التي تحدث في المناطق التي يعيشون فيها، مما يدفعهم للكتابة عنها، وبذلك

يتحولون إلى مواطنين صحفيين بالصدفة، كما أن بعض الأشخاص الذين يحملون كاميرات رقمية ومداخل للإنترنت أينما وجدوا، يمكن أن يشكلوا الأجندة بشكل أسرع من وسائل الإعلام ، فضلا عن ذلك، فإن كثيرا من مناطق العالم الغربي التي يوجد بها مؤسسات إعلامية بدأت تخرج من مجال الإعلام، مما صحبه فراغ في تشكيل الأجندة في الوقت الذي بدأ يبرز فيه دور وسائل الإعلام الجديدة مقابل تقلص دور المؤسسات الإعلامية ، كما أن الناس يجمعون أخبارهم ومعلوماتهم من مصادر متنوعة مهنية وغير مهنية .

➤ نظرية التعرض الانتقائي

يري هذا النموذج أن هذه النظرية من النظريات التي يمكن أن تعيش في بيئة الإعلام الجديد، ويرجع السبب في ذلك إلى كمية المعلومات الزائدة التي تعرضها الإنترنت مما يدفع المستخدم إلي القيام بعملية انتقاء للمعلومات التي يتعرض لها.

➤ نظريات التي تركز على استخدام وسائل الإعلام

مثل نظرية ثراء وسائل الإعلام richness media theory التي تتناول تأثير التطورات الرقمية التي لها تأثير ملحوظ على بعض الوسائل التقليدية التي تعد من الوسائل الباردة مثل تفاعل الكمبيوتر كوسيط اتصالي حيث يتم نقل الفيديو عبر مسافات طويلة ، فقد تشكل التفاعل الوسيط من الاتصال التقليدي وجها لوجها ولكنه ظل مشابها له.

2.2.8 النظريات المرتبطة بالإنترنت

بينما كان الجدل محتدما حول استمرارية وانقطاع وموت نظريات الإعلام، كان هنالك من المنظرين من اهتم بوضع أطر نظرية ونماذج تصلح للتطبيق على الإنترنت وكل ما ينتج عنها، ونعرض فيما يلي لأهم هذه النظريات:

أ) نظرية واجهة المستخدم

تهتم نظرية واجهة المستخدم بالمداخل الخاصة بتصميم الواجهات بالنسبة للمستخدمين، وذلك من خلال اهتمامها بثلاثة عناصر رئيسية هي مهام المستخدم وأدواره وأدائه ، وترتبط هذه النظرية بين الجوانب النفسية والإدراكية و التطبيقية، وجاءت هذه النظرية من منظور وصف احتياجات المستخدم بدلا من احتياجات المصمم ، وتقوم هذا النظرية علي تحديد احتياجات المستخدم من الواجهة أولا المتمثلة في سهولة الوصول إلي المعلومات، وفهم سياق استخدامه للمعلومات، وتحديد رضاء المستخدم عن الواجهة التي تقدم له المعلومات، ومن ثم فإن هذه النظرية تعني في المقام الأول بتحديد المهام المنوط بها الموقع في ضوء توقعات المستخدم، ومن ثم تعتمد في قياسها علي المقاييس الكمية الخاصة بالراحة والرضاء وسرعة الوصول إلي المعلومات وسرعة إدراك المعلومات، ومدي توافر الحلول المنطقية للمستخدم.

ب) نظرية الديمقراطية الإلكترونية

ترى هذه النظرية أن الديمقراطية عبر الإنترنت تتشابه مع الديمقراطية في مدينة اليونان القديمة، حيث كان يجتمع أهل المدينة في ساحة كبير Agora ، ليناقشوا شئون المدينة، ويتوافق ذلك التجمع مع المنتديات وساحات النقاش عبر الإنترنت التي يتجمع فيها المواطنون علي مختلف المذاهب السياسية ليعبروا عن رؤيتهم السياسية بشكل واضح .

ج) دراسات اللعب ludology

تستخدم هذه النظرية في توصيف وتحليل الألعاب ال موجودة عبر الإنترنت وذلك لمعرفة التأثيرات النفسية والاجتماعية وراء هذه الألعاب.

د) نظرية التعقيد

ووفقا لهذه النظرية فإن كل النظم البشرية معقدة، كما أن النظم الميكانيكية معقدة ومتشابكة وتتضمن مجموعة من الخصائص، فهي تحتوي علي أبعاد متعددة تتفاعل بطريقة غير خطية، تتسم بالترابط، والتنظيم الذاتي، كما أن النظم البشرية تتشارك الخصائص العامة مع كل النظم المعقدة، بيد أن النظم البشرية تختلف بشكل أساسي في تفاعلها وتصرفاتها المقصودة. تري فرضيات النظرية أن النظم المعقدة تتسم بعدم الاستقرار، فليس ثمة شيء ثابت إلي الأبد، فالأنظمة تتحرك عبر منعطف لا يمكن التنبؤ بنتائجه، فقد رأي جالدويل Gladwell أن عدم التنبؤ بالنتائج يرتبط بثلاث مفاهيم أولها إن الأحداث والظواهر معدية؛ فهي تنقل بسرعة مثل الأمراض عن طريق اللمس أو غيره من طرق العدوي، ثانيها: إن الأسباب القليلة يمكن أن يكون لها تأثير كبير، إن أي سبب صغير يمكن أن يغير بناء النظام ككل، ثالثها: إن التغيرات يمكن أن تحدث بشكل مثير في أي لحظة عند تحول النظام .

هـ) نظرية معادلة وسائل الإعلام

وضع النظرية كل من بايرون ريفز Reeves Byron وكليفورد ناس Clifford Nass حيث رأيا أننا نستجيب لوسائل الاتصال، وتكنولوجيات وسائل الإعلام وصور وسائل الإعلام كما نستجيب للناس والأماكن الفعلية، حيث تري النظرية أن وسائل الإعلام في حياة الناس ليست مجرد أدوات أو أجهزة ولكنها بمثابة فاعل اجتماعي حقيقي.¹²⁵

¹²⁵ عبد العزيز السيد عبد العزيز ، التوجهات والمقاربات النظرية في بحوث الإعلام الجديد دراسة تحليلية، مجلة، كلية الاداب بقنا ، العدد 39، 2012 ، ص ص : 374-381

قائمة المراجع

أولا : الكتب بالعربية

1. إبراهيم إمام، الاتصال والاتصال بال جماهير، القاهرة: المكتبة الانجلو-مصرية.
2. بن عبو وليد، الإعلام الجديد: المفهوم، المداخل النظرية، نظرة في الخصائص والعوامل.
3. جيهان أحمد رشتي (1978)، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر.
4. حميدة سميسم، أحمد عريقات، ملخص كتاب مقدمة إلى علم الاتصال لعبد الرحيم درويش، 2005، مكتبة نانسي، دمياط.
5. خضرة عمر الملح (2015)، الاتصال: المهارات والنظريات والأسس العامة، ط1، دار حامد.
6. الدليمي عبد الرزاق (2016)، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، عمان: دار اليازوري.
7. صالح خليل أبو الأصبع (1990)، الاتصال الجماهيري، ط1، الأردن: دار الشروق للنشر.
8. عبد الله محمد عبد الرحمن (2006)، سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
9. العبد الله مي (2006)، نظريات الاتصال، ط1، بيروت: دار النهضة العربية.
10. عزي عبد الرحمن، بومعيزة السعيد (2010)، الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، الجزائر: دار الورسم.
11. العلاق بشير عباس (2011)، نظريات الاتصال: مدخل متكامل، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
12. فريال مهنا (2002)، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، سوريا: دار الفكر المعاصر.
13. فضيل دليو (2010)، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، ط1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

14. كمال الحاج (2020)، نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة السورية الافتراضية، سوريا.
15. كونز، وليام (2006)، التكتلات الثقافية: التوحيد في صناعة السينما والتلفزيون، حتمية وسائل الإعلام في الفضاء الإلكتروني.
16. مازن عرفة (2002)، مجتمع المعلومات العالمي والنموذج الحضاري، عمان: دار الورق.
17. محمد عبد الحميد (2004)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة: عالم الكتب.
18. محمود حسن إسماعيل (1998)، مبادئ الاتصال ونظريات التأثير، ط1، القاهرة: الدار العالمية.
19. مشابقة بسام عبد الرحمن (2015)، نظريات الاتصال، عمان: دار أسامة.
20. مكايي حسن عماد، السيد ليلي (1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
21. ملفين ديفلير، ساندرا بول روكيتش (1993)، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
22. منال هلال المزاهرة (2012)، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
23. نضال فلاح الضلاعين، علي فلاح الضلاعين، مصطفى يوسف كافي وآخرون (2016)، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1، عمان: دار الإعصار.
24. ياس الخضير البياتي (2014)، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، ط، عمان: دار البداية.
- ثانياً: المقالات العلمية**
25. قدوري، دريدي، شغوفي، التأصيل المعرفي لمفاهيم قاعدية في علوم الإعلام والاتصال، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 05، العدد 02، ديسمبر 2021.

26. محرز أمال، واضح نوال، علوم الإعلام والاتصال بين الانتماء الأبنستمولوجي والتأصيل البراديغمي، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 03، العدد 01، 2023.
27. جلولي مختار، إسهامات التيار الوظيفي في مقارنة الظاهرة الإعلامية والاتصالية، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، المجلد 14، العدد 01، 2019.
28. العياضي نصر الدين، البنيوية والدراسات الإعلامية، حوليات جامعة الجزائر، 1997.
29. حنان يوسف، مصطفى علي سيد عبد النبي، الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد 23، 2019.
30. رايس علي ابتسام، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 25، ديسمبر 2016.
31. بكار فائزة، بكار بنت طاعة الله، نظرية "ترتيبات الأولويات" بين التنظير الغربي والتطبيق داخل البيئة العربية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الأغواط، المجلد 08، العدد 01، 2014/01/01.
32. سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 01-02.
33. مفيدة بالهامل، الإعلام الجديد: مصطلحات، مفاهيم ونماذج، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، نوفمبر 2014.
34. عبد العزيز السيد عبد العزيز، التوجهات والمقاربات النظرية في بحوث الإعلام الجديد: دراسة تحليلية، مجلة كلية الآداب بقنا، العدد 39، 2012.

ثالثا: رسائل دكتوراه و ماجستير

1. ليلي حسين محمد (1993)، *استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال ومدى الإشباع الذي تحقّقه*، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
2. علي محمد القاضي (2013)، *دور مواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة السياسية للشباب اليمني*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

رابعا : مطبوعات

1. لامية طالة، *نظريات الإعلام*، مطبوعة محاضرات موجهة لطلبة السنة الثالثة ل م د، تخصص علوم الإعلام، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، 2021-2022.
2. م.م. حيدر فالح زايد، *محاضرة نظرية انتشار المبتكرات لمادة نظريات الاتصال*، صص: 2-3.

خامسا : مواقع الانترنت

1. حاتم علي الصالحي ، *نظرية الاستخدامات والاشباعات Uses and gratifications theory* ، الخميس، 20 يوليو 2017 ،مدونة ميديارست ، <https://hatimalsalehi.blogspot.com> ، تاريخ الولوج 13 مارس 2024 على الساعة 10:46 صباحا

سادسا : الكتب باللغة الأجنبية

1. Mc Luhan (M), Pour comprendre les médias .
2. Brody Douglas : New media : New Perspective in communication, New York, Longman, 2008,

3.¹ Terry Flew : New media, An introduction, New york, Oxford University Press, 2004