

جامعة الجزائر3

كلية العلوم الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

مطبوعة محاضرات في مقياس:

نظريات الإعلام والاتصال.

سنة ثالثة ليسانس.

الموسم الجامعي: 2019-2020.

البرنامج السنوي الخاص بنظريات الإعلام والاتصال.

المحور الأول: المفاهيم الأولية.

المحاضرة الأولى: المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بنظريات الإعلام والاتصال.

المحور الثاني: التطور التاريخي لنظريات الاتصال.

المحاضرة الثانية البحوث الإعلامية وأقسامها ومراحل تطورها.

المحاضرة الثالثة: النماذج الإعلامية والاتصالية.

المحور الثالث نظريات علوم الإعلام والاتصال.

المحاضرة الرابعة: النظرية البنائية الوظيفية.

المحاضرة الخامسة: النظرية النقدية.

المحاضرة السادسة: نظرية الطلقة السحرية.

المحاضرة السابعة: نظرية دوامة الصمت.

المحاضرة الثامنة نظرية الاستخدامات والإشباع.

المحاضرة التاسعة: نظرية القائم بالاتصال.

المحاضرة العاشرة: المحاضرة التاسعة: نظرية القائم بالاتصال.

المحاضرة الحادي عشر: نظرية (مارشال ماكلوهان).

المحاضرة الثانية عشر: نظرية تدفق الاتصال عبر مرحلتين.

المحاضرة الثالثة عشر: نظرية ترتيب الأولويات.

المحاضرة الرابعة عشر: نظرية الغرس الثقافي.

المحاضرة الخامسة عشر: نظرية الاعتماد على وسائل.

المحاضرة السادسة عشر: نظرية الفجوة المعرفية.

المحاضرة السابعة عشر: نظرية التنافر المعرفي.

المحاضرة الثامنة عشر: نظرية التفاعلية الرمزية.

المحور الأول: المفاهيم الأولية.

المحاضرة الأولى: المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بنظريات الإعلام والاتصال.

1-تعريف النظرية العلمية: يتصور البعض أن النظرية ما هي إلا فكرة أو تصور مجموعة من التصورات وضعت مسبقا لتفسير شيء ما، ويرى البعض الآخر أن النظرية لا تختلف كثيرا عن الافتراض العلمي أي قضية تحمل تفسيراً مبدئياً أو حلاً مقترحاً لموضوع أو ظاهرة أو مشكلة معينة، في حين تعبر البعض الآخر أن النظرية تمثل نموذجاً (براديغم) أو تقترب من عمليات صياغة الأنماط بوصفها نوع من التتميط يساعد على تحديد العلاقات المتداخلة بين خصائص أو ظواهر نحاول توضيحها أو تفسيرها¹.

إصطلاحاً: فهناك عدة تعريفات منها:

تعريف كينت ولترز: " النظرية مجموعة من القوانين تعطي سلوكاً خاطئاً للظاهرة حيث تختلف الطريقة التي تكتشف بها القوانين و الطريقة التي تبنى بها النظرية"²

تعريف فريدريك سوب: " النظرية تقوم على المميزات التالية : - التحليل و التركيب - شمولها على ملاحظة مباشرة أو غير مباشرة - تقوم على استعمال مصطلحات لتوسيع المعنى"³.

-يتمثل في الدلالة الشائعة ولفظ نظرية مشتق من النظر الذي يحمل دلالة معنى التأمل العقلي وفي الفرنسية تعني النظرية " بناء أو نسق" متدرج من الأفكار الذي يتم الانتقال فيه

¹ - فيليب جونز: النظريات والممارسة البحثية، ت، محمد ياسر الخواجة، ط1، دار مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص10.

² - مدونة هشام : في الأربعاء يناير 26, 2011 7:15 pm الدخول إلى الموقع يوم 7 جانفي 2020 على الساعة 22 الرابط <https://30dz.yoo7.com/t1181-topic>

³ مدونة هشام : في الأربعاء يناير 26, 2011 7:15 pm الدخول إلى الموقع يوم 7 جانفي 2020 على الساعة 22 الرابط <https://30dz.yoo7.com/t1181-topic>

من المقدمات إلى النتائج، في حين يعرفها لسان العرب البن منظور على أنها ترتيب أمور معلومة على وجه يؤدي إلى استعمال ما ليس بمعلوم وقيل النظر طلب علم عن علم¹.
- يقصد بالنظرية مجموعة من التصورات الفكرية والعقلية تهدف إلى الربط بين كل من النتائج بالمقدمات، وهي كذلك فرض من الفروض العلمية التي تمثل الحالة الراهنة والتي تنتهي بجملة من النتائج التي يصل إلى الباحثين والدارسين بفضل جهودهم الفكرية خل فترة زمنية محددة².

- عبارة عن مجموعة من المفاهيم والتعريفات والاقتراحات التي تعطينا نظرة منظمة لظاهرة ما عن طريق تحديدها للعلاقات المختلفة بين المتغيرات الخاصة بالظاهرة، وذلك بهدف تفسير تلك الظاهرة أو التنبؤ بها بالمستقبل³.

2- النظرية في علوم الإعلام والاتصال: هي محصلة دراسات وأبحاث ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من مراحل التطور وضعت في إطار نظري وعملي وتحاول تفسيره... ومن هذا المنطلق فإن الباحثين عرفوا النظريات الإعلامية بأنها خالصة نتائج الباحثين والدارسين الاتصال الإنساني بالجماهير بهدف تفسير ظاهرة العالم ومحاولة التحكم بها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع⁴.

- وهي كذلك مجموع الافتراضات بعضها ببعض، تقدم وجهة نظر منتظمة حول ظاهرة معينة ذات علاقة بموضوع علوم الإعلام والاتصال⁵.

3- تعريف المقاربة: هي أطروحات نظرية لا ترقى إلى درجة النظرية أي هي مرحلة من مراحل النظرية في عملية تكوينها من قبل الباحثين وأصحاب التنظير العلمي¹.

1 - منال هلال مزاهرة : نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة، الأردن ، 2102، ص162.

2 - محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003، مج 7، ص 2520.

3 - مورييس أنجريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ت بوزيد صحراوي وآخرون ، دار القصبه للنشر،

الجزائر، 2116، ص 45

4 - بسام عبد الرحمان مشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص80.

5 - مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006، ص 14.

المقاربة: نقصد بالمقاربة النظرية: "المجالات النفسية والاجتماعية والمسلمات، أو التكوينات الافتراضية التي يتوقع من الباحث أن يفسر بها الشروط المختلفة في الموقف التجريبي".²

4-تعريف الأنموذج:

الأنموذج لغة: أصل الكلمة يونانية، أتت من كلمة البراد يغم (paradeigma) والتي تعني exemple أو modèle، واتت هذه الكلمة للدلالة على الإظهار أو المقارنة. وينسب اصل الكلمة (الأنموذج، النموذج) إلى الفاريسية، فهي لفظ فاريسي معرب معناه، ما يدل على صفة الشيء، ويقال أن معناه القليل من الكثير.³

الانموذج اصطلاحاً: معناه إدراك العالم، وطريقة النظر على الأشياء، هو مثال متناسق للنظرة إلى العالم الذي لديه كركيزة، (مصنوفة) تخصص، نموذج نظري، وتيار فكري)، هو نوع من نهج التفكير أين لا يمكن من خلاله تداخل القوانين بينه وبين نماذج أخرى، والنماذج هي عبارة عن ادوات رمزية تساعدنا على فهم الظاهرة او النظام، وإدراك العلاقة بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة.⁴

أهمية الأنموذج في علوم الإعلام والاتصال: إن العلم ونظرياته في فترة زمنية معينة يكون أنموذجاً paradigme، متماسكاً حيث نجد إرتباط ووحدة عضوية بين التصورات والمفاهيم الداخلية في إطار الأنموذج، ويضل الأنموذج قائماً إلا اني باحثين ومفكرون اخرون بنظرات أخرى جديدة، أوكشف علمي هام، يترتب عليه ان ينظر

¹ - مدونة هشام : في الأربعاء يناير 26, 2011 7:15 pm الدخول إلى الموقع يوم 7 جانفي 2020 على الساعة 22 الرابط <https://30dz.yoo7.com/t1181-topic>

² أبو جادو صالح محمد، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط5، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ص 44.

³ - فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الاتصال والإعلام، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص262.

⁴ - المرجع نفسه، 262.

العلماء لنظريات العلم السائدة نظرة مختلفة، ومن ثم يختلف التفسير الذي يترتب عليه وبالضرورة تغير جذري للمفاهيم العلمية التي كان المفكرون يعتقدون بها من خلال الأنموذج القديم، ولا يمكن لأي جماعة علمية أن تقوم بممارسة عملها الفكري بدون أن تملك رصيد فكري من المعتقدات هذه الأخيرة أو المكونات الغير الظاهرة في بنية التفكير الخاص بهم¹.

5-تعريف الجمهور: جماعة من الناس متشابهة الاهتمامات تقريبا ومتقاربة الثقافة وتجمع في مكان واحد لهدف واحد، مثل جمهور النادي أو الفصل الدراسي أو خطبة الجمعة في المسجد أو محاضرة في طور الدكتوراه².

-يدل مفهوم الجمهور في بحثنا على جميع الأوضاع التي تعني اشتراك مجموعة من الناس في التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وفي مختلف مراحل تطورها (الإذاعة والتلفزيون)، كما أنه يستعمل للدلالة على الجمهور كظاهرة سوسيولوجية ارتبط ظهورها وتطورها بانتشار استعمال وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة وما بعد الحديثة³.

-يقصد بالجمهور ارتباط عدد من أفراد المجتمع بوسيلة إعلامية أو أكثر كجمهور الإذاعة وعادة ما يشترك أفراد هذا الجمهور في بعض السمات كالمستوى الثقافي والعمر والجنس⁴. كما يقسم دينيس هويت جمهور المتلقين إلى نوعين رئيسيين هما:

* **الجمهور العنيد:** لا يستسلم تماما لوسائل الإعلام.

1-المرجع نفسه، ص 263.

2-كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، انجليزي-عربي، دار الشروق، القاهرة-بيروت، ط1، 1989، ص43.

3- علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-

2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007، ص 48.

4-عزي عبد الرحمن، دعوى إلى فهم المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال، ط01، الدار المتوسطة للنشر،

تونس، 2011، ص55-56.

*الجمهور الحساس: فوسائل الإعلام لا تؤثر في كل فرد وإنما هناك بعض الأفراد يتأثرون بوسائل الإعلام أكثر من غيرهم كالمراهقين، النساء، وكبار السن¹

6- تعريف التأثير (Effect) : ويعني التغيير الذي يمكن أن يحدثه التعرض للرسائل الإعلامية

على الحالة النفسية أو الذهنية أو المعرفية أو الثقافية أو الاجتماعية، أو على بعضها أو عليها كلها. ويسود الاعتقاد منذ ثلاثينيات القرن الماضي، خاصة في أوساط مناصري مدرسة التأثير السحري لوسائل الإعلام، أن هذا التغيير يحدث في اتجاه خطي، أي أن الرسالة تصدر من القائم بالاتصال وترسل عبر وسيلة ملائمة إلى ملقّي محدد بمواصفاته الديموغرافية².

في حين استعمل الباحث بوعلي مفهوم الأثر بمعنى التأثير، خاصة "التأثير على القيم المادية التي تدعمها الروح التجارية للأفراد، مما يؤثر على أسلوب الحياة والأنماط الشرائية، "وهناك شكلان للتأثير وفق هذا النموذج. أولهما: التأثير المادي التجاري نفسه، والثاني: تأثير الملابس والماديات وأسلوب الحياة العام الذي يتضح من خلال البرامج التلفزيونية³.

1- أحمد محمد المصري، العلاقات العامة، مؤسسة الشباب للنشر، الإسكندرية، 2003، ص76.

2- علي قسايسية: المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي - دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر - مرجع سابق، ص42.

3- المرجع نفسه، ص42.

المحور الثاني: التطور التاريخي لنظريات الاتصال.

المحاضرة الثانية ظهور البحوث الإعلامية وتقسيماتها.

1- ظهور البحوث الإعلامية: بدأ ظهور الأبحاث والدراسات الإعلامية بشكل واسع مع نهاية العشرينات من القرن الماضي، حيث كانت تختص بتناول تأثيرات الأفلام الكرتونية والمسرحيات والتمثيلات الإذاعية، لكن يجدر للإشارة بأنه تم تسجيل بعض الأبحاث والدراسات مرتبطة أساس بتأثير الصحف والمجلات على الجمهور غير منظمة وغير علمية كما نعرفه الآن فقبل هذا التاريخ لم تكن هناك أبحاث علمية منتظمة حول تأثير وسائل الإعلام حسب المصطلح العلمي الحالي، بل كانت هناك العديد من الكتابات حول وسائل الإعلام، ذلك أن معظم المثقفين في القرن التاسع عشر نقدوا التأثيرات السلبية المزعومة لوسائل الإعلام، كما تم إنشاء مؤسسات تعليمية إعلامية، حيث كان روبرت لي "rebert lee" أول من اقترح في سنة 1868 تكويناً في الجانب الإعلامي. وركزت على الجانب المهني، فإن جامعات أخرى إبان العشرينات والثلاثينات من القرن الماضي أعطت أهمية للجانب الأكاديمي، هكذا في عام 1935 تقرر تحضير شهادة الماجستير بجامعة كولومبيا والدكتوراه في جامعة ميسوري عام 1934 بالإضافة إلى المدارس والمعاهد الإعلامية التي أنشأت مجلات متخصصة في الدراسات الإعلامية مثل "le journal bulletin" عام 1924 وأصبحت هذه المجلة تسمى فيما بعد "journalisme quaterly" في عام 1928، إذ تهتم بالدعاية ودراسة الرأي العام والإعلام.

قسم الباحثون والمهتمون بالدراسات والبحوث الإعلامية نظريات الإعلام والاتصال إلى الأقسام التالية:

2- تقسيمات نظريات الإعلام والاتصال.

-نظريات متعلقة بالتأثير السحري والقوي لوسائل الإعلام على الجمهور: ويهتم هذا الصنف بالتركيز على الوسائل الإعلامية والاتصالية كونها طرف فعال وأساسي يؤثر سلباً على الجمهور المتلقي ومن بين النظريات نجد نظرية الطلقة السحرية ونظرية لولب الصمت.

-نظريات متعلقة بالجمهور¹:

ويهتم هذا التقسيم بالجمهور الذي يفضل الوسائل الإعلامية والاتصالية والمحتويات والمضامين التي تبثها وتنشرها فصد إشباع حاجات وراغبات ودوافع نفسية واجتماعية ومن بينها نجد

نظرية الإستخدامات والإشباع.

نظرية الاعتماد على الوسائل الإعلامية .

-نظريات متعلقة بالقائم بالاتصال²: ويهتم هذا الصنف بالقائم بالاتصال الذي يلعب دوراً مهماً في الجمهور ويعمل على التأثير فيه سلبياً:

ونجد فيه نظرية الطلقة السحرية.

نظرية العرس الثقافي.

-نظريات تأثير المحتوى على الجمهور.

3-مراحل دراسات وسائل الإعلام على الجمهور:

على العموم يمكن رصد ثلاث مراحل هامة تعلق بدراسات وسائل الإعلام على الجمهور وهي على النحو الآتي:

¹ - علي عبد الفتاه كعتان: نظريات الإعلام، دط، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع،الأردن،2014،ص152.

² - المرجع نفسه، ص152.

الفترة الأولى: تمتد من العشرية الأولى من القرن الماضي إلى بداية الحرب العالمية الثانية وتمحورت على التأثير القوي والمطلق لوسائل الإعلام على الجمهور من خلال المحتويات والمضامين الإعلامية.

الفترة الثانية: وتمتد من بداية العقد الرابع إلى غاية الستينيات من القرن الماضي، وتميزت هذه الفترة بنفي طرح التأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور وترسيخ مبدأ التأثير الانتقائي للجمهور على وسائل الإعلام والاتصال.

الفترة الثالثة: وتمتد هذه الفترة من الستينيات القرن الماضي إلى بداية العقد الثاني من القرن 21. وتتميز هذه الفترة بإعادة النظر في طرح التأثير ووسائل الإعلام على الجمهور والنظر في طرح جديد والمتعلق بالتلفزيون كمحور أساسي في عملية صناعة الخيال¹.

¹ - نور الهدى عبادة، فاروق أهناوي: تطور مقاربات وأبحاث جمهور وسائل الإعلام والاتصال مجلة مدارات سياسية، مج1، ع1، 2017، ص187.

المحاضرة الثالثة: النماذج الإعلامية والاتصالية.

بذلت عدة محاولات علمية لتحليل عملية الاتصال ووصف أبعادها وعناصرها، وما يهمننا التأكيد عليه، في حدود هذه الدراسة، أن أغلب - إن لم نقل جميع- الدراسات التي تناولت موضوع الاتصال الجماهيري أكدت على أهمية الوسيلة الاتصالية ودورها المؤثر والرئيسي في عملية الاتصال الجماهيرية.

1-نموذج التأثير (Effect Paradigm) ويشمل هذا الصنف من النماذج، عموماً، مجموعة النظريات والمقاربات التي تناولت التأثير البالغ والمباشر والتأثير المحدود الفوري والطويل المدى ثم المزيد من التأثير. وهي التي تقوم بالتغيير أو التحول الذي قد يلاحظ في سلوكيات الجمهور ومواقفه وحالاته الانفعالية والذهنية والإدراكية والمعرفية أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام وعلاقة هذا التغيير، مقارنة بالوضع السابق للتعرض، بالقدرة المفترضة التي أسندت لهذه الوسائل في مختلف مراحل تاريخ أبحاث الجمهور، كما سبقت الإشارة لذلك. وتوصف هذه النماذج، خاصة الأولية منها، بكونها تشاؤمية لنظرتها السلبية لقدرة الجمهور على مقاومة القوة الخارقة لوسائل الإعلام التي تحدث تأثيراً في اتجاه خطي شقولي¹

ظهر الطرح النظري الذي يزعم بالتأثير القوي لوسائل الإعلام والاتصال في العشرينات من القرن الماضي، والمتزامن مع نهاية الحرب العالمية الأولى، أطلقت على هذه النظرية عدة مسميات من أهمها نظرية الطلقة السحرية (القذيفة السحرية). وتعتبر نظريات التأثير المباشر من أقدم النظريات التي عرفت بحوث علوم الإعلام والاتصال، والتي حاولت تقديم تفسير لمسألة تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية على أفراد المجتمع، حيث ساد في مطلع العشرينيات والثلاثينات من القرن الماضي اعتقاد بقوة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، ويعتقد أصحاب هذا الطرح بأن هذه الأخيرة تتمتع بنفوذ وقوة

1-علي قساسة : المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، مرجع سابق، ص123.

فورية ومباشرة على الأفراد عن طريق الرسائل الإعلامية التي يتم بثها ونشرها للجمهور¹.

ومن المتعارف عليه بأنه في العقود الثلاثة الأولى من قرن الماضي ساد اعتقادا بالتأثير الكبير والمباشر لوسائل الإعلام حيث أن الرسائل الإعلامية يستقبلها أفراد المجتمع بصفة متشابهة الاستجابات الفورية والمباشرة تأتي نتيجة للتعرض لهذه المؤثرات الرسائل وكان هذا القبول لفهم أثر وسائل الإعلام، يسمى بنظرية الرصاصة السحرية أو بنموذج الحقنة تحت الجلد التي كان مؤسسها وصاحب الفكرة (هارولد لازويل) وهذا خلال الحرب العالمية الأولى التي اهتمت بالدعاية السياسية والإعلامية وأهم هذه الافتراضات التي قامت عليها هذه النظرية هي:

-الرسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد تأثيرا فعالا هذه الرسائل تقود الأفراد إلى الاستجابة بشكل متماثل إلى حد ما وتحدث تغييرات في التفكير والأفعال بشكل متماثل عند الأفراد تأثيرات وسائل الإعلام قوية ومتماثلة ومباشرة وذلك يرجع إلى ضعف وسائل الضبط الاجتماعي مثل العادات والتقاليد المشتركة يتلقى الفرد المعلومات بشكل فردي من وسائل الإعلام دون وسيط رد الفعل يكون فردي لا يعتمد على تأثير المتلقين في بعضهم²

وتعتبر نظريات التأثير المباشر من أقدم النظريات التي قدمت تفسير لمسألة تأثير وسائل الاتصال على الجمهور، حيث ظهرت في مطلع العشرينيات والثلاثينيات من القرن الماضي قوة هذه الوسائل ويعتقد أصحاب هذه النظريات أن وسائل الاتصال الجماهيري تتمتع بنفوذ قوي ومباشر وفوري على الأفراد إذ لديها القدرة على حملهم على تغيير آرائهم واتجاهاتهم الوجه التي يرغبها القائم بالاتصال³. ونظرية الطلقة السحرية او

1 - منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 277.

2 - مرزوق عبد الحكم العادلي الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباعات دار الفجر للنشر والتوزيع ط 2004 ص 89

3- حسن عماد مكاي و ليلي حسين السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط6، 2006 .

الحقن تحت الجلد تعد من أول الدراسات والأبحاث التي ظهرت في ميدان علوم الإعلام والاتصال وهذا في نهاية العقد الثاني من القرن الماضي.¹

-نشير في هذا الصدد إلى نموذج القوى البالغة لوسائل الإعلام أو القذيفة، (Hypodermic Paradigm) ونموذج الوخز الإبري (Powerful Media) السحرية، التي ميزت المرحلة الأولى من دراسات الجمهور. وفي مرحلة لاحقة، ظهرت نماذج أقل تشاؤماً في نظر الجمهور، مثل تأثير وسائل الإعلام غير المباشر عبر قادة الرأي أو التدفق الإعلامي عبر خطوتين والتدفق عبر خطوة واحدة ثم التدفق عبر خطوات متعددة، وعلى الرغم من استمرار واتساع الاعتقاد في قدرة وسائل الاتصال والإعلام على إحداث تأثير ما في المتلقين، فلقد فقد هذا الصنف، بطبيعة الحال، العديد من النماذج، خاصة الأنموذجين التقليديين الأولين، القوى الخفية والقذيفة السحرية، الذين سادا في البدايات الأولى من محاولات تفسير إقبال الناس على مشاهدة الفيلم الجذاب أو قراءة القصة المشوقة أو متابعة الإعلان المغربي.²

2- أنموذج التلقي (Reception Paradigms)

يقصد بأنموذج التلقي في هذا المقام، النظرية العامة والنظريات الفرعية والمقاربات التي حولت محور الدراسة من محتوى الرسالة وعلاقاته بالتأثير الذي قد يحدث في سلوك الناجم عن محاولة الإجابة عن التساؤل الجمهور، أي علاقة الرسالة بالتأثير Lasswell (الأولي) ماذا تفعل وسائل الإعلام في الجمهور؟ (في نموذج لاسويل)³، إلى التركيز على مصير الرسالة بعدما يتلقاها الجمهور الإنتقائي القوي والفعال والنشط الذي أعيد له الاعتبار نتيجة تغيير استراتيجية البحث إلى) ماذا يفعل الجمهور لقد أحدثت مقارنة الإشكالية الجديدة بأنموذج الاستعمال والإشباع لكاتز، وبأنموذج التفاعل والتأويلات لمورلي، نقلة نوعية في نماذج أبحاث الجمهور.

1 - برهان شاوي: مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار مكتبة الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص102.

2 - علي قسايسية: النظرية والمنهجية لدراسات التلقي - دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر - مرجع سابق، ص124.

3 - المرجع نفسه، ص124.

مفهوم نظرية التلقي:

إن الملاحظ لهذا المصطلح لا يخفى عليه أنه يتكون من شقين شق النظرية وشق التلقي. فأما النظرية مجموعة من الآراء والأفكار تثبت أمام العقل ببرهان¹، وأما التلقي: فيقول فيه **ياوس** ثم يقول « يعني مفهوم التلقي هنا معنى مزدوجا يشمل معا الاستقبال)أو التملك والتبادل².

غير أننا إذا عدنا إلى البيئة العربية نجد أن مصطلح "نظرية التلقي" قد اتخذ أشكالا نظرية الاستقبال " عند" **رعد عبد الجليل جواد** " عندما « وألوانا، وهذا ليس بغريب . فنجد ترجم كتاب " **روبيرت هولب** " ،بينما ترجم " **عز الدين إسماعيل** " نفس الكتاب تحت عنوان **نظرية التلقي** "، كما اختار " **حسين الواد** "ترجمتها إلى " **جمالية التقبل** "، أما **نبيلة إِب راهيم** " فسمتها " **نظرية التأثير والاتصال**³."

وترتبط عملية التلقي بإرسال القائم بالاتصال لفكرة أو معلومة تثير انتباهه، ففعل التلقي يعني استقبال الجمهور للرسالة الإعلامية من خلال وسيلة جماهيرية، والأساس في عملية التلقي هو العمل الذي يقوم به المتلقي تجاه ما يراه أو يقرأه أو يسمعه، ففي كل عمل يربط المتلقي بين مرجعه الخاص، وبين العالم الوهمي الذي يتضمنه النص وبين واقعه⁴.

فالمتلقي هو الجهة المستقبلة للرسالة، وقد يكون فردا أو جماعة⁵، ومن هنا يمكن تقسيم المتلقي إلى نوعين:

التلقي المباشر: أين تنساب الرسائل من الوسيلة المادية إلى الحواس البشرية بصورة مباشرة، حيث يعمل المتلقي على الحصول على حاجاته وإشباع رغباته من الترفيه

1 - عبد الملك مرتاض: **نظرية النص الأدبي**، ط2، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص38.

2 - بومعزة فاطيمة : **نظرية القراءة والتلقي - المرجعيات والمفاهيم-**، مجلة الناص، عدد 22 ديسمبر 2017، ص166.

3 - المرجع نفسه: ص166.

4- مخلوف بوكروح، **التلقي في الثقافة والإعلام**، دط، مقامات للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص30.

5- عزى عبد الرحمن، **دعوى إلى فهم المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال**، مرجع سبق ذكره، ص18.

والإعلام والتوجيه والتنقيف وذلك توافقاً مع رغباتهم وميولهم وقدراتهم اللغوية والدلالية التي تسمح بفك الترميز.

التلقي الغير مباشر: نقل الرسائل وتفسيرها للآخرين، بشكل غير محسوس أي عن طريق وسطاء وفق نظريات التأثير الغير مباشر.

-ظهر أنموذج التلقي ليضع حد لسلطة وسائل الإعلام على الجمهور من خلال ما تعرضه من محتويات ومضامين إعلامية، حيث بدأ الانتقال في منتصف القرن الماضي من النموذج الإعلامي والاتصالي الذي كان يفسر عملية التأثير القوية لوسائل الإعلام على الجمهور إلى نموذج إعلامي جديد والمتمثل في نموذج التلقي، أي من نموذج الأحادي الذي يتجه من وسائل الإعلام نحو الجمهور إلى النموذج التفاعلي والجمهور الذي يشكل فيه عنصر فعال ونشط، والجمهور يعتبر فعال ونشط و يفسر ويحلل الرسائل الإعلامية أي يمكن قول بأنه مفاوض للمحتوى والرسائل التي يتلقها من وسائل الإعلام والاتصال، وهو عبارة عن توجه ظهر للتزاوج بين كل من المدرسة الوظيفية البنائية من جهة، ومن جهة أخرى المدرسة النقدية في إطار الدراسات الثقافية والإعلامية¹.

ويشمل هذا الصنف من النماذج، عموماً، مجموعة النظريات والمقاربات التي تناولت التأثير البالغ والمباشر والتأثير المحدود الفوري والطويل المدى ثم المزيد من التأثير.

ويهتم بالتغير أو التحول الذي قد يلاحظ في سلوكيات الجمهور ومواقفه وحالاته الانفعالية والذهنية والإدراكية والمعرفية أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام وعلاقة هذا التغيير، مقارنة بالوضع السابق للتعرض، بالقدرة المفترضة التي أسندت لهذه الوسائل في مختلف مراحل تاريخ أبحاث الجمهور، كما سبقت الإشارة لذلك. وتوصف هذه النماذج، خاصة الأولية منها، تشاؤمية نظراً للسلبية لقدرة الجمهور على مقاومة القوة الخارقة لوسائل الإعلام التي تحدث تأثيراً في اتجاه خطي²

-نظريات الاتصال الإعلامي أسهمت إلى حد كبير في الاتصال الأدبي؛ لأنها فتحت المجال أمام النقاد في الإفادة من العمليات الاتصالية الإعلامية وتطبيقها على الدرس

1 - نور الهدى عبادة، فاروق أمناي: تطور مقاربات وأبحاث جمهور وسائل الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص190.

2- علي قسايسية: علي قسايسية: المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، مرجع سابق، ص123.

النقدي المعاصر، لاسيما أنصار نظرية التلقي والتأويل، ثم خطت الدراسات الإعلامية خطوة متقدمة صوب عمليات التلقي، وتطورت تطوراً كبيراً في حقل الخطاب الإعلامي والتلقي، ويتضح هذا التطور في النماذج الاتصالية التي عنيت بعملية تلقي الخطاب وفك الرموز اللغوية للرسائل المرسلة عبر الوسائل الاتصالية إلى المتلقى، وهو ما عرف في الدرس الإعلامي بتحليل التلقي). (analysis reception) وقد تطور هذا التوجه وبخاصة في النظرية النقدية وعلم دراسة الرموز اللغوية) وتحليل الخطاب¹.

الرؤية الإستمولوجية لنظرية الاتصال الأدبي من التفسير إلى التأويل الخطاب: المجلد 14، العدد 1، ص- ص 32-33.

المحور الثالث نظريات علوم الإعلام والاتصال.

المحاضرة الرابعة: النظرية البنائية الوظيفية.

عرفت النظرية الوظيفية تسميات عدة مثل (النظريات البنائية الوظيفية) **the theory**، **theory conservative** (النظريات المحافظة)، **structure function** (نظريات التحليل الوظيفي) **the theory function analyses** وغيرها من التسميات الأخرى¹. وتعد النظرية البنائية الوظيفية من النظريات التي حاولت تفسير الظواهر الاجتماعية من خلال تقديم أفكار وفروض حول طريقة عمل المجتمعات، والنظر إلى المجتمع على أساس نسق ونظام متكامل فيما بينه ومتوازن، والبحث عن سبب تواجد المؤسسات والأعراف المتخلفة فيه، واعتبرت المجتمع على أساس بناء منظم وثابت متكون من مجموعة أجزاء مترابطة ومتماسكة فيما بينها، وكل جزء يقوم بتأدية وظيفة تساهم في بقاء واستمرارية وجوده، خاصة مع الجهود التي بذلت والتي مازالت تبذل في بناء وإعادة بناء الوظيفة على المستوى النظري والأمبريقي².

البنائية الوظيفية: تعني البحوث والدراسات التي يتمحور اهتمامها في شكل أو بناء أي وحدة، أو يكون محور الاهتمام هو الوظائف التي تؤديها الوحدة في إطار البناء العام للوحدات أو البناء الكلي، والبنائية الوظيفية تركز على الوظائف والأدوار التي تقوم بها الوحدات المكونة للكل³.

-وأما عن مفهوم البنائية الوظيفية فهي مركبة من جزأين:

-البناء (structure): ويقصد به إلى الطريقة التي تنظم الأنشطة المتكررة في المجتمع.

-الوظيفية (function): يعني هذا المصطلح إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على إستقرار وتوازن بقاء واستمرارية المجتمع⁴.

1- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص34.

2 - فتحة طويل: النظرية البنائية الجديدة وتحليلها للبناء الاجتماعي، مجلة التغير الاجتماعي، العدد الأول، ص218.

3 - معن خليل: نظريات معاصرة في علم الاجتماع، دار الشروق، 1997، ص157.

4 - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص34.

جذور النظرية البنائية الوظيفية:

- فكرة التنظيم والبناء كمصدر لإستقرار المجتمع لم تكن من باب الصدفة في عملية الإنشاء والتكوين في تاريخ البشرية، وإنما تولدت في حقيقة الأمر بعد جدل طويل وعسير عاشته التجربة البشرية عبر عشرات القرون، فقد بدأت تتجلى ملامح هذه الفكرة مع أفلاطون في " جمهوريته"، أين حاول أن يماثل بين المجتمع والكائن العضوي، بما يمثل كلاهما نظاما مركبا من أجزاء تتفاعل فيما بينها لتحقيق التوازن الإجتماعي العام، ففي المجتمع المثالي الذي وصفه أفلاطون، تؤدي كل فئة من المشاركين في البناء الاجتماعي أشكالاً من النشاط تساهم في تحقيق التوافق الاجتماعي¹.

-وإنطلق كذلك المفكر (إبن خلدون) من استخدام المنهج التاريخي الاستقرائي لتحليل البنية الإجتماعية للمجتمع العربي الإسلامي القديم، فصنفها إلى بنية بدوية وبنية حضرية، وقام المفكر (أوجست كونت) باستخدام المنهج التاريخي الوصفي لتحليل جوانب البناء الإجتماعي للمجتمع الفرنسي، معتمدا على فكرة التماثل مع الكائن الحي كفكرة مركزية في صياغته لمفهوم المجتمع، حيث أوضح في هذا الإطار أن البناء يتشكل من الأسر والجماعات، وكذا الدولة أو السلطة السياسية التي تقوم بواجب الربط بين العناصر الإجتماعية، لهدف تحقيق التماسك والإستقرار في المجتمع².

- فكرة البناء الاجتماعي ليست فكرة حديثة العهد بل أنها تمتد إلى منتصف القرن التاسع عشر عندما ظهرت في كتابات " مونتسكيو " وحينها ، ظهرت فكرة النسق الاجتماعي على أساس أن مظاهر الحياة الاجتماعية تؤلف فيما بينها وحدة متماسكة متسقة وذلك عندما تحدث (مونتسكيو) عن القانون وعلاقته بالتركيب السياسي والاقتصادي والدين والمناخ وحجم السكان والعادات والتقاليد وغيرها مما يشكل في جوهره فكرة البناء الاجتماعي³.

1 - فيصل فريحي: الإتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر دراسة في بناء الإتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي " الإقتدار السياسي " على عينة من الأساتذة الجامعيين، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2012-2013، ص49.

2 - المرجع نفسه، ص50.

3 - إسماعيل ، زكي ، محمد: الانثروبولوجيا والفكر الإنساني، مكتبات عكاظ للنشر والتوزيع، جدة، 1982، ص228.

-ظهرت النظرية أو المدرسة البنائية الوظيفية كحركة توفيق بين النظريات القصيرة المدى والطويلة المدى، بهدف تقديم وصف عام للعلاقات المتبادلة، والمتجسدة في فكرة التوازن بوصفها نقطة مرجعية وليست بوصفها كشيء موجود في الواقع، فالتوازن متحرك وهو ما يفسر دائماً "استعمال مفهوم التوازن الدينامي، واعتباره من أعم المفاهيم عند الوظيفية¹.

أفكار النظرية:

-إن فكرة البناء للمجتمع ما كمصدر لاستقراره لا تعد جديدة كفلسفة اجتماعية، فأفلاطون في جمهوريته يطرح فكرة القياس بين المجتمع الكائن العضوي ، فكلاهما يعني نظاماً من أجزاء مترابطة في توازن ديناميكي، وفي القياس بين المثالي الذي وصفه أفلاطون تقوم كل فئة من المشاركين في هيكل اجتماعي بإنجاز الأنشطة، التي تساهم في تحقيق التناسق الاجتماعي العام².

-تعتبر هذه النظري من نظريات الطلب أيضاً، كونها على الحوافز التي تدفع الجمهور إلى استعمال وسائل الإعلام الجماهيري بهدف إشباع حاجاته وينبغي وفق هذه النظرية أن نتوقع أن الجمهور يبحث في وسائل الإعلام دائماً عما يشبع رغباته وعما يساعده على إيجاد الحلول لمشاكله النفسية والاجتماعية ويشبع خاصة حاجاته إلى الإعلام والترفيه والتربية³.

-تقوم هذه النظري من منطلق انه في اي مجتمع توجد عوامل او قوى إجتماعية تتفاعل بطرق محددة ومميزة لإنشاء نظام إعلامي قوي ، وفي هذا الصدد يقول "هيبرت" ان النظم الإعلامية تقدم وظائف على النحو الآتي: الإعلام والتحليل والتفسير والتعليم والتنشئة الاجتماعية والسياسية والإقناع والعلاقات العامة والترويج والإعلان والترفيه والفنون وهذه الوظائف التي تقوم بها النظم الإعلامية تقوم بدورها في تغيير المجتمع الذي قام بوضعها⁴.

1-فتيحة طويل: النظرية البنائية الجديدة وتحليلها للبناء الاجتماعي، مرجع سابق، ص218.

2 - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006 ، ص124.

3 - علي قسايسية: المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، مرجع سابق، ص99.

4 - بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2011، ص99.

أسس النظرية:

- قام الباحث (هارولد لازويل) H. Lasswell سنة 1948 بوضع ثلاث وظائف أساسية لوسائل الإعلام وهي:¹

- مراقبة البيئة: أي بمعنى الكشف عما يمكن أن يهدد المجتمع أو ما يمكن أن يستفيد منه.

- الربط بين مختلف مكونات المجتمع المنفردة فيما بينها.

- توصيل الإرث الاجتماعي والثقافي من جيل إلى جيل.²

إسهامات روبرت مورتون (Manifest and latent) بمساهمة في إرساء قواعد الاتجاه الوظيفي، وهذا بقيامه بدراسة تحت عنوان (الوظائف الظاهرة والوظائف المستترة) وخلصت إلى مايلي:

- المجتمع نظام متكامل، يتكون من أجزاء مترابطة فيما بينها، يُفترض أنها تؤدي وظائف لأجل استقرار النظام ككل و بقائه.

- البناء الاجتماعي الذي يتشكل منه المجتمع، عبارة عن مجموعة أنظمة مترابطة بعضها ببعض ومتكاملة في ارتباطاتها و متكافئة في وظائفها.

- مثل هذا المجتمع يميل بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي.

- جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع تساهم بعض الشيء في استقراره. بمعنى، أن كل الأشكال القائمة من النماذج، تلعب دورًا في الحفاظ على استقرار النظام.

- بعض الأنشطة المتماثلة والمتكررة في المجتمع، لا غنى عنها، على الأقل، في استمرار وجوده.³

1 - يوسف تمار: **Agenda setting** نظرية- دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2004-2005، ص61.

2 - فيصل فريحي: الإتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر، ص65.

3 - يوسف تمار: نظرية الأجندة، مرجع سابق، ص61.

المحاضرة الخامسة: النظرية النقدية.

جذور النظرية النقدية: تعتبر النظرية النقدية من النظريات العلمية المرتبطة بعدة ميادين مثل: ميدان (علم الاجتماع، الفلسفة، السياسة، الأدب، وعلوم الإعلام والاتصال...)، ونشأت وتبلورت وهذا مع مطلع العقد الثالث من القرن الماضي، وتبنت النظرية النقدية مدرسة فرانكفورت الألمانية، وتبنت طابع فكري خاص مع مطلع العقد السابع من القرن الماضي. وقام بتبني طرح وأفكار المدرسة النقدية مجموعة من الباحثين في مختلف التخصصات والبياديين والمعارف العلمية¹. وعلى العموم يمكن قول بأنه المدرسة أو النظرية النقدية شهدت عصرين وفترتين زمنيتين مختلفتين، فترة الريادة المنحصرة من الثلاثينيات إلى أواخر الستينيات والتي قادها كل من (هور كايمر، وادورنو، ماكوز...) وفترة إعادة التجديد والتي إمتدت من بداية السبعينيات إلى الثمانيات من القرن الماضي والتي تزعمها كل من (يورجين هابرماس، والبرخت فيلمر، وكلاوس أوفي...)².

-يقصد بالنظرية النقدية تلك النظرية التي كان ينطلق منها رواد مدرسة فرانكفورت في انتقادهم للواقعية الساذجة المباشرة، فالنظرية النقدية تعني نقد النظام الهيجلي، ونقد الاقتصاد السياسي، والنقد الجدلي. وتهدف هذه النظرية إلى إقامة نظرية اجتماعية متعددة المصادر والمنطلقات، كالأستعانة بالماركسية، والتحليل النفسي، والاعتماد على البحوث التجريبية. وبتعبير آخر. ويرتبط مفهوم "النظرية النقدية" بعنوان كتاب هوركايمر: "النظرية التقليدية والنظرية النقدية" (1937م)، وقد جمع فيه صاحبه مجمل التصورات التي عرف بها أصحاب مدرسة فرانكفورت سواء النظرية منها

¹ - توم بوتومور: مدرسة فرانكفورت، ت سعد هجرس، ط2، دار أوياء، ليبيا، 2004م، ص13.

² - المرجع نفسه، ص13.

أوالطبيقية، كما ضمنه مجمل المقترحات التي كانوا يؤمنون بها لإنقاذ الأدب وتصحيحه¹.

-رواد المدرسة النقدية: مدرسة فرانكفورت أوثق ارتباط ب «معهد فرانكفورت للبحث الاجتماعي» الذي أسسته في سنة ١٩٢٣م نخبة من الفلاسفة وعلماء الاجتماع والاقتصاد والنفس والنقد الأدبي والجمالي المنحدرين من أصول يهودية، وقد كان من بني أعضائه هم بعد ذلك في الحياة في العشرينيات والثلاثينيات عدد من الأعلام الذين ذاعت شهرت الفكرية والأدبية، مثل عالم النفس الاجتماعي والكاتب الفيلسوف «إريك فروم» (١٩٠٠-١٩٨٠م)، والناقد الأدبي الماركسي فالتر بنيامني (١٨٩٢-١٩٤٠م)، وعالم الاجتماع الأدبي ليو لوفنتال، وبوجه أخص الفيلسوفان: تيودور فيزنجروند أدورنو (١٩٠٣-١٩٦٩م) (وهيرت ماركوز (١٨٩٨-١٩٧٩م)، وفيلسوف الاجتماع ماكس هوركيمر (١٨٩٥-١٩٧٣م) الذي تولى إدارة المعهد من سنة ١٩٣٠م إلى سنة ١٩٣٤م عندما أغلقت السلطات النازية، فاستمرّ في الإشراف عليه بعد ضمه إلى جامعة كولومبيا في مدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية (من ١٩٣٤-١٩٥٠م)²،

-المفاهيم التي تعتمد عليها المدرسة النقدية:

(أ) التكامل: تقدم المدرسة النقدية مدخل متكامل لدراسة العلوم الاجتماعية، فأنت لتسد الثغرات التي أسفرتها تقسيمات الباحثون والأكاديميون ذو البعد الوضعي في مختلف التخصصات العلمية، فالمدرسة النقدية تتقد بشدة الانفصال الذي حدث في العلوم الاجتماعية والذي نتج عنه محدودية المعرفة العلمية وقلتها³.

1 - سعد البازعي وميجان الرويلي: دليل الناقد الأدبي، ط2، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، 2000، ص200.

2 - عبد الغفار المكاوي: النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت، دط، مؤسسة هنداوي سي أي سي للنشر والتوزيع، المملكة المتحدة، 2017، ص16.

3 - عواطف عبد الرحمان: النظرية النقدية في بحوث الاتصال، دط، دار الفكر العربي، مصر، 2013، ص19.

ب) **الجديلة:** ترتبط المدرسة النقدية بمفهوم ثاني لا يقل أهمية عن باقي مفاهيم النظرية وهو (مبدأ الجديلة) وعمل كل من (هوركايمر) وزملائه هذا الطرح الجدلي في تفسير وتحليل العلاقات المتباعدة والمختلفة في المجتمعات ومن ابرز القضايا الجديلة التي طرحها أصحاب هذا الطرح السيطرة الكلية للمجتمع الرأسمالي، حيث تؤكد المدرسة النقدية أن السيطرة لها ثلاث جوانب، الجانب الأول هو السيطرة على البيئة الطبيعية، ثانياً السيطرة الفرد على باقي أفراد المجتمع، ثالثاً " إخضاع الطبيعة البشرية¹.

ج) **الاغتراب الاجتماعي:** ترى المدرسة النقدية أن أسوأ ما يتعرض له الإنسان في المجتمع الرأسمالي ظاهرة الاغتراب بكافة أشكاله، أولها الاغتراب الاقتصادي الذي أكدت عليه الماركسية يضاف إليه الاغتراب الثقافي والنفسي الشامل الذي يتحقق من خلال آليات عديدة تتمثل في النظام التعليمي والإعلامي والثقافي، فمن خلال وسائل الإعلام والإعلانات يتم من خلالها تكوين الحاجات الكاذبة لدى الأفراد في المجتمع².

فروض النظرية النقدية:

- تفترض النظريات النقدية أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم وعلاقة وسائل الإعلام بالقوى الاجتماعية السياسية على النحو التالي:

- الترويج لاهتمامات الجماعات المهيمنة في المجتمع.

- تحليل المعاني الرمزية للمحتوى الذي تروجه المصالح الرأسمالية لجذب اهتمام الطبقات العاملة.

- فضح أسطورة حياد الدراسات الإعلامية الأمريكية التي يمولها رجال الأعمال

¹ - المرجع نفسه، ص 20.

² - المرجع نفسه، ص ص 20-21.

لخدمتهم.¹

أ- مدرسة فرانكفورت ترى ان الثقافة الجماهيرية ذات الطابع التجاري كانت الوسيلة الاساسية التي مكنت الاحتكارات الرأسمالية من تحقيق النجاح في هذا المجال تكون اراء هذه المدرسة العديد من المداخل والنظريات الاجتماعية مثل نظرية الاقتصاد السياسي والهيمنة والمدخل الاجتماعي الثقافي.

ب- النظرية الثقافية النقدية: تهتم بالتحليل الثقافي لتسجيل مدى ارتباط ما تقدمه وسائل الاعلام بحياة الناس.

ج- نظرية الاقتصاد السياسي: تركز على تأثير القوى الاقتصادية في المجتمع وعلى ما تقدمه وسائل الاعلام في هذا المجتمع.

-اسهامات المدرسة النقدية في مجال الاتصال : لا بد أن نشير بصفة خاصة إلى اسهامات مدرسة فرانكفورت إذ إن تاريخ النظرية النقدية في الحقل البحثي لوسائل الاتصال الجماهيرية قد بدأ تحديدا بمدرسة فرانكفورت و يرجع ذلك الى جملة اعتبارات نذكر منها:

-ان مدرسة فرانكفورت في نقدها للمجتمع وتبنيها لمصطلح التغيير الاجتماعي تمثل اسهاما هاما في تاريخ البحث العلمي في العلوم الاجتماعية بصفة عامة وعلى الأخص في مجال الثقافة و البحوث الاعلامية والاتصالية .

-أسهمت مدرسة فرانكفورت في تعرية السلطة في المجتمعات الرأسمالية و الكشف عن دورها في طمس الفروق الاجتماعية و تزييف وعي الجماهير بآليات القهر الاجتماعي

¹ عواطف عبد الرحمان: النظرية النقدية في بحوث الاتصال، ص18.

والثقافي . وخصوصا بعد ظهور الجدل الشهير في هذا السياق بين أودورنو أحد مؤسسي مدرسة فرانكفورت (ولازارسفيلد) أبرز علماء الاتصال في الولايات المتحدة¹.

- تهتم معظم الدراسات النقدية بدراسة علاقات وسائل الاعلام من خلال مخرجاتها. ترى النظرية النقدية وظيفة الإعلام هي مساعدة السلطة في المجتمع لفرض نفوذها والعمل على تجسيد وتعزيز الوضع القائم، فهي تقوم بوضع تفسيرات خاصة بانتشار صورة المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام والاتصال لصالح ولخدمة الطبقة او الفئة الحاكمة والمسيطرة على المجتمع الذي تنشط فيه².

المنطلقات التي تحدد العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية: أجمع المختصين في النظريات الإعلامية على تحديد مجموعة من المحاور على النحو الآتي³:

(1): تعمل وسائل الإعلام على تغطية وعرض المحتويات الإعلامية التي تميل إلى فئات أو جماعات معينة في المجتمع.

(2) تحليل المعاني الرمزية للمحتوى الإعلامي التي تستخدمها المصالح الراسمالية لجذب إهتمامات الطبقة العاملة التي تعاني من الإستغلال.

(3) فضح اسطورة الحياد في الدراسات الإعلامية الأمريكية والتي تخدم الثقافات المهيمنة والتي يقوم تمويلها كبار رجال الإهمال والحكومات.

(4) دراسة المحتوى الإعلامي أي يتم دراسة الإعلام وفي إطار أوسع وتعريفه من خلال الدور الفكري والعقائدي بدلا" من نماذج التأثير المباشر.

1 - المرجع نفسه: ص93.

2 - بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام: مرجع سابق، ص101.

3 - المرجع نفسه، ص ص 101-103.

(5) تحوي النظريات الخاصة بالنص الإعلامي بوصفه تقديمًا واضحًا للمعنى وإعطاء اهتمامات أكبر للبناء اللغوي والفكري.

(6) التأكيد على مفهوم القراءة وجمهور القراء، حيث يشير هذا المحور إلى العلاقة بين ترميز الرسائل الإعلامية وتباين تفسيرات الجمهور.

(7) الإهتمام بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تداول وتأمين تعريفات الهيمنة الفكرية وتقديمها والتي تختلف تماما مع نماذج الثقافة الجماهيرية المتناولة في البحوث الأمريكية.

وفي هذا السياق حدد محمد عبد الحميد، علاقة وسائل الإعلام بالقوى الاجتماعية والسياسية من المنظور النقدي فيما يلي:

- أن محتوى وسائل الإعلام يروج اهتمامات الجماعات المهنية في المجتمع، و يميل هذا المحتوى إلى التغطية غير المتوازنة للعلاقات الاجتماعية.

- تحليل المعاني الرمزية للمحتوى الذي تروجه المصالح الرأسمالية لجذب اهتمام الطبقات العاملة.

- فضح أسطورة حياد الدراسات الإعلامية الأمريكية التي يمولها كبار رجال الأعمال (لخدمة الثقافات المهني¹).

¹ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، دط، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص 148 .

المحاضرة السادسة: نظرية الطلقة السحرية: وتسمى أيضاً نظرية التأثير المباشر (**Direct Effects Model**) أو نظرية الرصاصة السحرية، وكذلك سميت بنظرية الحقنة أو الإبرة تحت الجلد (**Hypodermic Needle**) تشبيهاً للرسالة الإعلامية أو التسويقية بالمحلول الذي يحقن به الوريد ويصل في ظرف لحظات إلى كل أطراف الجسم ويكون تأثيره قوياً ولا يمكن الفكك منه حيث تنصّ هذه النظرية أن وسائل الإعلام "لها تأثير قوي وسريع ومباشر على الجماهير". تعود التمهيدات التاريخية لنظرية الفذيفة السحرية إلى الحرب العالمية الأولى في محاولة استخدام وسائل الإعلام والاتصال كأداة للتأثير والسيطرة في مواقف البشر وأفكارهم وسلوكياتهم¹.

إن الاهتمام بتأثير وسائل الإعلام أحدث تطور كبير في البحوث الميدانية وكان الرأي السائد أن وسائل الإعلام تؤثر على الجمهور تأثير مباشر وكان الاعتقاد السائد بأن هذه الأخيرة هي من تتحكم في أفراد المجتمع من خلال الرسائل الإعلامية². ومن خلال التجارب التي قام بها (هارولد لازويل بول سفيل انه لاحظ مثلاً أنه إحدى الإذاعات الأمريكية قامت بجملة من البرامج تتناول موضوع الأقليات التي تعيش بولايات المتحدة الأمريكية وخصصت برامج لكل أقلية فكانت كل برنامج خاصة بأقلية معينة تجذب جمهور من المستمعين متكون في أغلبته من الأقلية التي تتكلم عنها الحصة أو البرنامج دون الأقليات الأخرى التي تمتع عن الاستماع لأنه الأمر لا يعينها³.

أعتبر الراديو وسيلة قادرة على كل شيء، والمرسل عنصر قوي قادر على حقن كل شيء للمستقبلين أما المستقبل فهو ضعيف وغير فعال، بعيد عن الأشخاص المتواجدين في محيطه، ومُتعرض للمضامين المارة إليه من خلال "الحقنة".

1 -مي عبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2006، ص265.

2 - زهير إحدادن: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دس، ص73.

3 المرجع نفسه: ص74.

-ظهرت هذه النظرية في بداية القرن العشرين خلال الحرب العالمية الأولى نظراً لحاجة الجيش في الولايات المتحدة الأمريكية لأعداد من الأفراد المدنيين للالتحاق بصفوف الجيش لمساعدتهم في أداء العمل في المصانع وتوفير الأموال اللازمة لتمويل الحرب حيث قامت وسائل الإعلام بحملات الدعاية بشكل كبير مما جعل الجمهور يتجاوب مع محتواها ويتقبلها بشغف كبير، وعليه لعبت وساهمت وسائل الإعلام بشكل كبير في التأثير على الجمهور سلبياً¹ أو ايجابياً¹، والتي ترى أن الرسالة الإعلامية قوية جداً في تأثيرها وتشبه الطلقة النارية التي إذا صوّبت بشكل دقيق لا تخطئ الهدف مهما كانت دفاعاته، وإن كان هذا التأثير قصير المدى، في إشارة إلى أن الفرد يتأثر بمضمون الوسيلة الإعلامية تأثيراً تلقائياً ومباشراً

مفهوم نظرية الرصاصة السحرية: لقد تعددت المفاهيم والمسميات فمنهم من يطلق عليها:نظرية الرصاصة، الطلقة السحرية، الحقنة أو الإبرة تحت الجلد والطلقة السحرية بمعنى أن الرسالة الإعلامية قوية جدا في تأثيرها والتي شبهت بالطلقة النارية التي لا تخطئ الهدف. والرسائل الإعلامية تكون مثل القذائف التي تضرب كل عين وكل أذن وينتج عنها تأثيرات فورية وقوية ومباشرة على فكر وسلوك الافراد و الجماهير².

-الحقنة تحت الجلد حيث شبهها بالمحلول الذي يحقن به الوريد ويصل في ظرف لحظات إلى كل أطراف الجسم عبر الدورة الدموية ويكون تأثيرها قوي، فالرسائل الاتصالية هي رصاصات سحرية تصل فورا إلى عقول المتلقين.

نشأة نظرية الطلقة السحرية: ظهرت هذه النظرية في مطلع القرن 20 بعد أن عرف علم النفس عدة كشوف عملاقة بخصوص الشخصية السوية تمثلت أهم هذه الكشوف في نظرية التعلم التي توصل إليها كل من واطسون الأمريكي وبافلوف الروسي، وترى هذه النظرية بإمكانية تهذيب وتدريب النفس وترويضها على جملة من

1 - منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص278.

2 - محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003،

ص247.

الأفعال فالشخص الغبي لا يولد غبيا وإنما يولد وهو يملك جملة من الاستعدادات للتعلم وعند تدريبه على جملة من الأفعال بتحدد ما إذا كان غبيا أم ذكيا وقد ساهمت هذه النظرية بشكل كبير في إيجاد الحلول لكثير من مشاكل التربية واستهوت النظرية السلوكية هته علماء الاتصال فكانت أول نظرية نفسية تنتهج في علم الاتصال وعرفت عدة تطبيقات في ميدان الإعلام خصوصا في الدعاية ضد النازية من طرف دول الحلفاء حيث عرضت هذه الدول صورة الألمان في أبشع شكل وراحت ترسم لهم أقبح صورة في أذهان الجماهير ونفس الشيء قامت به و.م.أ في حرب الخليج ضد العراق، وترى هذه النظرية في ميدان الاتصال إن المتلقين يستجيب للرسالة بطريقة أوتوماتيكية، أي أن المتأثر يتأثر بالرسالة بمعزل عن بقية الأفراد من غير وجود وسيط ويكون هذا التأثير فوريا وسريعا وبالتالي هذه النظرية ترفع من قيمة الفرد وتحط من قيمة المجتمع.

-عندما قامت ح ع الأولى كانت من مدعومة من قبل المؤسسات الصناعية الكبرى و لذلك فقد اعتمدت على القدرات الإنتاجية للشعوب المتحاربة ومن هنا بدأت عملية إشراك جميع طاقات الشعب و ثرواته وإمكاناته في الحرب وكانت وسائل الإعلام الجماهيري هي الطريقة الوحيدة لتوجيه الرسائل إلى الشعب و ثرواته وإمكاناته في الحرب والقتال، فقامت هذه الوسائل بحملات دعائية على مستوى كبير، وكان متفاعلا معها وغير عارفا بأهدافها.

-ومن هذا المنطلق كان لوسائل الاتصال أهمية كبيرة أثناء ح ع 1 لقدرتها على تحديد سلوك الأفراد و توجهه سواء كان إيجابيا أو سلبيا و قد قال هتلر أثناء الحرب " لماذا أخضع الأعداء بالوسائل الحربية، ما دام في وسعي إخضاعهم بوسائل أخرى أخص وأجدي إن عملية استعداد المدفع وهجوم المشاة في حرب الخنادق ، سوف تضطلع بها الدعاية مستقبلا.

-وفي ظل هذه الظروف، ظهرت نظرية القذيفة أو الطلقة السحرية لتعبر عن التأثير المباشر والقوي لوسائل الإعلام على الجمهور الذي يتعرض لها.

- فروض النظرية الطلقة السحرية:

1- تقوم نظرية الطلقة السحرية على اعتقاد أن جمهور الاتصال عبارة عن مجموعة من الناس يتأثرون على انفراد بوسائل الإعلام التي يتعرضون لها أي أن الناس يستقبلون الرسائل الاتصالية بشكل مباشر وليس من خلال وسائل أخرى، أي بدون وساطة¹.

2- أن رد الفعل اتجاه رسائل الاتصال يتم بشكل فردي، ولا يضع في الاعتبار التأثير المحتمل لأشخاص آخرين، بمعنى أن الفرد لا يعتمد على تأثيره ببقية الأفراد².

3- ترى وسائل الإعلام الجماهيرية بأنه الجمهور عبارة عن كائنات سلبية يمكن التأثير عليهم بطريقة سلبية ومباشرة بواسطة وسائل الإعلام الجماهيري، فالجماهير عبارة عن ذرات منفصلة من كتلة الملايين القراء والمستمعين والمشاهدين ذات استعداد وقابلية لاستقبال الرسائل التي تشكل منها منبها قويا ومباشرا نحو الجمهور المستقبل³.

4- تفترض أن المرسل يتحكم بكل شيء في العملية الاتصالية (لأنه يضع الرسالة ويختار الوسيلة أو القناة...)، والزمان والمكان لإرسال المحتوى والمضمون الإعلامي نحو الجمهور.

1 - منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 279

2 - المرجع نفسه، ص 279

3 - مرجع نفسه، ص 280.

5- تفترض أن المتلقي يستجيب دائماً وبشكل قوي للرسالة التي يتلقاها، وهو ما تبين من خلال ربط موضوع الدعاية بوسائل الإعلام، حيث تستخدم الدعاية من إصابة الأهداف والتي تعتبر من أحسن وأسرع الطرق إلى تحقيق التأثير المطلوب على سلوك الفرد واستجابته، وقد تكون هذه الأساليب في حد ذاتها فاسدة أوطيبة¹، وهو ما تم بالفعل أثناء الحرب العالمية الأولى والثانية والدور الفعال التي لعبته وسائل الإعلام المسموعة والمكتوبة.

الأفكار الأساسية للنظرية:

أ- تداعي الأفكار: وتعني هذه الفكرة أن الفرد المدرب على فكرة ما يستدعي معنى معين كلما أثرت هذه الأخيرة و تلي هذا المعنى مجموعة من المعاني اللاحقة مرتبطة بالضرورة به لأنها أتت عن طريق التعلم.

ب- التعزيز والتدعيم: عندما يسلك الإنسان سلوك يحصل على مكافئة أو عقاب وبالتالي هو يعمل على التقليل من السلوكيات المؤدية إلى العقاب والتقوية والتعزيز من كل السلوكيات المؤدية إلى المكافأة والثواب وقد أجريت عدة دراسات بهذا الخصوص منها تلك التي قارنت بين نفسه الطفل الأمريكي ونظيره الروماني فوجدت هذه الدراسات أن الطفل الروماني يعاني من صعوبة نفسية في التفريق بين الخير والشر لأن أمه تربيته بمبدأ يعزل عن مبدأ، التعزيز، بينما تعتمد الأم الأمريكية على هذا المبدأ بشكل كبير لذا فهو يملك قدرة كبيرة جداً للتمييز بين الخير والشر.

ج - المحاكاة: يتعلم الإنسان جملة من السلوكيات عن طريق التعلم و عن طريق التدعيم و كذلك عن طريق المحاكاة أي تقليد بعض السلوكيات من المجتمع و

1 - عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد: الرأي العام والفضائيات- دراسة في ترتيب الأولويات، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص265.

اكتسابه جملة أخرى منه لأن الإنسان يحب الانسجام مع الجماعة و لا يرغب في الشذوذ عن الحالة الطبيعية لهاته الجماعة.

النظريات التي احتكت بها نظرية الطلقة السحرية:

تأثرت نظرية الطلقة السحرية بعدد من النظريات التي تنتمي لمجالات مختلفة في العلوم الاجتماعية أهمها:

-النظرية السلوكية أو المنبه والاستجابة في علم النفس: لقد تأثرت نظرية الرصاصة

بالنظرية النفسية التي كانت شائعة في بداية العشرين من القرن الماضي والمتعلقة بالمنع والاستجابة والتي تفترض أن لكل فعل رد فرد وان لكل منبه استجابة من ورائه واعتبرت وسائل منبها يستجيب له الجمهور. ولذلك فإن نظرية الرصاصة السحرية لا تنظر إلى العملية الاتصالية وإنما إلى الفعل والسلوك الإنساني الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام فالمثير يمثل العنصر الحاسم كونه يرتبط بالأشياء الخارجية المحيطة بالفرد والتي تنتج رد الفعل أو الاستجابة¹.

-نظرية المجتمع الجماهيري في علم الاجتماع. ترى هذه النظرية أن الأفراد في المجتمع الجماهيري سيتسمون بالعزلة النفسية عن الآخرين، وتتعدم بينهم المشاعر عند التفاعل مع الآخرين، فالفرد يشعر بالوحدة والقلق والضياع وفقدان المرجعيات وعليه يصبح الفرد مرتبط بوسائل الإعلام لعدة عوامل من بينها:

¹ - عاطف عبد: دليل بحوث الاتصال في الوطن العربي منذ ظهور الطباعة إلى 1983، دط، دار الفكر العربي، مصر، 1994، ص198.

-يلجأ إلى وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري لتعويض الأفراد من الأهل والأصدقاء وأبناء الحي والجيران والتخلص من الضغوط والمشاكل اليومية¹.

-التسلية والامتناع فهي وسيلة للترفيه وتمضية الوقت.

-مخدر ومسكن للشعور بالتوتر والقلق السائد في المجتمع الجماهيري.

-مصدر للمعلومات في كل المجتمعات.

-مرجعية للتوجيه والتنوير وتسهيل اتخاذ القرارات وتحديد المواقف بدلا عن مجلس العشيرة ومختار القرية.

-التحليل النفسي والنظرية الفردية: هذه النظرية ترى أن سلوكيات الفرد تتبع من اللاوعي واللاشعور أو من العقل الباطن، وقد اعتبر أصحاب نظرية الرصاصة السحرية أن الرسالة الإعلانية والدعاية تتوجه إلى لا وعي الفرد، لترويج سلعة معينة يتم ربطها بشخصية مشهورة المتلقي الرسالة في أعماقه التشبه بها².

الانتقادات الموجهة للنظرية:

-ركزت النظرية على موضوع (علم النفس، علم النفس الاجتماعي، والتحليل النفسي) وأكدت أن الرسائل الإعلامية تؤثر فقط على الجوانب النفسية الشعورية واللاشعورية للأفراد، وفي الوقت نفسه لم تعير النظرية أي إهتمام لموضوع السياق الاجتماعي والثقافي والسياسي الذي يسير ويتحكم في عمل المؤسسات الإعلامية والمرسل على حد سواء.

- انتقدت هذه النظرية من قبل أصحاب المؤسسات الإعلامية لأنها تقوم بتحريض الرأي العام والسلطات الأمريكية ضدهم وتدفعها لاتخاذ إجراءات تحد من حرية

¹ - المرجع نفسه، ص199.

² - عاطف عبد: دليل بحوث الاتصال في الوطن العربي، مرجع سابق، ص199.

تصرفهم في اختيار المضامين التي تدر عليهم أرباحا وفيرة مثل العنف والإثارة والجنس.

-نظرية التأثير المحدود تغيرت نظريات الطبيعة البشرية في مجال علوم النفس والاجتماع بفعل اكتشاف التقنيات السوسولوجي والسيكولوجية والاهتمام المتزايد بالبحث خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وقد كان محور التغير في تفسير هذه النظريات وشروحها هو إعادة تعريف الطبيعة البشرية مما ترتب عليه إعادة النظر في طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام وبين الأفراد.¹

¹ - محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط2، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2000، ص189.

المحاضرة السادسة: نظرية دوامة الصمت:

نظرية دوامة الصمت ظهرت وجاءت لتأيد أصحاب الطرح التأثير القوي لوسائل الإعلام والاتصال على الجمهور، تعتبر نظرية دوامة الصمت من نماذج التأثيرات طويلة المدى على المجتمع بصفة عامة وافراده بصفة خاصة. ترجع جذورها إلى أفكار الباحثة (عالمة الاجتماع الألمانية اليزابت 1974) التي عرفت باسم دوامة الصمت أو لولب الصمت من خلال كتابها المؤلف سنة 1980 بعنوان دوامة الصمت الرأي العام باعتباره جلدنا الناعم الإجتماعي¹، والذي ضمنته جملة من استنتاجات أبحاثها وقبل ذلك فقد دعت نيومان سنة 1974 إلى العودة إلى قوة وسائل الإعلام. ورأت أن لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الرأي العام لكن تم التقليل من شأنها في الماضي بسبب قيود منهجية في الدراسات الإعلامية لذا طالبت بأهمية إجراء البحوث طويلة الأمد واقترحت مجموعة مناهج في البحث تجمع بين المقاييس الميدانية والمسحية للجمهور وللقائمين بالاتصال من اجل معرفة قوة وتأثير وسائل الإعلام².

- تنطلق النظرية من فكرة إنسانية تتمثل في مسألة التفاعل بين وسائل الإعلام والاتصال الشخصي وإدراك الفرد لأرائه الخاصة وعلاقتها بالآخرين في المجتمع من جهة أخرى فهي تقوم على ما كان عليه معروفا في علم النفس الاجتماعي أن رأي الفرد يتوقف إلى حد بعيد على ما يفكر الآخرون.

1- بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص107.

2- سعيد بومعيزة: محاضرة في مقياس نظريات الإعلام والاتصال، سنة ثالثة، ب:جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام والاتصال، الموسم الجامعي 2019-2020، بمدرج الاتصال، يوم16-10-2019.

3- منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص383.

- من جهة ثانية كان هاجسها الأساسي يتمثل في سؤال الخاص ب لماذا ؟ تبني الألمان مواقف سياسية خاطئة التي أدت إلى الهزيمة الوطنية والإهانة والدمار في 30 و 40 من القرن الماضي.

وتشير في الواقع عبارة لولب الصمت إلى وضع يلتزم فيه الناس الصمت عندما يشعرون أن آرائهم تمثل الأقلية وترتكز النظرية على ثلاث إفتراضات كما سنتطرق إليها.

- تؤكد معظم الدراسات والأبحاث المتعلقة بأدبيات تشكيل الرأي العام وتكوينه إلى أن نظرية دوامة الصمت تعد من بين النظريات العلمية التي تتصف بالشمولية والديناميكية والحيوية في تقديم وعرض طرحها العلمي حول تكوين الرأي العام. وترجع هذه النظرية إلى الباحثة الألمانية (إليزابيث نويل بيومان)¹ وتقوم نظرية دوامة الصمت على افتراض أساسي مفاده بأن وسائل الإعلام حينما تبني اتجاه منسق وثابت حول قضية معينة في وقت ما ومحدد، فإن الرأي العام يتجه نحو وسائل الإعلام نفسها².

- فرضية النظرية:

- تعتمد نظرية دوامة الصمت على افتراض رئيسي فحواه أن وسائل الإعلام حين تتبنى آراء أو اتجاهات معينة خلال فترة معينة. فإن معظم الأفراد (الجمهور) سوف يتجهون ويتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام وبالتالي يتكون الرأي العام بما يتناسق مع الأفكار التي تدعمها وسائل الإعلام.

¹ - لطيفة عريق: قراءة في نظريات الإعلام المفسرة لتشكيل الرأي العام، مجلة المجتمع والرياضة، المجلد 1، العدد 2، 2018، ص78.

² - المرجع نفسه، ص78.

- أما نيومان فقدمت الفرض العام لنظرية الصمت بالقول "يخشى معظم الناس من العزلة وهذا الخوف يدفعهم إلى إتباع الأغلبية في محاولة للتوحد معهم حتى ولو كان ذلك على حساب إخفاء وجهة نظرهم التي قد تختلف مع الأغلبية وبالتالي التزام الصمت حولها . ليزداد هذا الصمت عندما تعمل وسائل الإعلام على تدعيم آراء الأغلبية " ومن الافتراض الرئيسي للنظرية تفرعت منه فروض أخرى وهي على النحو الآتي¹:

1-إن الرأي العام لدى جمهور المتلقي ينقسم إلى رأي الأغلبية المدعومة لمضمون وسائل الإعلام ورأي الأغلبية المعارضة والتي تلتزم الصمت خوفا من العزلة، الأقلية تؤثر على الجماعة بفضل وسائل الإعلام).

2-الرؤية الاجتماعية للقضايا إذ أن الأفراد يرون الأحداث بما تراه الجماعة ويتمسكون بهذه الرؤية(رأي ونظرة الجماعة تتعكس على نظرة الجماعة)

3-إن وسائل الإعلام المختلفة تقوم بنشر وتعزيز وجهات النظر والآراء والمواقف السائدة والمهيمنة على الجمهور والتي تنعكس على الرأي العام.

4-إن معظم الأفراد يخشون من العزلة الاجتماعية عن بيئتهم ويرغبون في أن تكون آرائهم مدعومة من المجتمع قصد كسب الاحترام فيه، وفي حالة اعتراضهم على الآراء فإنهم يصبحون منعزلون تلقائياً عن الجماعة.

-لكي تنجح وسائل الإعلام في تطبيق نظرية دوامة الصمت، وتكوين الرأي العام وفقاً لما تريده، فلا بدّ لها من اتباع آلية محددة تحتوي على ثلاثة عناصر اساسية²، تُعد المتغيرات الأساسية التي تضمن نجاح الوسيلة الإعلامية في تحقيق التأثير وفقاً لنظرية دوامة الصمت، وهي: التراكمية: يُقصد بالتراكمية، تراكم المحتوى، أي تكرار عرضه على الجمهور، حيث يؤدي العرض التراكمي إلى التأثير في الجمهور

1 - منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص387.

2 - حسن مكاي، ليلي السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص280.

وتكوين الرأي العام. الشمولية: تُقدم وسائل الإعلام للجمهور غالب ما يبحث عنه، ما يجعلها طريقًا لا بدّ من المرور به يوميًا، لذا؛ يُعدّ تعرض الجمهور لوسائل الإعلام أمرًا واقعيًا. التجانس: يعني مصطلح التجانس توافق الرسالة الإعلامية وعدم تعارضها بين القائم بعملية الاتصال والمؤسسات التي تنتمي إليها الجماهير المستقبلية لتلك الرسائل.

-ويتشكل الرأي العام الجماهيري في نظر الباحثة (نيومان) من خلال العملية المتمثلة في (دوامة الصمت، وفي القضايا الخلافية يشكل الناس إنطباعاتهم عن توزيع الرأي العام ويعملون على تحديد ما إذا كانوا ضمن صنف الأغلبية وبتالي تحديد ما إذا كان الرأي العام متغير أو لا من أجل التوافق معهم، وإذا أعتقد الناس بأن الرأي العام يتغير في الاتجاه المعاكس لاتجاههم فإنهم يعملون على التزام الصمت حول المواضيع، وكلما زاد الصمت شعر بقية الأفراد بأن وجهة النظر المعارضة غير معبر عنها وبتالي يستمر الصمت¹.

-حسب هذا النموذج، فإن لوسائل الإعلام القدرة على توجيه الأفراد ليس في الكيفية التي يجب أن يفكروا بها (نظرية التأثير المطلق،) ولا فيما يجب أن يفكروا) جدول الأعمال لكن ما لا يجب أن يفكروا فيه. هذا النموذج يحمل الكثير من الانشغالات والتساؤلات، هو كثير الاستعمال من طرف أولئك الذين ينتقدون الضغط الذي تمارسه عمليات سبر الآراء أثناء الحملات الانتخابية. إذ أن هذه الأخيرة تحاصر الأفراد الذين لا ينتمون إلى الرأي المهيمن بأفكارهم و تجعلهم - خوفًا من العزلة - يلتحقون بهذا الرأي و التصويت معه، لا يعني هذا عند نيومان ، أن الأفراد يغيرون من مواقفهم تحت التأثير المباشر لمضامين وسائل الإعلام، لكنهم يكتفون بإخفائها، لذلك فإن نيومان ترى أنه يجب تصور الرأي العام في خضم الصيرورة العامة

¹ - رشيد حمليل: الحرب والرأي العام والدعاية، دط، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2007، ص244.

للاتصال وفي علاقته بالنسق السياسي طالما أنه ليس معطى إمبريقياً وإحصائياً. بهذا المعنى تقترب نظرية لولب الصمت أكثر من منظري المجتمع الجماهيري، في النظر إلى عزلة الفاعل عن الآخرين وعدم إمكانية الاتصال بهم و أن وسائل الإعلام فقط هي التي تملك القدرة على نشر الرسائل المساهمة في بناء الواقع الاجتماعي والسياسي، كما تكمن أهمية نظرية لولب الصمت في كونها تجعل العلاقة معقدة بين الفرد ووسائل (الإعلام و الرأي العام)¹.

تؤكد النظرية بأن وسائل الإعلام تتخذ أحيانا مواقف معينة اتجاه القضايا أو الشخصيات ويؤدي هذا إلى تأييد معظم الأفراد للاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام بحثا عن التوافق الاجتماعي، أما الأفراد المعارضين فإنهم يتخذون موقف الصمت إما خوفا من العزلة الاجتماعية أو تجنباً للاضطهاد والصراعات الاجتماعية، بالتالي إذا كانوا مؤمنين بآراء مخالفة لما تقدمه وسائل الإعلام فإنهم يكتبون تلك الآراء ويميلون إلى عدم التعبير عنها إما إذا كانت آرائهم منسجمة مع مات بثه وسائل الإعلام فإنهم يعملون على إبرازها والإعلان عنها قصد الحصول على القبول والاندماج الاجتماعي.

-تؤكد كذلك نظرية دوامة الصمت على قوة وفعالية تأثير وسائل الإعلام والاتصال على صياغة وتشكيل الرأي العام للأفراد والجماعات وفي الوقت نفسه على تقارب الآراء والأفكار للأفراد وتقليص شدة التباعد والتنافر للشرائح والفئات الاجتماعية والعمل على توحيدها، وهذا من منطلق أن الفرد يعمل على التقريب والميل إلى الاندماج والتكيف الاجتماعي والعمل على تعديل آراءه التي تتوافق مع رأي الأغلبية أي الرأي السائد في المجتمع، وهو ما تعمل وسائل الإعلام والاتصال جاهدة على تطبيقه من خلال عرض ونشر الرأي الذي يتمشى مع توجهاتها والذي يصبح بمرور

1 - يوسف تمار: نظرية الأجندة، مرجع سابق، ص88.

الوقت هو السائد عند الأفراد والجماعات، وبالتالي يحافظ الفرد على توازنه داخل في المجتمع الذي ينتمي إليه¹.

وقد قامت نيومان بتطوير نظريتها اعتمادا على البحوث التجريبية والتي رصدت فيها ثلاثة متغيرات أساسية تساهم في قوة وسائل الإعلام والتي قامت بتصنيفها ضمن الاتصال الجماهيري²:

1- التأثير التراكمي من خلال التكرار: ذلك أن وسائل الإعلام تعمل على عرض وبث ونشر المحتويات والمضامين الإعلامية متشابهة ومتكررة حول مواضيع مختلفة ومتنوعة أو شخصيات (سياسية، إعلامية، رياضية...) أو قضايا معينة سواء إن كانت محلية إقليمية ودولية، ويؤدي هذا العرض التراكمي إلى تأثيرات على الجمهور المتلقي على المدى البعيد أي (فترة زمنية طويلة). وبمعنى آخر أن وسائل الإعلام تقوم بمحاصرة الأفراد في كل مكان وزمان.

ويرتبط التأثير التراكمي مع جانب من إستخدامات نظرية الغرس الثقافي التي تقرر بمدا التأثير التراكمي على الجمهور المتلقي لمحتوى ولمضمون الرسائل الإعلامية على المدى الطويل ويساهم التعرض المتراكم للمحتوى الإعلامي على صياغة واقع مشابح للواقع الحقيقي³.

2- الشمولية: تعمل وسائل الإعلام في هذه الحالة بالسيطرة على الجمهور والأفراد وتقوم بمحاصرتهم في كل زمان ومكان، وتهيمن على بيئة ومصدر المعلومات والأخبار مما ينتج عنه تأثيرات شاملة لجميع الأفراد ولجميع المواضيع، وينتج عنه تأثيرات شاملة تقع على الفرد يصعب عليه الهروب والفرار من الرسائل الإعلامية التي تقوم ببثها ونشرها وسائل الإعلام⁴.

1 - كاظم مؤنس: نماذج الاتصال ونظريات التأثير السلوكي، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن 2017، ص223.

2 - حسني محمد نصر: نظريات الإعلام، ط1، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2015، ص243.

3 - كاظم مؤنس: نماذج الاتصال ونظريات التأثير السلوكي المرجع، سابق، ص224.

4- منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص385.

3-التجانس: أي أن بين القائم بالعلمية الاتصالية والمؤسسات الإعلامية التي يعمل فيها اتفاقا وانسجاما مما يؤدي إلى تشابه توجهاتهم والقيم الإعلامية التي تحكمهم، هذا بالإضافة إلى التجانس والتناغم بين الوسائل الإعلامية فيما بينها في نقل الوقائع والأحداث ومعالجة مختلف القضايا الأمر الذي يؤدي إلى تناسق وتشابه الرسائل الإعلامية، مما يزيد من قوة تأثير وسائل الإعلام على جمهور المتلقين¹.

ونظرا "لقوة تأثير مختلف وسائل الإعلام على الأفراد والجماعات داخل المجتمع فإن تكوين الرأي العام يتكون من خلال وسائل الإعلام وهذا بتدعيمها للأفكار والمواقف التي تتماشى معها، وهذا ما يجعل الأفراد يؤيدون المواقف التي تعرضها وسائل الإعلام بحثا" عن التوافق والتوازن الاجتماعي، والفئة الاجتماعية التي لا تؤيد آراء ومواقف وسائل الإعلام تأخذ موقف الصمت خوفا" من اضطهاد الجماعة وخوفا من العزلة الاجتماعية².

وجهة نظر (الهيوكاز) حول نظرية لولب الصمت.

قام الباحث(الهيوكاز) بتلخيص نظرية دوامة الصمت في الأفكار التالية:

- 1- كل الأفراد لهم آراء يحاولون دائما" التعبير عنها.
- 2-الخوف من العزلة الاجتماعية يجعل الأفراد لا يعلنون عن آرائهم إذا علموا أنها لا تحض بتأييد الآخرين، أي تأثير عامل العزلة الاجتماعية على مواقف الفرد في المجتمع.
- 3-يقوم كل فرد بإجراء استطلاعات سريعة لمعرفة مدى التأييد أو المعارضة للرأي الذي يتبناه حتى يتسنى له توجيه موقفه مع رأي الأغلبية.
- 4-تعد وسائل الإعلام من المصادر الرئيسية لنشر المعلومات وعرض الآراء ومناخ التأييد أو المعارضة لمختلف آراء الأفراد في المجتمع.

1 - كاظم مؤنس: نماذج الاتصال ونظريات التأثير السلوكي، مرجع سابق، ص225.

2 - المرجع نفسه، ص225.

- 5- تقوم الأطر المرجعية (مؤسسات التنشئة الاجتماعية) والمتمثلة في كل من (الأسرة، المدرسة، دور العبادة والمساجد، دور الثقافة، المؤسسات الرياضية، وسائل الإعلام...) بالتأثير على مواقف الأفراد في المجتمع.
- 6- تميل وسائل الإعلام لأن تتحدث بصوت واحد وفي الغالب يكون وفق التوجه العام للخط السياسي والافتتاحي الخاص بالمؤسسة الإعلامية.
- 7- تميل وسائل الإعلام إلى التحيز في عرض الآراء مما يؤدي إلى تشويه الرأي العام وفق ما يتماشى مع سياستها الإعلامية والافتتاحية.
- 8- يدرك بعض الأفراد أو الجماعات أنهم غير مسايين لرأي الأغلبية مما يدفعهم إما لتغيير آرائهم لتنسيق مع رأي وسائل الإعلام أو يلتزمون الصمت تجنباً للضغوط الاجتماعية.

- الانتقادات الموجهة لنظرية الصمت:

- واجهت نظرية دوامة الصمت انتقاداً من بعض الباحثين في مجال الإعلام، حيث يرى البعض بأنها قد لا تُشكل ناتجاً حقيقياً، خاصةً في ظل توفر وسائل إعلام حديثة ومتعددة تساعد الفئات الصغيرة أو المعارضة للرأي المراد تكوينه، فقد تلجأ تلك الفئات إلى استخدام تلك الوسائل لنشر آرائها، وعلى الصعيد ذاته فإن صمت الفئة المعارضة قد يرتبط باليأس أحياناً، لذا؛ قد لا يكون اليأس موجوداً مما يُشكل عاملاً سلبياً في تكوين الرأي العام وفقاً للرسائل التي تُكونها وسائل الإعلام¹.

- أكدت بعض الدراسات والأبحاث أن مفهوم الأقلية الصامتة يفتقد للدقة، فكثيراً ما تتحدث الأقلية مع الآخرين رغم اختلافها معهم.

¹ - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (ط3)، مرجع سابق، ص 360.

-إن صمت الأفراد لا يرجع بالضرورة إلى الخوف من العزلة الاجتماعية، ففي الكثير من الأحيان والمواقف يرجع لسبب عدم إلمام الأفراد والجمهور بالمعارف المعلومات الكافية عن القضايا المعروضة للنقاش والتحليل.

-نظرية دوامة الصمت أهملت تأثير البيئة السياسية والاجتماعية(قادة الرأي الجماعات المرجعية) في تكوين الرأي العام وخاصة في القضايا المهمة التي تحدد مصير الشعوب.

-التطور التكنولوجي الحديث وفتحة قنوات تواصل مختلفة التي أتاحت فرص متعددة لمختلف الأقليات المعارضة حول القضايا أتاحت لها الفرص للتعبير عن آرائها المعارضة بكل حرية كما الحال خاصة عبر التطبيقات المختلفة المستخدمة في شبكة الانترنت.

. المحاضرة الثامنة: نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratifications

مقدمة: تعتبر بحوث ونظريات الاستخدامات والإشباعات من النظريات التي تتدرج ضمن بحوث التأثير المحدود لوسائل الإعلام، أي أنها جاءت لنفي أصحاب الطرح التأثير القوي لوسائل الإعلام والاتصال على الجمهور، وظهر اصحاب هذا الطرح الفكري والنظري في العقد الرابع من القرن الماضي ب: (وم أ).

ويعد كل من (برنارد برلسون، لازرسفيلد وهارولد لاسويل) من رواد هذه النظرية. وقد اشتغل الثلاثي على دحض الطرح الأول الذي يقر أصحابه بالأثر السحري لوسائل الإعلام وهو النموذج الخاص بالمنبه والاستجابة، بحيث يقول رواد هذا التيار الأخير أن وسائل الإعلام تؤثر في الجمهور تأثيرا قويا ومباشر، وهو ما تلخصه نظرية الحقنة تحت الجلد¹. حاول أصحاب هذا الطرح اثبات فكرة مفادها أن الأفراد لا يتعرضون لوسائل الإعلام بشكل سلبي وإنما لحاجات ودوافع ورغبات هي المحفز والدافع الرئيسي وراء استخدام واستعمال الأفراد لوسائل الإعلام بمختلف أشكالها وأنواعها²، بحيث يضفي هذا النموذج صفة الايجابية على جمهور وسائل الإعلام³.

-ولهذا فإن هدف هذه النظرية هو الإجابة على سؤال أساسي وهو (كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام؟)، أو بصيغة أخرى (ماهي الدوافع التي تجعل الناس يتعرضون لوسائل الإعلام؟)، وكذلك البحث عن (ماهي الإشباعات التي تتحقق لهم نتيجة لهذا التعرض؟).

¹ - محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط2، مرجع سابق، ص320.

² - تسعديت قدوار: أثر تكنولوجيا الاتصال على الاذاعة وجمهورها، دراسة مسحية في الاستخدامات والاشباعات لدى الشباب، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2010-2011، ص73.

³ - حسن عماد مكاي: نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2012، ص157.

في مجال الإعلام والاتصال كان كاتز وبلومر أول من طرحا هذه الرؤية الجديدة لدراسة الاتصال الجماهيري في كتابهما الشهير (استخدامات وسائل الاتصال عام 1974)، وهي رؤية تفترض أن يكون التساؤل الأساسي، (ما الذي يفعله الناس بوسائل الإعلام؟ وليس ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالناس؟)¹.

تحديد مصطلحات النظرية:

تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع: تعرف نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها دراسة جمهور وسائل الإعلام الذي يتعرض بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة من خلال عملية التعرض لمحتوى ومضمون وسائل الإعلام⁵.

-الاستخدام: مفهوم يقتضي أولا الوصول إلى التقنية أو الوسيلة، بمعنى أن تكون متوفرة ماديا² ثم يأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقته، غير أن حاجات المستخدمين ورغباتهم وعاداتهم تصبح فيما بعد عوامل محددة في انغراس المنتج في الممارسات³.

-الإشباع: يرتبط مفهوم الإشباع ارتباطا وثيقا بالدافعية في أي الميادين كانت مهنية أو نفسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو علمية، فالحاجات سبب نتيجته الدوافع والدوافع سبب نتيجته السلوك والسلوك سبب نتيجته الإشباع أو عدم الإشباع⁴.

-
- 1 - محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 403.
 - 2 - عبد الوهاب بوخنوفة، الأطفال وثورة المعلوماتية - التمثل والاستخدامات - مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 2، 2007 تونس اتحاد إذاعات الدول العربية، ص 73.
 - 3 - عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال - التمثل والاستخدامات - أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007، ص 51.
 - 4 - لخضر بن غنام، الإشباع الخارجية وأثرها على دافعية العمال داخل المنظمات دراسة ميدانية على عمال التربية بمقاطعة صالح باي ولاية سطيف، رسالة ماجستير غير منشورة قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمود منتوري قسنطينة، 2006-2007، ص 80.

مفهوم الدوافع **concept of motives**: يطلق لفظ الدوافع في علم النفس على القوى الانفعالية التي تحرك نشاط الإنسان وتوجهه نحو هدف معين، والدافع إما أن يرجع إلى النفس وإما أن يرجع إلى الجسم وفي جميع الحالات، فإن الدوافع هي ما تنطوي عليه فطرة الإنسان من حاجات عضوية وغرائز أو ما يتضمنه عقله من أفكار وتصورات¹.

الحاجات: يمكن تعريف الحاجة على أنها رغبة ملحة عند الكائن الحي في شيء ما ينقصه، مما يتسبب عنها حالة من التوتر العضوي والنفسي يعاني منها بصورة مستمرة حتى تستجاب هذه الرغبة، ويصنفها علماء النفس إلى صنفين: الحاجات الفسيولوجية والحاجات النفسية².

فالعلاقة بين الحاجة والدوافع تكمن في أن الحاجة سبب لتولد الدافع كما أن الدافع يؤدي إلى إشباع تلك الحاجة وبمجرد حدوث ذلك ينتهي دور الدافع.

الجمهور نشط ACTIVE AUDIENCE: وهو الجمهور الذي يتفاعل ويستجيب مع الرسائل الإعلامية والاتصالية في الشق الإيجابي، من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام من الإعلانات التجارية والمواد الإخبارية، والحملات الانتخابية وهو جمهور نشط وذكي ومتفاعل لا يقبل كل ما تبث له وسائل الإعلام وإنما يعمل على انتقاء ما يحتاجه من المضامين الإعلامية³.

الأصول النظرية لبحوث الاستخدامات: إلى غاية قيام الحرب العالمية الثانية كان هناك اعتقاداً راسخاً بأن وسائل الاتصال قادرة على تحديد الفكر ودفع الأفراد إلى

1 - سميح عاطف الزين: علم النفس معرفة النفس الإنسانية في الكتاب والسنة، ط1، بيروت دار الكتاب اللبناني، 1991م، ص 119.

2 - ماهر محمود عمر: سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، ط2، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1992، ص 124.

3 - محاضرات في دراسات وقياس الجمهور: خاص بطلبة سنة ثالثة ليسانس، تخصص اتصال وسبر آراء، نظام (كلاسيكي وAMD) سداسي الأول، 2010-2011.

التصرف وفقاً لأسلوب معين تسعى إلى تحقيقه، واعتبر البعض وسائل الاتصال قادرة على تقوية الديمقراطية وزيادة معلومات الجماهير، في حين نظر إليها البعض الآخر باعتبارها وسائل يمكن أن تُستغل في تحقيق أهداف شريفة¹، مما أدى إلى ظهور اتجاه بحثي آخر يعني بالعلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها، وذلك من خلال دراسة استخدام وسائل الإعلام والاتصال والتعرض إليها من طرف مختلف الفئات الاجتماعية، وكان محور هذا الاتجاه هو الإجابة على سؤال أساسي: كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام؟ ولقد عُرف هذا المنظور البحثي الجديد بمنظور "الاستخدامات والإشباعات". ومن بين المحاولات التي مهدت لظهور منظور جديد في بحوث الإعلام، نذكر البحوث التي قام بها lazarsfeld وزملائه في الأربعينيات من القرن الماضي التي مهدت الطريق وحددت الاتجاهات وطورت أساليب البحث وأدواته في ميدان بحوث وسائل الاعلام².

وكان الظهور الفعلي لمنظور "الاستخدامات والإشباعات" عام 1944 في المقال الذي كتبه عالمة الاجتماع الأمريكية Herzog بعنوان "دوافع الاستماع للمسلسل اليومي وإشباعاته" وتوصلت من خلال المقابلات التي أجرتها مع مائة من المستمعات للمسلسل النهاري الذي يقدمه الراديو إلى وجود إشباعات أساسية للاستماع إلى هذه النوعية من المسلسلات³. فمن خلال تأثير الحاجات والدوافع والأطر المرجعية يبدأ الفرد بصفته قارئاً أو مشاهداً أو مستمعاً في تقويم ما يحصل

¹ - جيهان أحمد رشدي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص505.

² - عزي عبد الرحمان. بومعيزة السعيد. الاعلام و المجتمع، الورسم للنشر و التوزيع، الجزائر، 2010، ص60

³ - James Lull, **Media Communication: Culture A global Approach** (London, Polity Press, 1995) p.90

عليه من معلومات وتقويم مصدر هذه المعلومات حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته من التعرض متأثراً في ذلك بالعوامل الوسيطة في عملية التعرض¹.

ويهدف منظور الإستخدامات والإشباعات إلى تحقيق الأهداف الآتية:

-السعي للكشف كيف ستخدم الجمهور لوسائل الإعلام، بحكم الميزة الإيجابية والانتقائية لتعرض لمحتوى وسائل الإعلام.

-شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام المختلفة، والتفاعل النتائج عن التعرض.

-التأكد على نتائج استخدام وسائل الاتصال لفهم عملية الاتصال الجماهيري².

فروض النظرية:

وضع كاتز وزملاؤه من علماء الاتصال خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام. وقد نقل عن كاتز عدد كبير من علماء الاتصال العرب والأجانب هذه الفروض دون إضافة وهي³:

1-إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم. ويعتبر الجمهور ذات صفة وخاصة إيجابية مقارنة بالنظريات الإعلامية الخاصة بالتأثير القوي والمباشر لوسائل الإعلام على الجمهور، وترجع ميزة وصفة الجمهور ناشط وإيجابي كونه للجمهور حاجيات وراغبات المختلفة التي يسعى لتلبيتها وتحقيقها خلال تعرضه لوسائل الإعلام. فكل فرد من جماهير وسائل الإعلام يتصف بالانتقائية⁴.

¹ - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، مصر، ط3، 2004، ص220.

² - حسن عيماد المكاوي، عاطف عدلى العبد: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص364.

³ - عبد الرحمن محمد سعد الشامي، استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية: الدوافع والإشباعات، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، 2002، ص72.

³ - حسن عماد مكاوي. نظريات الإعلام، ط2، مرجع سابق، ص158.

⁴ - كاظم مؤنس: نماذج الاتصال ونظريات التأثير السلوكي، مرجع سابق، ص200.

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

3- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.

4- إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط.

و يحقق منظور الاستخدامات و الإشباعات ثلاث أهداف رئيسية هي :

1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

تعدّ الحاجات والدوافع من العوامل المحركة للاتصال، ولا سيما تلك الحاجات والدوافع التي يتوقع الفرد أن يشبعها أو يلبّيها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة، ويعدّ إشباع الحاجات و تلبية الدوافع ضرورة لدى الفرد حتى يتحقق له

الاتزان النفسي الذي يساعده على استمرار التواصل مع غيره ونظرا" لاهتمام الباحثين بدرجة تاثير الحاجة والحركة على الدوافع وعلاقتها بالسلوك الإنساني¹.

الإشباعات والحاجات والدوافع:

الإشباعات: وفق نظرية الاستخدام والإشباع التي سنتعرض لها لاحقا، فان الأفراد يوصفون بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات، وعلى العموم وحسب وينر Winner فوسائل الإعلام تحقق نوعين من الإشباعات:-إشباعات المحتوى content gratification: وتنتج من خلال التعرض لمحتوى ومضامين وسائل الإعلام وتنقسم إلى:

-إشباعات توجيهيةorientational gratification : وتتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.

-إشباعات اجتماعيةsocial gratification :ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

-إشباعات العملية process gratifications: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسالة وتنقسم إلى نوعين:

-إشباعات شبه توجيهية para-orientation: وتتحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر الدفاع عن الذات وتنعكس في برامج الترفيه والتسلية والإثارة.

¹ - منال هلال المزاهرة ، نظريات الاتصال، مرجع سابق،ص 169.

-إشباعات شبه اجتماعي para social: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة حساسيته بالعزلة¹.

دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

تقسم دوافع التعرض للجمهور لوسائل الإعلام إلى فئتين هما:

أ- دوافع منفعية (Instrumentel Motives): وتستهدف معرفة الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات، وأشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية².

ب-دوافع طقوسية: Ritualised Motives وتستهدف تضيية الوقت، الاسترخاء، الصداقة، الألفة مع الوسيلة، الهروب من الواقع.

وفي فترة مبكرة من ظهور الويب بدأ الباحثون يطرحون أسئلة حول استخدامات الناس للشبكة ووسائل الإعلام الجديدة والإشباعات التي تتحقق من هذا الاستخدام، وذلك استنادا على مدخل الاستخدامات والإشباعات الذي استخدم من قبل وعلى نطاق واسع مع وسائل الإعلام التقليدية. ومن الدراسات المبكرة في هذا المجال، دراسة بيرس ودان (حول استخدام الحواسيب المنزلية مع وسائل الإعلام الأخرى في تلبية مجموعة متنوعة من الحاجات، وخلصت الدراسة إلى أن نسبة قليلة ممن يملكون أجهزة كمبيوتر

1 - رايح صانع، القنوات الفضائية المتخصصة ونشر الثقافة الدينية لدى الشباب، دراسة في الاستخدامات والإشباعات لعينة من شباب ولايات الجزائر بومرداس- البويرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2011-2012، ص 65.

2 - حسن عماد مكاوي ولبلى حسين السيد:الاتصال ونظرياته المعاصرة، دط، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2008، ص246.

قالت إنه يمثل مصدرًا رئيسًا لهم لمعرفة مجريات الأحداث في العالم، والترفيه، والمتعة، والاسترخاء، ونسيان المشكلات، وتقليل الشعور بالوحدة، وفعل شيء يملأ الفراغ¹.

الانتقادات الموجهة للمقترح:

- 1) عدم وضوح العناصر الأساسية وكيفية استخدامها لهذه النظرية من إعطاء تفسيرات واضحة².
- 2) الشكوك حول افتراض الجمهور النشط حيث ترى نظرية الجمهور أنه واع لكل ما يحتاجه.
- 3) في نظر بعض الباحثين نظرية الإستخدامات وإشباعات لا تتحدى كونها إستراتيجية لجمع المعطيات والمعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية.
- 4) يركز (ديمس ماكوال) أن نتائج هذه البحوث ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط.
- 5) عدم وضوح فكرة ما إذا كانت الحاجات المتلقين متغيرا مستقلا أو تابعا أو وسيط بمعنى هل الحاجات تدفع الأفراد لاستخدام الوسائل أم أن إتباع الوسائل لهذه الحاجات هو الذي يدفع الأفراد لتعرض لهذه الوسائل.
- 6) لا يصلح النموذج للتعميم في وسائل الإعلام كونه يختلف باختلاف الثقافات والعوامل الديموغرافية، وعدم تعرض نموذج الاستخدام والإشباعات للقيم والمعتقدات¹.

1- حسني محمد ناصر: إتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة، دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في الدوريات المحكمة، ورقة بحثية في مؤتمر وسائل التواصل الإجتماعي، 10 مارس، 2010، الرياض، ص ص 22-23.

2 - مديحة جيطاني: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات متكررة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام جامعة الجاج لخضر باتنة، 2009 2010، ص 43.

المحاضرة التاسعة: نظرية القائم بالاتصال.

أصبحت المؤسسات الإعلامية عبارة عن شبكات اتصال وتواصل واسعة الانتشار والظهور على (المستوى المحلي، الوطني، الإقليمي، والدولي)، والتي تعمل وفق منظومة خاضعة للسلطة وكذلك للسياسة الإعلامية والخط الافتتاحي التي تؤثر بطريقة أو بأخرى على القائم بالاتصال أو العملية الاتصالية داخل المؤسسة الإعلامية، فهذا الأخير يعتبر المصدر الأول لعملية اختيار المادة الإعلامية التي يتعرض لها الجمهور سواء في (الصحف أو المجلات، القنوات الإذاعية، السينما، القنوات التلفزيونية، وكالات الأنباء، والصحافة الإلكترونية)، وعليه حتما يتعرض القائم بالاتصال إلى مجموعة من الضغوطات والعراقيل التي يتعرض لها في عمله المهني والإعلامي وهو ما سنتطرق إليه بالتفصيل في موضوع نظرية القائم بالاتصال.

تعريف الإتصال:

يرى الباحث (Martin J Eppler) إلى أن الإتصال نشاط يتم بشكل تفاعلي والذي يتم فيه توظيف مهارات وخبرات من خلال الوسائل اللفظية وغير اللفظية، من خلال المقابلة وجها لوجه في وقت وزمن حقيقي⁽²⁾. الإتصال هو كذلك عملية ذات بعد حيوي وإستراتيجي يتم عن طريق التخطيط فعال قصد تقديم الخدمات النوعية للأفراد⁽³⁾.

يشير (أدler وتاون) إلى أن الإتصال عبارة عن عملية تتم بين شخصين على الأقل، وأن يبدأ عندما يريد شخص واحد التواصل مع الآخر، تنشأ الاتصالات مثل الصور الذهنية داخل الشخص الذي يرغب في نقل هذه الصور إلى أخرى، ويمكن أن

1 - المرجع نفسه ص 43.

2-Martin J. Eppler: **Reporter The Concept of Knowledge Communication and Its Relevance to Management**, Suisse , July 2006,p02

3-rapport (STRATEGIC COMMUNICATION), prepare bay(UNICEF)February2005,p19.

تشمل (الصور والأفكار، الأحاسيس، والعواطف...)، ويطلق على الشخص الذي يريد أن يتواصل بالمرسل⁽¹⁾.

يعرف على أساس: أي فرد داخل جماعة أو فريق عمل ينتمي إلى إحدى المؤسسات ويكلف بمسؤوليات ما في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية، ويكون دوره في هذا دورا مباشرا، من خلال الحلقات المختلفة لعلميات صنع الرسالة الاتصالية، بدءا من وضع الفكرة أو السياسية العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير عليه⁽²⁾.

جاء تعريف القائم بالاتصال في مرجع ل(أشرف فهمي خوجة)، أنه يشمل كل الفئة التي لديها القدرة على التأثير بشكل أو آخر في الأفكار والأداء⁽³⁾.

القائم بالاتصال: هو طرفا أساسيا من أطراف العملية الاتصالية، ويتسع مفهومه ليشمل (أعضاء الجهاز التحريري الصحفي، محررين، مندوبين، مصورين...)، حيث يتخذون الإعلام مهنة لهم يمارسونها على سبيل الاحتراف أو شبه الاحتراف⁽⁴⁾.

القائم بالاتصال: هو المصدر الجماهيري الذي يتولى صياغة الرسالة من أفكار ومعان ومعلومات وإحصائيات وأخبار ليشاركه الآخرون فيها ثم يتولى إرسالها وبنها ونشرها

1-Jossey-Bass/Pfeiffer: **basic communication model** ,The Pfeiffer Library ,V 25, 2nd Edition, p02.

2- زهير مصطفى دوله ، عماد محمد اشتوي: القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية "دراسة ميدانية"، بحث تكميلي غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة كلية الآداب قسم الصحافة والإعلام، 2006، ص48.

3- أشرف فهمي خوجة : المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2008، ص48.

4- أسماء حسين حافظ: القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية، دراسة ميدانية المجلة المصرية للبحوث والإعلام، (ع 10)، مصر، 2001، ص113.

ويطلق عليه (القائم بالاتصال الجماهيري)، أي مرسلًا أو محركًا اتصاليًا، أو صانعًا للرسالة الإعلامية⁽¹⁾.

يمثل القائم بالاتصال وحدة التحليل الأصغر في الإجابة عن الأسئلة الخاصة بمسؤولية إنتاج الرسائل الإعلامية، ويعد أحد المفاهيم الخاصة بالعلاقات التنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية⁽²⁾. ومن خلال هذه التعريفات يمكن القول أن القائم بالاتصال:

- القائم بالاتصال قد يكون فردًا، جماعة أو مؤسسة.

- القائم بالاتصال يرتبط مباشرة بإنتاج الرسالة الإعلامية وصياغتها.

- أن القائم بالاتصال يعد مسؤولًا مسؤولة مباشرة مؤسسية عن إسهامه في صياغة الرسالة الإعلامية و إنتاجها⁽³⁾.

4- القائم بالاتصال يمكن أن يكون فردًا أو هيئة أو مؤسسة⁽⁴⁾.

العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال:

(أ) الضغوطات الداخلية:

كثيرًا ما يتم طرح موضوع العوامل والضغوطات المؤثرة على الأداء الإعلامي في مختلف وسائل الإعلام سواء إن كانت (المكتوبة، المسموعة والمرئية)، وهذا بوجود مجموعة من العوامل المتداخلة فيما بينها تجعل القائم بالاتصال يؤثر ويتأثر بطريقة

1- هادي نعمان الهيثي، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، (د.ط)، دار الشؤون الثقافية العامة، العراق، 1998، ص 27.

2- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (ط2)، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص91.

3- رامي محمود حسن خريش: الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المقاومة الفلسطينية، دراسة تحليلية وميدانية

مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة، 2014، ص105.

4- محمد شبيحات: العلاقة بين التمويل الإشهاري والأداء الصحفي في الصحف اليومية الجزائرية، دراسة تحليلية استطلاعية

على عينة من الصحف الوطنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2010-2011، ص109.

مباشرة وغير مباشرة على الرسالة الإعلامية⁽¹⁾. وفيما يلي نقوم بعرض أهم الضغوطات التي تؤثر على عمل القائم بالاتصال:

1) تأثير القيم الشخصية على القائم بالاتصال: يؤكد الباحثون والدارسون في المجال الإعلامي والصحفي على تأثر القائم بالاتصال في مختلف المؤسسات الإعلامية بالسمات والخصائص الشخصية له، والذي يطلق عليهم (بحراس البوابة الإعلامية)، وتدخل عدة عوامل في الممارسة المهنية لحراس البوابة الإعلامية، وتم تحديدها وحصرتها في (الجنس، السن، الدخل والراتب الشهري، المستوى المعيشي، الانتماء الفكري والعقائدي...) ⁽²⁾.

2) الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال: لقد شاع مصطلح الرضا الوظيفي لدى الرؤساء والمرؤوسين في معظم مجالات العمل والوظائف منذ عقد الثلاثينيات من القرن العشرين، حيث يعرفه (هوبيك)، (Hoppeck,1935) على «أنه مجموعة الاهتمامات بالظروف النفسية والمادية والبيئية التي تجعل الفرد يقول بصدق أنني راض في وظيفتي» ⁽³⁾، فقد ذكر (دانيال) أنه من المفيد التمييز بين مفهوم الرضا بالعمل (job Satisfaction with a) ، ومفهوم الرضا في العمل (Satisfaction in a job)، فقد يكون العاملون راضين عن العمل ولكن ليس بالعمل نفسه، فمصدر الرضا يتكون من الجو الاجتماعي للعمل وليس خصائص العمل نفسه، ويؤكد ذلك ما وجده (نيوباي) في دراسته للرضا عن العمل بين مجموعة من العمال الزراعيين عام(1977)،

1- شاطر شفيق: أثر ضغوط العمل على الرضا الوظيفي للموارد البشرية بالمؤسسة الصناعية، دراسة ميدانية بمؤسسة إنتاج الكهرباء، شهادة الماجستير في علوم التسيير غير منشورة، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، الجزائر، 2010/2009، ص92.

2- عزام أبو الحمام: تأثير العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية على صحافة الانترنت العربية من وجهة نظر المحررين الصحافة، درجة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط كلية الإعلام، الأردن، 2011، ص19.

3- محمد الصيرفي، السلوك الإداري والعلاقات الإنسانية، (د ط)، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007، ص35.

حيث تبين أن جميع هؤلاء العمال تقريبا كانوا راضين عن عملهم، ولكن ليس بالعمل نفسه(1).

3) المعايير المهنية: توجد مجموعة من الضغوطات المهنية التي تقف في وجه القائم بالعملية الاتصالية والتي تتشكل أساسا من الوسيلة الإعلامية والخط السياسي والتحريري، وتعد السياسة الإعلامية من أبرز العوائق والعوامل المسببة لمجموعة من الضغوطات للقائم بالعملية الاتصالية(2)، والتي تعرف على أنها:

- (مجموعة المبادئ و القواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب وطريقة التي ينتهجها الصحفي في تقديم المادة الإعلامية)، و تفهم من سياق طريقة العمل للفريق التحريري، وهي ما تنعكس على السلوك والممارسة اليومية في التحرير والكتابة الإعلامية وبطبيعة الحال تختلف من صحيفة لأخرى ومن نظام سياسي إلى آخر ومن مجتمع إلى آخر(3).

ويعرفها(عبد العالي رزاق) في كتابه (المقال والمقالي) « أنها تتجسد في طريقة المعالجة الإعلامية للأخبار والأنواع الصحفية، وهي ذات صلة بالخط الافتتاحي والخاضعة لمعطيات السياسة العامة وقوانين البلد الموجودة فيه الوسيلة الإعلامية»(4).

4) تأثير القيم الخبرية على القائم بالاتصال: تعتبر القيم الإخبارية أو القيم المهنية للتغطية الخبرية عاملا" من العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال، فالقيم الإخبارية تعتبر قيم متغيرة تبعا للعوامل الإيديولوجية، وهي تتضمن: (الجدة، والتوقيت، والضخامة، والتشويق، والصراع، والمنافسة، والتوقع والغرابة، والشهرة...)، أما قيم المهنة للتغطية الخبرية، وتسمى بصفات الخبر كالصدق والدقة والموضوعية، هي مسئوليات يحتذي بها

1-مساعد وفاء احمد محمد: اثر الرضا الوظيفي في تحليل وتصميم العمل ، بحث تطبيقي في مصرف الرشيد (الإدارة العامة)، (ع 19)، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، 2009، ص07.

2-صالح بنوزة : السياسة الإعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية والممارسات،(ع 3)، المجلة الجزائرية للاتصال، الجزائر، 1996، ص10.

3- ليلي عبد المجيد ، محمود علم الدين :فن التحرير الصحفي ،(د ط)، الدار العربية للنشر والتوزيع ، مصر 2009، ص49.

4-عبد العالي رزاق : المقال والمقالي ، طبعة منقحة ومزودة، دار هومة للنشر، الجزائر، 2011، ص55.

الصحفي أو المحرر عند كتابة مادته الإخبارية، وإذا ربطنا قيم المهنية للتغطية الخيرية بالمسؤولية الاجتماعية، فهي جوهر مسؤولية الصحفي أمام مصدره وجمهوره، وهي تقسم إلى قسمين:

قيم جمع المادة الخيرية، وقيم كتابة الخبر، والقيمة الأولى تتمثل بالمقولة التالية: «إن الصحفي مجموعة من المصادر»، وهنا يظهر مدى متطلب احترام الصحفي لمصادره كقيم مهنية يلتزم بها⁽¹⁾. ويميز الخبراء بين قيمة الخبر الذاتية: كيف يتم الحكم على الأحداث وتقدير نوعية التغطية التي تستحقها؟ قيمة الخبر في العلاقة مع الجمهور: وما هو مدى اهتمام القراء بهذا الخبر أكثر من غيره⁽²⁾،

5) تأثير المساحة والوقت على القائم بالاتصال: يشكل موضوع الوقت والمساحة الزمنية عامل من عوامل الضغط وعوائق أمام القائم بالعملية الاتصالية، حيث يفرض على الصحفيين نشر وبت المواد الإعلامية في الزمن والوقت المحدد وبالمساحة والمدة الزمنية اللازمة. ولعل من أبرز العوامل التي تدخل في تحديد وتضييق المساحة والوقت للقائم بالاتصال المصدر، وندخل فيها هنا عامل المصدر الذي يتحكم في وقت البث، والضغط المهني للوصول إلى الحقيقة، وفهم ما تعنيه "الحقيقة"، ما يعني أن إنتاج "الحقيقة" في القاص الإخبارية، وهو ما يتطلب وقتاً للجمع والتحقق من الوقائع، أمر أساسي لإعداد المادة الخيرية⁽³⁾.

6) التكنولوجيا (Technology): هي بوجه عام المعرفة وأدوارها التي يستخدمها الإنسان للتأثير في العالم الخارجي، ولها عنصران يكمل بعضها بعضاً، العنصر المادي

1- علي منعم القضاة: قوانين الإعلام وأخلاقياته، تلخيص كتاب، (ط1)، منشورات الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص17.

2- حبيب بن بلقاسم: بكالوريوس الإعلام مقرر فن الكتابة الإعلامية، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص04.

3-Kathy Roberts Forde : **The Enduring Problem of Journalism**, Journal of Magazine / New Media Research, Vol13, No1 , 2012, pp(1-2).

التمثل في الآلات والمعدات والعنصر العلمي والمنهجي الذي يشمل الأسس المعرفية والتقنية والمنهجية التي هي وراء إنتاج تلك الوحدات المادية⁽¹⁾، فمن خلال تعدد التقنيات التي تسمح لرجال الصحافة بالارتباط بشبكة الانترنت⁽²⁾، ويعمل رجال الصحافة والإعلام على جمع المعلومات والأخبار من مختلف مواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التي يقوم الجمهور ببثها ونشرها⁽³⁾،

ب) الضغوطات الخارجية:

1) قيود السلطة على وسائل الإعلام: يعتبر ضغط السلطة والنظام السياسي شكلا من أشكال الضغوطات التي تقف في وجه القائم بالعملية الاتصالية، تختلف أشكال الضغوط والتأثيرات السياسية التي يتعرض لها القائمون بالاتصال، والتي تنعكس على الجانب الصحفي والمهني، وكذلك على مضمون المادة الإخبارية⁽⁴⁾، وتعمل الأنظمة السياسية والحاكمة في مختلف دول العالم على بسط سيطرتها على وسائل الإعلام بطريقة استبدادية وجعلها منبر من منابر خاصة من الجانب الدعاية السياسية، والسلطة الحاكمة، كما تعتبر معالجة المعلومات والوصول إليها يبقى حكرا على الدولة في القارة الإفريقية، وقد يصل الأمر إلى غلق المؤسسات الإعلامية واعتقال الصحفيين⁽⁵⁾.

2) المجتمع وقيمه: يعتبر المجتمع وقيمه من العوامل المهنية والاجتماعية التي تؤثر على القائم بالاتصال، وهذا كون أن الصحفي إنسان في المقام الأول يتأثر بالسلوك الاجتماعي عموماً، ولا يمكن فهمه إلا من خلال معرفتنا بنمط الشخصية، هذا من وجهة

1-حمران حسان: الأداء الإعلامي للصحفيين الجزائريين في ظل استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، أطروحة دكتوراه غير منشورة، مرجع سابق، ص196.

2-Charlie Beckett : **THE VALUE OF NETWORKED JOURNALISM** ,published journalism and society , London , 2010, p05.

3--barbara cochran : **Rethinking public media** ,Published by The Aspen Institute All rights reserved Printed ,USA, 2010, pp13-14.

4-Tairou Bangre : **le journalisme et la question de la responsabilité social dans les pays**, volume 09 , avril 2008,p849.

5-Jackie Davies : **Communication for Development' Concept** , Version 2, May 2004,p 12.

ومن جهة أخرى بالبناء الاجتماعي، وهذين الجانبين يشكلان عملية تفاعلية متداخلة على العمل الصحفي، فرجال الصحافة والإعلام لا يعتبرون اجتماعيين بصفة عامة، لكن يتشاركون في الثقافة والحقائق الاجتماعية⁽¹⁾، ما يلزم عليهم الاهتمام بالمجال الاجتماعي، بحيث على الصحفي أن يلاحظ القضايا ويفكر فيها ويكتب عنها⁽²⁾، كما أن البحث في هذا المجال يأخذ بعين الاعتبار تأثيرات التقاليد الثقافية والتاريخية المحددة في مختلف البلدان⁽³⁾.

3) الجمهور: قياس الجمهور يعد مرجعية أساسية للقائم بالعملية الاتصالية، وهذا ما يجعل مختلف وسائل الإعلام يقوم بالدراسات وأبحاث تتسم بالدقة، قصد تسليط الضوء على الجمهور، من حيث (طبيعة العادات والتقاليد والحاجات...)⁽⁴⁾، كما تعتمد وسائل الإعلام على دراسة الجمهور لمختلف وسائل الإعلام، وهذا قصد معرفة طبيعة ما يحتاجه من مضامين ومواد كون أن البيئة تمتاز بطبيعة متغيرة ودور وسائل الإعلام هو العمل على تحقيق الوساطة بين الأفراد غير المتجانسين⁽⁵⁾، وتعمل أية دولة على إرساء نظم إعلامية وطنية تعمل على طرح جميع القضايا التي تهم جمهور وسائل الاتصال المختلفة في المجتمع، وتحاول أن تتناول جميع العناصر المرتبطة بتلك القضايا⁽⁶⁾.

4) الإشهار والتمويل: تؤثر المساحة المخصصة للإشهار في الصحف على محدودية عدد الأخبار التي تنشر في الصحف، والتي تبث في القنوات الإذاعية والتلفزيونية،

1-Jean Charron ,Rapport (**la nature politique du journalisme politique**) ,les études de communication publique Cahier numéro 15 , 2000 ,p16.

2-Bernard Delforce :(**la responsabilité sociale du journaliste**),les Cahiers du journalisme n02 ,France, 1996,p18.

3-Witschge Tamara and Nygren Gunnar, article of: **journalism a profession under pressure?** , journal of media business studies,6(1),2009,p40.

4-Emmanuel Fraisse : **que mesure – ton quand on mesure l’audience ?**, Centre d’étude des supports de publicité (CESP), HERMÈS 37, France, 2003,pp(53-55).

5-Sonia Livingstone : **audiences and publics**, Changing Media, Changing Europe Volume 2, First published in the uk,USA, 2005,p22.

6-رمضان عبد المجيد: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام، مجلة دفاتر السياسة والقانون، (ع 09)، الجزائر،

بحيث أصبحت تعطي الأهمية للمادة الإخبارية والإعلانية على حساب المادة الإخبارية والإعلامية، وتعتمد الصحف حاليا على ضبط عدد الأخبار والمساحة المخصصة لنشرها على حسب المساحة الإخبارية. الإنتاج الإعلامي يعتمد على الإشهار والإعلان وهذا للحصول على العائدات قصد تغطية تكاليف الصحف والمؤسسات الإعلامية⁽¹⁾، فالمعلنون يمارسون الضغط، ويشعر الناشر بذلك في اغلب الأحيان، غير أن الضغط يمكن أن يصل حتى إلى غرفة الأخبار.

5) المصادر الإخبارية: يربط الباحثون بميدان الإعلام والاتصال علاقة المصادر الإخبارية بالتأثير على العمل الصحفي، وهو عامل من العوامل الخارجية التي تؤثر على صناعة المادة الصحفية، فلا يمكن أن نجد خيرا" بدون مصدر، فالصحفي يعتمد على مصادر متنوعة ومختلفة التغطية الصحفية، وتكمن أهميتها في حصول وسائل الإعلام والصحفي على سبق الصحفي⁽²⁾، وفي الكثير من الأحيان نجد أن الصحفيين يعتمدون على العلاقات والاتصالات مع (المسؤولين، ورجال السياسة، والاقتصاد، والرياضة...)، وهذا من أجل الحصول على الأخبار الصحفية⁽³⁾.

6) تأثير النزاعات والحروب: كثيرا ما يكلف رجال الصحافة والإعلام بتغطية الحروب والنزاعات والمعارك في مختلف بقاع العالم، وتخول على العموم هذه المهمة لفئة من الصحفيين يطلق عليهم (المراسل الحربي)، لكن في الكثير من الأحيان يتعرض الصحفي أثناء تأدية مهامه للمخاطر أثناء التغطية الإخبارية قصد جمع الأخبار

1-Felix Olajide Talabi : **The Internet And Journalism Practice In Nigeria**, Volume 11 Issue 10 Version 10 December 2011,p18.

2-Marie-Noële Sicard : **pratique journalistique et enjeux de la communication scientifique**, HERMÈ , France, 21 1997 ,p 151.

3-العياري المنصف، شعباني عبد القادر، جابر راغب وآخرون، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية و التوجهات السياسية، سلسلة البحوث ودراسات إذاعية،(58) تونس، 2006، ص14.

والمعلمات⁽¹⁾، وتسعى هذه اللوحة للتعبير عن مدى انعدام الأمن على الإعلاميين التأثيرات على حرية الصحافة وكلف ذلك قتل الكثير من رجال الصحافة والإعلام أثناء تأدية عملهم⁽²⁾، وليس هذا فحسب الآلاف منهم فقدوا وظائفهم بسبب الأزمة⁽³⁾.

1-روس هوارد: التغطية الإخبارية المراعية لحساسية النزاعات، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، فرنسا، 2009، ص40.

2-Mr Abdul Waheed: **Press Freedom, Safety of Journalists and Impunity**”, the occasion of the Opening of the International conference, Medellin, Colombia, 03 May 2007.

3-Helle Sjøvaag : **Journalistic Autonomy**, Nordicom Review 34 Special Issue 2013, p156.

المحاضرة العاشرة: نظرية حارس البوابة.

نظرية حراسة البوابات الإعلامية هي واحدة من أقدم في مجالات أبحاث الاتصالات، وهذا باقتراح عالم النفس (كورت لوين) لأول مرة عمل الصحفيين والمحررين، مشبها ذلك بحراس البوابة الإعلامية، رغم ذلك لم تشر الدراسة تشير إلى البنود الخاصة باختيار ورفض الأخبار المتدفقة في مختلف القنوات، إلا أن الباحث (مانينغ) أخذ الفكرة وقام بدراسة حالة من الصحيفة، وركز على عمل المحرر في غربلة الأخبار والمعلومات المتدفقة، واستنتج أن عمل حراس البوابات الإعلامية، يكمن في غربلتهم للرسائل والمعلومات والأخبار (1).

يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل، والأمريكي الجنسية "كورت لوين"² في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية "حارس البوابة" الإعلامية، فدراسات "لوين" تعتبر من أفضل الدراسات المنهجية في مجال حراسة البوابة.

مفهوم نظرية حارس البوابة:

حراسة البوابات الإعلامية: هي العملية التي من خلالها يتم تحويل مليارات من الرسائل التي تتوفر في العالم، الرسائل التي تصل إلى شخص معين في يوم معين، حراسة البوابات الإعلامية كنظرية الاتصالات بدأت مع (1951) عمل (لوين) على مجتمع الديناميات (3).

حراسة البوابات الإعلامية: هي العملية التي من خلالها تتشكل مجموعة واسعة من الأخبار المحتملة ومغربلة الرسائل، التي تمر عبر سلسلة وحلقات بدءًا من مصدر الخبر وصولًا إلى المحررين، وتلقب بحراسة البوابة لأنها تتشكل من مجموعة من

1-Pamela J. Shoemaker, Martin Eichholz, Eunyi Kim: **INDIVIDUAL AND ROUTINE FORCES IN GATEKEEPING** , J,WVJQC, Vol. 78, No.2 Summer2001 232-233.

2- عبد الله ب محمد السفاعي: العوامل المؤثرة على اتجاهات القائم بالاتصال نحو ثقافة الحوار في العالم الإسلامي، كرسى اليونيسكو للحوار بين أتباع الديانات والثقافات، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ص13.

3- Stuart N. Soroka : **The Gatekeeping Function: Distributions of Information in Media and the Real World**, The Journal of Politics, Vol. 74, No. 2, April 2012,p515.

الخيارات المبنية من الواقع الاجتماعي، الذي ينقله القائم بالعملية الاتصالية عن طريق قنوات ووسائل الاتصال والإعلام⁽¹⁾.

-حراسة البوابة تعني: السيطرة على مكان إستراتيجي في سلسلة الاتصال، بحيث تصبح لحارس البوابة السلطة في اتخاذ القرار فيما سمر من خلال بوابته وكيف يمر ليصل إلى وسيلته الإعلامية ومن ثم إلى جمهور الوسيلة الإعلامية⁽²⁾.

- لقد أجريت عدة دراسات في الخمسينيات من القرن الماضي التي ركزت على الجوانب الأساسية للقائم بالعملية الاتصالية(حارس البوابة)، وقدمت تلك الدراسات تحليلاً وظيفياً للأساليب والتقنيات الصحفية المتحكمة في غرفة الأخبار، التي تتحكم في نشر وبت الأخبار، وتطرق لكيفية بث ونشر الأخبار الصحفية وفق لمعايير والقيم الخبرية، ولعل من أبرز الدراسات في هذا المجال التي قام بها كل من "بريد" breed، "كارتر" Carter، "ستارك" Stark، وغيرهما من الدراسات والأبحاث، وأكدت هذه الدراسات على أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة قبل أن تصل إلى الجمهور القارئ أو المستمع والمشاهد، والتي تكون في شكل سلسلة مرتبطة ببعضها البعض⁽³⁾.

من هم حراس البوابة: تعتبر معرفة طبيعة حراس البوابة الإعلامية أمر ضروري حتى يتسنى لنا فهم مضمون النظرية.

-حارس البوابة الأشخاص الذين يقومون بالتقاط وجمع الأخبار والمعلومات والأنباء من مصادرها الإخبارية سواء إن كانت وكالات أنباء أو صحف أو افراد او

1-Pamela J. Shoemaker, Martin Eichholz, Eunyi Kim, and Brenda Wrigley: **individual and routine forces in gate keep** Vol. 78, No.2 Summer 2001, pp(233-236).

2- ميكري مالية: حراس البوابة الإعلامية: مقارنة مفاهيمية في ظل البيئة الإعلامية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 5، العدد 11،، الصفحة، 193.

3- حسن عماد مكاوي، عاطف عدلى العبد: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 297.

مؤسسات أو جماعات أو جماهير ويصبح حارس البوابة الشخص المخوّل أو صاحب الامتياز تسمح له بالتحكم في الرسالة¹.

-حراس البوابة الإعلامية هم الصحفيون الذي يقومون بعملية الأخبار والمعلومات، ومصادر الأنباء، فعلى العموم شاهد العيان في مختلف الأحداث التي تقع هم بمثابة الحراس البوابة الإعلامية، أي يطلق عليهم الحارس الأول، ويأتي الحارس الثاني بعد ذلك والمتمثل في الصحفي الذي يقوم بنقل الحدث وإخضاعه للمخبر الإعلامي في غرفة التحرير، بينما يأتي الحارس الثالث والمتمثل في وكالات ومصادر الأنباء الإخبارية التي تستلم الخبر من الصحفي ثم توزعه على سكرتير التحرير والمحرر ورئيس التحرير ومن ثم تصبح المادة الإخبارية جاهزة لعملية النشر أو البث على حسب طبيعة الوسيلة الإعلامية وعلى حسب طبيعة الساسة التحريرية والخط الافتتاحي.

- يرى الباحث "لوين" فإن الاخبار والمعلومات تمر بعدة مراحل في كل من الصحف والمجلات، القنوات الإذاعية والقنوات التلفزيونية، قبل القيام بعملية النشر والبث للجمهور والتي يتحكم فيها حراس البوابة².

دور حراس البوابة الإعلامية:

-حراس البوابة هم المسؤولون الأساسيون عن المحتوى الإعلامي القابل للنشر وللبث من عدمه، والمتمثلون في الصحفيين والمحررين الذين يختارون القصص الإخبارية بشكل انحيازي ومنظم وفقاً للمعايير والقيم الإخبارية مثل:(القرب الجغرافي، الإثارة...)⁽³⁾، كما أن دورهم الأساسي هو إعداد وصياغة الآلاف من الرسائل الإعلامية التي تصل إلى الجمهور، وتضييق عدد كبير من الرسائل المحتملة إلى عدد قليل وفق ما

1 - بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص112.

2 - ميكري مالية: حراس البوابة الإعلامية: مقارنة مفاهيمية في ظل البيئة الإعلامية، مرجع سابق، ص194.

3-Stuart N. Soroka: **The Gate keeping Function: Distributions of Information in Media and the Real World**, The Journal of Politics, Vol. 74, No. 2, April 2012, p514.

يتماشى مع مبادئ حارس البوابة، ويعد عمل حراس البوابة أمرا في غاية الأهمية وهذا بتحديد وظيفة المتحكمين في الرسائل الإعلامية⁽¹⁾.

-تمر الرسالة الإعلامية بمراحل عديدة، وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، أي وفقا لاصطلاحات هذه النظرية فإن المعلومات في عملية الاتصال هي مجرد سلسلة تتصل حلقاتها.

-فحارس البوابة كانت ترى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور هناك نقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات حول ما يتم إدخاله أو إخراجها، وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في وسيلة الإعلام، ازدادت المواقع التي يصبح متاحا لسلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل يصبح فيها متاحا بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها، هذا يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات والقواعد التي تطبق عليها، والشخصيات التي عملها سلطة التقرير².

-لهذا فحارس البوابة الذي يقول " نعم " أو " لا " بشأن الرسائل التي تصله على طول السلسلة يلعب دورا مهما في الاتصال الاجتماعي، وبعض حراس البوابة أهم من غيرهم حسب مراكزهم الاجتماعية في التنظيم الاجتماعي، أو ما يعرف بأصحاب النفوذ أو قادة الرأي والصفوة من المجتمع الذين يتمتعون باحترام كبير.

-حارس البوابة هو الذي يحدد لنا طبيعة المادة الإخبارية شكلا وكما ونوعا التي تقوم المؤسسات الإعلامية ببثها او نشرها على جمهور سواء أن كانوا:(القراء، المستمعين، المشاهدين، والمستخدمين).

1-Pamela J. Shoemaker, Tim P. Vos: **Gate keeping Theory** , First published, edition Routledge, New York,2009, pp(10- 12).

2- شفيق إيكوفان: إرهصات التكنولوجيا الحديثة على التوجهات النظرية لبحوث الإعلام والاتصال، مجلة الصورة والاتصال، المجلد 5، العدد 19، ص110.

-حراس البوابة يعملون جاهداً للمحافظة على القيم الاجتماعية والدينية والثقافية الخاصة به من خلال ما يتم بثه ونشره من أخبار التي يتلقاها الجمهور.

نقد النظرية: يرى "أبراهام باس" إن مفهوم حارس البوابة لا ينطبق إلا على قنوات الاتصال القائمة داخل جماعة اجتماعية بعينها كفريق المحررين مثلاً، وإنما يجب أن تلاحظ دور وكالات الأنباء المستقلة التي تحتل نفس الأهمية بسبب مسؤوليتها عن إنشاء ووضع مضامين الرسائل الاتصالية التي تبثها وسائل الإعلام، وبما أن وكالات الأنباء وهيئات التحرير المسؤولة في وسائل الاتصال الجماهيري لا تمثل جماعة اجتماعية بالمعنى الذي قصده "لوين"، فإن مفهوم حارس البوابة لا يصلح للتطبيق على كل فئات القائمين بالاتصال¹.

1 - محمد الجوهري وآخرون : دراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، مصر، 1992، ص 55.

المحاضرة الحادي عشر: نظرية (مارشال ماكلوهان).

أهتم علماء الاجتماع كثيرا" بتأثير وسائل الإعلام كما رأيناه في كل من نظرية (الطلقة السحرية، لولب الصمت، حراس البوابة، القائم بالاتصال...) ون وتكاثرت الدراسات النظرية والميدانية وتشعبت وركزت كلها عن البحث على موضوع تأثير المضمون الإعلامي على الجمهور فقط، لكن الباحث والعالم مارشال ماكلوهان فالح وأصر بان المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام ليس هو كل شيء، وإنما يوجد أكثر أهمية منه وأكثر تأثير وهو الوسيلة في حد ذاتها او التكنولوجيا على حد قوله¹. ترجع أصول هذه النظرية إلى أعمال كل من المدعو (هارولد إنيس) والمدعو (مارشال ماكلوهان) اللذين قدما في أعمالهما دورا" رئيسيا" في عملية الاتصال بل وحتى في تنظيم المجتمع بأكمله².

(مارشال ماكلوهان) كان يعمل أستاذاً للغة الإنجليزية بجامعة تورنتو بكندا، ويعتبر من أشهر المثقفين في النصف الثاني من القرن العشرين. حيث قام مارشال ما كلوهان خلال الستينات من القرن الماضي بوضع تصور خاص ربط فيه بين الرسالة والوسيلة الإعلامية مؤكدا فيه أهمية الوسيلة الإعلامية في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره³.

وتعد نظرية (مارشال ماكلوهان) التي ظهرت قبل نحو أربعين عاما، من أكثر النظريات الإعلامية انتشارا ووضوحا في الربط بين الرسالة والوسيلة الإعلامية، والتأكيد على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره⁴، وهي من النظريات الحديثة التي ظهرت عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات وتربط نظرية ماكلوهان بين

1 - زهير إحدان، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص75.

2 - بشير العلق: نظريات الاتصال مدخل متكامل، مرجع سابق، ص84.

3 - أسعيداني سلامي: مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد8، عدد2، 2015، ص1066.

4 - محمد جاسم فليحي الموسوي: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الأكاديمية العربية الفتوحة في الدنيمارك، مقرر في

الفصل الثاني - مرحلة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، ص13.

الرسالة والوسيلة الإعلامية¹، حيث يرى ماكلوهان أن الوسيلة هي الرسالة و يوضح أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر اليه مستقلا عن تقنيات الوسائل الإعلامية فالموضوعات والجمهور التي توجه له مضمونها، يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل، ولكن طبيعة وسائل الاعلام والاتصال.

وبذلت عدة محاولات علمية لتحليل عملية الاتصال ووصف أبعادها وعناصرها، وما يهمننا التأكد عليه، في حدود هذه الدراسة أن أغلب - إن لم نقل جميع - الدراسات التي تناولت موضوع الاتصال الجماهيري أكدت على أهمية الوسيلة الاتصالية و دورها المؤثر والرئيسي في عملية الاتصال الجماهيرية².

-نظرية مارشال مالكوهان هي عبارة عن تصورات لتطور وسائل الاتصال وتأثيراتها على المجتمعات الحديثة ، وهذه النظرية بنيت على افتراضات أساسية هي:

- فرضيات نظرية مارشال مالكوهان:

1 - وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان:

ويشير مفهوم مستويات الحواس إلى توازن الحواس البشرية، فالأفراد الطبيعيون يستخدمون في العادة حواسهم الخمسة وهي (الشم، اللمس، السمع، الرؤية، والتذوق) ولكن بفضل التكنولوجيا الحديثة جعلت الناس يركزون على حاسة واحدة على حساب الحواس الأخرى فالطباعة ركزت على حاسة الرؤية، وفي المقابل اثرت على تفكيرنا وجعلته تفكير خطيا" ومتسلسلا" ومنتظما" ومتكررا"³.

1 - أ.بداني فؤاد جامعة سعيدة: حتمية ماكلوهان لفهم قيمة عزي عبد الرحمان، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية - جامعة الوادي، العدد الرابع -جانفي 2014، ص11.

2 - محمد جاسم فلحي الموسوري: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، مرجع سابق، ص13.

3 - حسني محمد نصر: نظريات الإعلام المرجع السابق: ص299.

اعتقد ماكلوهان في ما يسميه الحتمية التكنولوجية أي المخترعات التكنولوجية هي التي تأثر على تكوين المجتمعات، وحسب ماكلوهان فإن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشعوب ليس فقط في التنظيم الاجتماعي وإنما في الحواس الإنسانية، لهذا فالناس يتكيفون مع الظروف البيئية في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة وثيقة بنوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة، كما إن طريقة عرض وسائل الاتصال للمواضيع المتنوعة وطبيعة الجمهور الذي تتوجه يؤثران على مضمون تلك الوسائل، بالتالي يرى ماكلوهان أن طبيعة وسائل الاتصال التي تسود في فترة من الفترات هي التي تكون المجتمعات أكثر مما يكونها مضمون الرسائل الاتصالية، (أي لفهم بنية وتركيبية المجتمع وكيفية علاجه لمشاكله فإن نوع الوسيلة السائدة كفيلة للإجابة).

وقد قام ماكلوهان بتقسيم تطور الاتصال الإنساني إلى أربع مراحل هي: الاتصال الشفهي (الشخصي)، والاتصال السطري (المطبوع) وفي الأخير الاتصال الشفهي (الإلكتروني)¹.

- المرحلة الشفهية: وهي مرحلة ما قبل التعلم التي اعتمدت على الاتصال الشفهي واستغرقت معظم تاريخ البشرية. وفقا لما يقول "ماكلوهان"، فإن الناس يتكيفون مع الظروف المحيطة عن طريق توازن الحواس الخمس السمع، البصر، اللمس، الشم والتذوق مع بعضها البعض، وكل اختراع تكنولوجيا جديد يعمل على تغيير التوازن بين الحواس فقبل اختراع "جوتنبرغ" للحروف المتحركة في القرن الخامس عشر كان التوازن القبلي القديم يسيطر على حواس الناس، حيث كانت حاسة السمع هي المسيطرة².

1 - فضيل دليو: التكنولوجيا الجديد للإعلام والاتصال (ATIC /NICT) المفهوم - الاستعمالات - الآفاق - ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص61.

2 - تواتي نور الدين: ما كلوهان مارشال...قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 10، مارس 2013، ص179.

- مرحلة الكتابة: وقد ظهرت في اليونان القديمة واستمرت ألف سنة، ويمكننا أن نقول أن مجتمعات ما قبل التعليم كانت تحتفظ بالمضمون الثقافي في ذاكرة أجيال متعاقبة، ولكن تغير أسلوب تخزين المعرفة حينما أصبحت المعلومات تختزن عن طريق الحروف الهجائية وبهذا حلت العين محل الأذن كوسيلة الحس الأساسية، التي يكتسب بفضلها الفرد معلوماته، يقول "ماكلوهان" أن تطور الصحافة المطبوعة في القرن الخامس عشر جاء بفضل اختراع "جوتنبرغ" للحروف المحركة، كان أكثر الابتكارات التكنولوجية تأثيراً على الإنسان، فالمطبوع جعل الإنسان يتخلص من القبيلة، فمن خلال الحروف الهجائية تمكن من ضغط الواقع وتقديمه من خلال مرشح الحروف الهجائية، وأصبح يأتي قطرة قطرة في الوقت الواحد فالواقع يأتي مجزئاً ويأتي، بتسلسل فهو مجزئاً على طول خط مستقيم وهو تحليلي وهو مختصر ويقتصر على حاسة واحدة، وعلى وجهة نظر موحدة، ويمكن تكرارها

- مرحلة الطباعة: بدأت من 1500 م إلى سنة 1900 م تقريباً. وقد أكمل اختراع "جوتنبرغ" ثورة الحروف الهجائية، فأسّرت الكتب بعملية فك الشيفرة التي نسميها قراءة، وتعدد النسخ المتطابقة، وساعد المطبوع على نشر الفردي لأنه شجع - كوسيلة أو أداة شخصية التعلم المبادرة والاعتماد على الذات، ولكن عزل المطبوع البشر فأصبحوا يدرسون وحدهم¹، ويكتبون وحدهم، وأصبحت لهم وجهات نظر شخصية عبروا بها عن أنفسهم للجمهور الجديد الذي خلقه المطبوع وأصبح التعليم الموحد ممكناً. وبفضل الصحافة المطبوعة حدث تغير جذري، ويقول "ماكلوهان" في كتابه "مجرة جوتنبرغ" سنة 1962 م أن اختراع الطباعة بالحروف المتحركة ساعد على تشكيل ثقافة أوروبا الغربية في الفترة ما بين 1500 م و 1900 م فقد شجع الإنتاج الجماهيري للمواد المطبوعة على

1 - تواتي نور الدين: ما كلوهان مارشال...قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم، مرجع سابق ص، 181.

انتشار القومية لأنه سمح بانتشار المعلومات بشكل أكبر وأسرع عما تسمح به الوسائل المكتوبة باليد¹.

- مرحلة الوسائل الإلكترونية: بدأت منذ القرن العشرين إلى وقتنا الحاضر. يسمي "ماكلوهان" المرحلة التي نعيشها حالياً عصر "الدوائر الإلكترونية"، كما تتمثل بشكل خاص في التلفزيون والكمبيوتر فالإلكترونيات بتوسيعها وتقليدها لعمل العقل البشري، وضعت نهاية لأسلوب تجريد الواقع، وإعادة القبلية للفرد مرة أخرى، مما أحدث نتائج ثقافية واسعة النطاق².

يقول "ماكلوهان" أن الأنماط الكهربائية للاتصال، مثل التلغراف والراديو والتلفزيون والسينما والهاتف والعقول الإلكترونية، تشكل هي الأخرى الحضارة في القرن العشرين وما بعده، وبينما شاهد إنسان عصر النهضة الطباعة، فإن الإنسان الحديث يجرب قوى كثيرة للاتصال في نفس الوقت، وأصبحت عادة قراءة الكتاب تختلف عن الطريقة التي ننظر بها إلى الجريدة، ففي حالة الجريدة لا نبدأ بقصة واحدة نقرأها ثم نبدأ قصة أخرى، ولكن تنتقل أعيننا في الصفحات لتستوعب مجموعة غير مستمرة من العناوين والعناوين الفرعية والفقرات التي تقدم الموضوعات والصور والإعلانات.

وقال "ماكلوهان" فإن العالم قبل عصر الكهرباء كان عالماً مجرداً ومتخصصاً ومجزأ جداً، فبينما عملت الحروف الهجائية وتكنولوجيا المطبوع على تشجيع وتطوير عملية التجزئة والتخصص والابتعاد، نجد أن تكنولوجيا الكهرباء تقوى وتشجع التوحيد والإشراك، حتى فكرة الوظائف، هي نتيجة لتكنولوجيا المطبوع وتحيزاته، فلم تكن هناك وظائف في العصور القديمة والعصور الوسطى بل كانت هناك أدوار، الوظائف جاءت مع المطبوع والتنظيم البشري المتخصص جداً، فهي نمط حديث إلى حد ما للعمل، ظهر في القرن الخامس عشر واستمر حتى اليوم.

1 - المرجع نفسه: ص182.

2 - أ.بداني فؤاد جامعة سعيدة: حتمية ماكلوهان لفهم قيمية عزي عبد الرحمان، مرجع سابق، ص117.

ب - الوسيلة هي الرسالة: ذهب شارل ماكلوهان للقول بأن الرسالة هي الوسيلة (the medium is the message) والتي تعتبر مقولة أدهشت عالم كله وهذا في عام (1946)، وأكد شارل ماكلوهان على أن التكنولوجيا الحديثة لم تغير ولم تؤثر على مستوى الآراء والمفاهيم لكنها تغير مستوى الإحساس أو الإدراك بطريقة منظمة وبدون مقاومة، ويضيف ماكلوهان أن الأثر الأكثر أهمية لوسائل هو أنها تؤثر على مستوى عادتنا في الإدراك والتفكير¹.

يقول الرسالة هي الوسيلة ويقصد بها أن ليس مضمون الرسالة الإعلامية هو المؤثر الرئيسي في الجمهور وإنما التأثير يكمن في طبيعة الرسالة الإعلامية والاتصالية في حد ذاتها². أي أن طبيعة كل وسيلة و ليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات، وحسب مالكوهان فإن الرسالة أساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسها، كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع، فالمضمون غير مهم بل المهم هو الوسيلة التي تنقل المضمون على اعتبار أن لكل وسيلة جمهور معين يفوق حبه لهذه الوسيلة اهتمامه بمضمونها وهو يتكيف مع ما تعرضه الوسيلة بخصائصها ومميزاتها المختلفة، حيث أنه كما يحب الناس القراءة من أجل الاستمتاع بتجربة المطبوع فإنهم يحبون التلفزيون بسبب الشاشة التي تعرض الصور والصوت والحركة والألوان³.

ويرفض ماكلوهان قول المختصين في ميدان الإعلام والاتصال الذين يرون بأن وسائل الإعلام الجديدة ليست في حد ذاتها جيدة أو سيئة⁴، بل طبيعة المضمون الذي تقوم بيته ونشره هو الذي يحدد بأنها جيدة أو رديئة، ويقترح (ماكلوهان) بدل ذلك التفكير في طبيعة وشكل الوسيلة الإعلامية الجديدة⁵.

1 - حسني محمد نصر: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص299.

2 - محمد جاسم فليحي الموسوري: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، مرجع سابق، ص36.

3 - ياسيف قرناني: قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية. بين مارشال ماكلوهان وعبد الرحمن عزي، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد3، رقم6، ص68.

4 - فضيل دليو: التكنولوجيا الجديد للإعلام والاتصال، نفس المرجع، ص61.

5 - محمد جاسم فليحي الموسوري: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، مرجع سابق، ص36.

فالرسالة الأساسية في التلفزيون على حسب المثال هي التلفزيون نفسه، إذ لا يهم أن تعرض هذه التكنولوجيا الحديثة عشرين ساعة يوميا" أفلام العنف او برامج ثقافية راقية، فأذا ذهبنا للكتابة نجد مضمونها هو الكلام، والكلمة المكتوبة هي مضمون المطبوع، والمطبوع هو مضمون التليغراف، ومضمون الكلام هو العملية التفكيرية الغير لفظية، وكل تكنولوجيا جديدة تولد تحول ما سبقها على شكل فني متقدم¹. وقوة التأثير عند ماكلوهان تكمن في الوسيلة الإعلامية في حد ذاتها بمعزل ما تحمله من مضمون، وهو ما اصطلح عليه مفهوم الرسالة هي الوسيلة ويرى بأن قوة التأثير عند الجمهور في عصر ما تكمن في طبيعة الوسيلة².

ج - وسائل الاتصال الساخنة ووسائل الاتصال الباردة: ومن أهم ما جاء في نظرية ماكلوهان عن وسائل الاتصال أنه يقسم هذه الوسائل الى وسائل (باردة) ووسائل (ساخنة) ويقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهدا إيجابيا في المشاركة والمعاشية والاندماج فيها وأما الوسائل الساخنة فهي تلك الوسائل الجاهزة المحددة نهائيا , فلا تحتاج من المشاهد أو المستمع الى جهد يبذل او مشاركة أو معاشية، فالكتابة والتلفون والتلفزيون ووسائل باردة، أما الإذاعة السنيما والطباعة فهي وسائل ساخنة³.

لقد ابتكر مالكلوهان من خلال نظريته مصطلحين يعتبران مفتاح رئيسي لأفكاره هما(الساخن والبارد) ليصف بهما بناء وسيلة الاتصال أو التجربة التي يتم نقلها، وكلمة بارد عند مالكوهان تستخدم في وقتنا الحاضر لتعني ما اعتدنا على انه ساخن في الماضي، ويقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهدا ايجابيا في المشاركة والمعاشية والاندماج فيها، أي أن مالكوهان هنا صب اهتمامه بالقدرة على

2-فضيل دليو: التكنولوجيا الجديد للإعلام والاتصال، نفس المرجع، ص61.

2 - ياسيف قرناني: قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمة المرجع سابق، ص68.

3 - محمد جاسم فليحي الموسوي: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، مرجع سابق، ص17.

التخيل الذي يعتبر جوهر فكرته عن الساخن والبارد، فالوسيلة الساخنة هي الوسيلة التي لا تحافظ على استخدام التوازن في الحواس أو الوسيلة التي تقدم المعنى مصطنعا وجاهزا مما يقلل احتياج الفرد إلى التخيل أما الوسيلة الباردة فهي التي تحافظ على التوازن في حواس الإنسان وتأثير خياله باستمرار.

وماكلوهان بمفهومه حول الساخن والبارد رأى أن الوسائل المطبوعة والراديو وسائل ساخنة لأنها تعتمد على استخدام حاسة واحدة و لا تحتاج سوى لقدر بسيط من الخيال، في حين يرى السينما والتلفزيون من الوسائل الباردة التي تحتاج لممارسة واسعة جهد كبير من التخيل من قبل الجمهور، (أي أن الوسائل الساخنة والتجربة الساخنة درجة وضوحها مرتفعة أو هي اقرب الأشياء الطبيعية فهي على درجة كبيرة من الفردية، كما أنها تحوي قدرا كبيرا من المعلومات المطلوبة، في حين أن الوسائل الباردة درجة وضوحها منخفضة والمعلومات التي تنقلها قليلة وتحتاج لمساهمة كبيرة من قبل الجمهور للفهم واستكمال التجربة أو المضمون).

د- القرية الكونية global village:

القرية العالمية وهي من أكثر المفاهيم والمصطلحات المتداولة في أفكار ماكلوهان في كتابه السلم والحرب في القرية العالمية، حيث يرى الباحث بأن مختلف وسائل الإعلام حولت العالم إلى قرية صغيرة مترابطة فيما بينها وفي عالم يتوقف فيه الزمن وتحجب الحواجز الجغرافية، إذ يقول في هذا الصدد (إن العالم في طريقه بفضل ثورة الاتصال ليصبح قرية كونية صغيرة أو لقرية إلكترونية بشكل من الأشكال) أي أن العالم أصبح يعيش مرحلة العقل الإلكتروني الموصول بشبكة من الأعصاب الممتدة إلى أعضاء الجسم الكوني، حتى ما إذا نشبت أزمة أو حرب جاء الإشارات لتأثر في أفكار جميع الأفراد

لتنذرهم بالخطر المحتمل، أما في حالة السلم فأن وسائل التكنولوجيا تساهم في التغيير الاجتماعي¹.

-والوسائل الالكترونية سوف تجعلنا نعود للترابط مرة أخرى حيث يعود الفرد إلى التجارب الجماعية والثقافة الشفهية، وسوف يشجع المساهمة والنشاط بدل الانسحاب والعزلة والعمل والإنتاج بدلا من الاقتصار على التفكير، فالحتمية التكنولوجية تنطلق من مسلمة مفادها قوة بان الوسيلة التكنولوجية هي القادرة على تغيير الواقع الاجتماعي للأفراد،² ويوضح أن التطور التقني الذي استند ماكلوهان عند وصفه للقرية العالمية استمر في مزيد من التطور.

3 - الانتقادات الموجهة لنظرية مارشال ماكلوهان:

وتعرض شاركل ماكلوهان للانتقادات الشديدة من قبل مفكري وأصحاب اختصاص علوم الإعلام والاتصال هي: "الرسالة هي الوسيلة" ويقصد بها أن المحتوى او المضمون الإعلامي لا يهم بقدر ما يهم طبيعة الوسيلة الإعلامية التي يتم تقديم بها المحتوى للجمهور³.

- القول بان التغيرات الاجتماعية الحاصلة في المجتمعات هي نتيجة لحتمية التكنولوجيا وحدها هو تجاهل لباقي العوامل والعناصر المتداخلة فيما بينها والتي تؤثر على المجتمع⁴.

1- أ.بوسعيد رندا: التغيير الاجتماعي والحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام - قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان، مجلة سوسيولوجيا المجلد 1، العدد 1، ص48.

2 - أسعيداني سلامي: الضوابط الأخلاقية في ترشيد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب المسلم، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 08، العدد02، 2015، ص ص1067-1068.

3 - محمد جاسم فلحي الموسوري: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، مرجع سابق، ص299.

1-بوسعيد رندا: التغيير الاجتماعي والحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام - قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان، مرجع سابق، ص49.

- يعتبر "ماكلوهان" أن تأثير الوسيلة نفسها نافع ومفيد، إلا أن تأثيرات الرسالة نفسها متنوعة أكثر من الوسيلة نفسها بحيث لا يمكن فصل واحدة عن الأخرى، فالأخبار في الرأي هي الأخبار بصرف النظر عن الوسيلة التي تنقل بها.

- قام ريتشارد بلاك بتنفيذ رؤية ماكلوهان حول القرية العالمية، واعتقد أن هذه القرية لم تعد تناسب العصر وخاصة مع بداية التسعينات أين استمر العالم في التطور التكنولوجي الذي أشار له ماكلوهان في الستينات، مما أدى إلى تحطيم القرية الكونية ليصبح العالم اليوم أقرب أن يكون بناية ضخمة تضم عشرات الشقق السكنية، ولكن كل منهم يعيش في عزلة، ولا يدري شيئاً عن جيرانه الذين يقيمون معه في البناية¹.

- إن التطورات المسارعة لتكنولوجيا الاتصال جعلها وسائل تخاطب الأفراد وتلبي حاجاتهم ورغباتهم الذاتية (نظرية الاستخدامات والإشباع)، مما أدى إلى غياب تطور الثقافة العالمية والاندماج الثقافي بين الشعوب الذي زعمه ماكلوهان في القرية الكونية التي تحدث عنها، ليحل محلها المقاطعات المنعزلة التي يستخدم فيها كل فرد وسيلته الخاصة.

المحاضرة الثاني عشر: نظرية تدفق الاتصال عبر مرحلتين.

نشأة نظرية تدفق المعلومات على المرحلتين: ظهرت نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين كانتقاد وردا على نظرية المنظور الإعلامي الذي يرى بطبيعة التأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور المتلقي، وهو ما ذهب إليه كاتز و لازار سفيلد عند

1 - محمد جاسم فليحي الموسوري: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، مرجع سابق، ص 17.

قيامهما بطرح منظور ينفي ذلك التأثير السحري لوسائل الإعلام على الجمهور، وهذا بالتركيز على نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام (1940) ونجاح المترشح (فرنكلين روزفلت) للمرة الثانية. ومن أهم نتائج تلك الدراسات أن تأثير وسائل الإعلام ليس تاماً وقوياً كما يدعي البعض بل هو مرتبط بطبيعة العلاقات الاجتماعية للأفراد والتي تؤثر على إتخاذ قراراتهم.

فوسائل الإعلام تقوم في خطوة أولى ببث رسائل منظمة ليس نحو الجمهور مباشرة وإنما نحو وسيط هو الذي يقوم ببثها في خطوة ثانية نحو الجمهور وان قادة الرأي كان لهم الأثر الكبير في اتجاهات الناخبين أكثر من الأثر الذي كان متوقعا أن تحدثه وسائل الاتصال الجماهيرية وبخاصة الإذاعة والصحف لهذا فسر الباحثون نتائج الانتخابات الأمريكية بقولهم " أن الرسائل الإعلامية لم تكن ذات تأثير عبر متغير وسيط هو قادة الرأي ".

نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين: ظهر تحول من التأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور إلى التأثير الانتقائي للجمهور من وسائل الإعلام، حيث ظهرت الدراسات والنظريات الأولى التي أكدت على الآثار الموحدة (الطلقة السحرية) التي تقترض التأثير الموحد لوسائل الإعلام على الجمهور، وبعد ذلك الانتقال إلى نظريات التأثير الانتقائي للجمهور كما سنتطرق إليه في نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين¹.

وأكدت الدراسات الأولى على التأثير المطلق لوسائل الإعلام على الجمهور، إلا أن الباحث في الإعلامي والسياسي (لازار سفيلد) لاحظ بأن وسائل الإعلام لا تؤثر مباشرة وليس لها دور قوي على الجمهور، حيث أكد بان الرسائل الإعلامية تمر

¹ - حسن عماد المكاوي، عاطف عدلى العبد: نظريات الإعلام، دط، مصر، 2007، ص384.

للجمهور عبر مرحلتين أي من وسائل الإعلام نحو قادة الرأي ومن قادة الرأي نحو الجمهور¹.

وتوالى بعد ذلك إسهامات وأبحاث مختلفة للباحثين والدارسين في مجال علوم الإعلام والاتصال بتأكيدهم للتأثير المحدود لوسائل الإعلام على الأفراد، ورغم من اختلاف توجهاتهم إلا أنهم اتفقوا على الدور والتأثير المحدود لوسائل الإعلام على الجمهور من خلال الرسائل الإعلامية التي يتم بثها ونشرها².

تنطلق هذه النظرية بالقول بأن تدفق المعلومات من وسائل الإعلام الجماهيرية ثم يستقبلها قادة الرأي في المجتمع الذين يقومون بنقل المعلومات والأخبار والمعارف إلى الجمهور من خلال اللقاءات الشخصية والنقشات والحوارات التي تدور فيما بينهم³.

الدراسات الرئيسية التي أسست لهذه النظرية⁴.

-تعتبر هذه الدراسة الأصل لصياغة تدفق الاتصال عبر مرحلتين وإنصب موضوعها حول الانتخابات الرئسية الأمريكية عام 1940 لمعرفة ما يحدد السلوك الانتخابي السياسي اي كيف ولماذا بصوت الناس. وفسر الباحثون هذه النتيجة بقولهم إن الرسائل الإعلامية لم تكن ذات تأثير مباشر في الناخب ، وإنما يكون التأثير عبر متغير وسيط هو قادة الرأي. فقادة الرأي يتعرضون لمضامين وسائل الإعلام ويتأثرون بها، ثم ينقلون هذا التأثير بدورهم إلى الجماهير عبر قنوات اتصالية متنوعة أهمها الاتصال الشخصي.

وركز أصحاب الدراسة على طرح مجموعة من الأسئلة على الناخبين على النحو الآتي:

1 - لطيفة عريق: قراءة في نظريات الإعلام المفسرة لتشكيل الرأي العام، مجلة المجتمع والرياضة، مرجع سابق، ص68.

2 - المرجع نفسه، ص68.

3 - بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص107.

4 - سعيد بومعيزة: محاضرة في مقياس نظريات الإعلام والاتصال، سنة ثالثة، ب: جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام

والاتصال، الموسم الجامعي 2019-2020، بمدرج الاتصال، يوم 12-10-2019.

أسئلة الدراسة:

- كيف يتأثر الناس ببرامج الأحزاب والمرشح للرئاسة
 - كيف تؤثر المكانة الاجتماعية على الصوت الانتخابي.
 - ماهي أدوار وسائل الإعلام في العملية الانتخابية.
 - ما طبيعة تأثير افراد العائلة وزملاء العمل والأصدقاء.
- وتحصل أصحاب الدراسة على مجموعة من النتائج التي ساهمت في عملية التأسيس على للنظرية.

ومن بين أبرز نتائج الدراسة:

- التأثير الشخصي لعب دورا في قرارات التصويت لصالح مترشح على آخر.
- الحصول على المعلومات للحملة الانتخابية من أفراد العائلة والأصدقاء والزملاء في العمل وليس عن طريق وسائل الإعلام.
- مناقشة وضعية الوجه كمصر للتأثير السياسي كانت أهم بكثير من تأثير وسائل الإعلام.
- بعض الناس يقومون بدور ما أسماه بعض الباحثين قادة الرأي يتعرضون إلى الحملة الإعلامية السياسية بصفة كثيفة من معلومات يحصلون عليها من الحملات ويقومون بتأويلها وتقديمها لبقية الأفراد.
- أن الذين هم عرضة للتأثير السياسي يتعرضون بصفة أقل إلى وسائل الإعلام ولهم حد أدنى من المعلومات حول الانتخابات ولا يهتمون كثيرا بالحملات السياسية.

-إن قادة الرأي يوجدون في جميع مستويات المجتمع ولا يقتصر وجودهم على الطبقة العليا من المجتمع.

فحوى النظرية: أن الأفراد من قادة الرأي في المجتمع يستقبلون المعلومات من وسائل الإعلام والاتصال، ويقوم هؤلاء بتمريرها على زملائهم أو أتباعهم، ومن المهم بأن ندرك من أن قيادة الرأي تتغير من وقت لآخر ومن موضوع إلى آخر وتبعا لتغيير المواقف.

2 - الفرضية التي قامت عليها نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:

انتقال المعلومات: أن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تنتقل إلى الجمهور عبر مرحلتين من وسائل الإعلام على قادة الرأي الذين يتعرضون أكثر إلى الرسائل الإعلامية كمرحلة أولى ومن ثمة تنتقل من قادة الرأي إلى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية وبخاصة من خلال الاتصال الشخصي أو عبر شبكات العلاقات الاجتماعية أو النسيج الاجتماعي لهذا فقادة الرأي لهم القدرة على التأثير في أفراد وجماعات المجتمع وبالتالي فإن المجتمع يملك نفس قوة التأثير التي تملكها وسائل الإعلام .

قادة الرأي: الأشخاص الذين يملكون الموصفات الدينية أو السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الجسدية ... التي تمكنهم من زعامة المجتمع، ومن هذه الموصفات القدرة على الخطابة والإقناع، القدرة على نسج علاقات اجتماعية حارة والمهم أن يكون قائد الرأي في المجتمع شخصية نموذجية يحتدى بها.

-إن قادة الرأي والأتباع ينتمون إلى نفس الجماعة الأساسية سواء أكانت أسرة أو أصدقاء أو زملاء عمل.

-يمكن لقادة الرأي والأتباع أن يتبادلوا الأدوار في ظروف مختلفة .

- إن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تنقل إلى الجمهور عبر مرحلتين

- قادة الرأي الذين يتعرضون غالباً للرسائل الإعلامية ومن ثم تنتقل الرسالة من قادة الرأي إلى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية وبخاصة من خلال الاتصال الشخصي.

الجمهور: حسب هذه النظرية يتأثر بطريقة غير مباشرة، وهذا التأثير يرجع إلى تفسير قادة الرأي للرسالة الإعلامية أكثر من التفسير المقصود للرسالة من مصدرها الأصلي وهي وسائل الإعلام. كما تؤكد فرضية هذه النظرية اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة ووسائل اتصالية تمثل ضغوطاً على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي.

النقد الموجه للنظرية:

- تجاهل أصحاب النظرية حقيقة مهمة مفادها أن القدر الكبير من المعلومات يصل إلى الجماهير مباشرة وإن ما يصلهم عن طريق قادة الرأي أقل.

- أنها لا تميز بين أنماط نشر المعلومات وبين التأثير فقائد الرأي قد ينقلها ويؤثر وقد ينقلها دون أن يؤثر.

- قادة الرأي نشطون في البحث عن المعلومة وإن الجماهير سلبية، لكن في الواقع أن القادة في تغير مستمر ويختلفون من حيث القوة والقبول.

- يتلقون قادة الرأي المعلومات من وسائل الإعلام فقط من وجهة نظر أصحاب هذه النظرية، والواقع أن مصادر المعلومات والأخبار أشمل وأوسع في المجتمع.

- انتقال المعلومات في هذه النظرية يكون على مرحلتين فقط، لكن الواقع أنه قد يكون انتقال المعلومات مباشرة أو بمرحلتين أو بعدة مراحل، أي عدد المراحل غير معلوم وغير محدد..

المحاضرة الثالثة عشر: نظرية ترتيب الأولويات.

جذور نظرية ترتيب الأولويات:

نشأة هذه النظرية خلال العقد السابع من القرن الماضي وارتبطت ببحوث ودراسات الإعلام والاتصال الجماهيري وخاصة الإعلام والإعلام السياسي وبدأت من التحول من النموذج الإقناعي على النموذج الصحفي حيث يعمل النموذج الإقناعي على تقديم الممارسات وسائل الإعلام والاتصال على أساس فعاليتها في إقناع والتأثير على الجماهير وتحريكها، بينما يعمل النموذج الصحفي على العمل بتزويد الجمهور بالمعلومات والأخبار اللازمة للجماهير¹، يعد كل من المدعو ماكومب وشو من الرواد الأوائل لهذه النظرية التي تقول بوجود علاقة بين النظام الهرمي للمعنى المعطى لنفس المشاكل من طرف فئة الجمهور وفئة السياسيين، فوسائل الإعلام والاتصال تحدد في هذه الحالة جدولة الأحداث والوقائع وتقوم بترتيب المشاكل والقضايا على شكل هرم².

- إرتبطت نظرية ترتيب الأولويات بكل من الباحثين (ماكسويل ماكومبس) **Maswell** و **MC COMBS** و **دونالد شو Donald SHOW** عام 1972 بعد إجراء دراسات ميدانية عن تحديد أولويات الموضوعات خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1968. وقد توصلت الدراسة لكل الباحثين على تأكيد العلاقة بين أولويات وسائل الإعلام وأولويات النقاش بين مختلف الأفراد، وبمعنى آخر أن سبب ظهور أي موضوع وازدياد البروز والظهور في وسائل الإعلام يعود بالدرجة الأولى على زيادة ظهوره وعرضه للنقاش عند الأفراد فيما بينهم في المجتمع³.

- تنطلق نظرية ترتيب الأولويات من فكرة التأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور، وهذا من خلال ترتيب المواضيع والمضامين الإعلامية التي يتم بثها ونشرها وفق أولوية المؤسسة الإعلامية⁴.

- ركزت نظرية ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لمضامينها في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم المجتمع، و يعد والتر ليبمان أول من تناول طرح تلك العلاقة التبادلية من

1 - بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، مرجع سابق، ص91.

2 - بشير العلق: نظريات الاتصال مدخل متكامل، دط، اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص85.

3 - مسعودة طلحة: دور الإذاعة المحلية في ترتيب أولويات المواطن نحو قضايا التنمية المستدامة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام والاتصال، 2017-2018، ص48.

4 - برهان شاوي: مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، مرجع سابق، ص102.

خلال كتابه الرأي العام سنة 1922 إذ رأى ليبمان أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، ومع بداية الستينات أعاد الباحث كوهين إحياء وجهة نظر ليبمان حين زعم أن وسائل الإعلام لا تتجح دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون، ولكنها تتجح دائما في إبلاغهم عما يجب أن يفكرون فيه (المعلومات).

-تطرق Kurt Lewin في 1947 لدراسة حول قرارات ربوات البيوت بخصوص شراء مواد غذائية، حيث لاحظ أن تدفق المعلومات عبر بعض القنوات التي تحتوي على "مناطق بوابات"، بخصوص ما إذا كان يسمح للمعلومات أو السلع بالدخول، أو التواصل في القناة¹.

-هذه الفكرة طبقها. 1950 white في دراسة قرارات محرر القصص البرقية الخيرية في جريدة أمريكية بشأن قبول البرقيات أو رفضها، و التي اعتبرها) القرارات (النشاط الأهم في حراسة البوابة. وعليه فإن شكل الأرضية التي انطلقت منها الأبحاث اللاحقة في عملية اختيار الأخبار من البرقيات white نموذج الخيرية لوكالات الانباء. وبالرغم من الإنتقادات التي وجهت إلى هذا النموذج من حيث أنه تجاهل العوامل البنائية والتنظيمية في عملية اختيار الأخبار واعتبر المسألة شخصية- التركيز على المحرر².

-توصل الباحثون إلى مجموعة من الأدلة التي تدعم أركان وفروض نظرية الأجندة او نظرية ترتيب الأولويات، ففي دراسة قام بإعدادها الباحث "ماكومبس وشو"، حيث إنطلق من هذا الفرض من خلال القيام بدراسة حول موضوع حجم التغطية الغخبارية للقضايا وترتيب هذه القضايا من خلال عدة مؤشرات³.

مفهوم نظرية وضع الأجندة:

يعرف (Sanchez.M) عملية وضع الاجندة في العمل الإعلامي بأنها: "العملية التي بواسطتها تحدد وسائل الإعلام بما نفكر وحول ماذا نقلق". لذلك فإن وضع الأجندة

1 - لامية صابر: الحملات الإعلانية لباقية شبكة MBC ودور في التوعية إستطلاعية الدينية للشباب- دراسة إستطلاعية لعينة من شباب ولاية سطيف، مذكرة مكملة لشهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية الحقوق، الجزائر، 2009- 2010، ص41.

2 - المرجع نفسه، ص41.

3 - بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام ، مرجع سابق، ص ص92-93.

هي: "عملية تهدف إلى إعادة صياغة جميع الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بنا إلى نموذج بسيط قبل أن نتعامل معها"¹

-نظرية وضع الأجندة: تبحث نظرية وضع الأجندة في تأثير وسائل الإعلام حيث تهتم بحوث "ترتيب الأولويات" بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل لتحديد أولويات القضايا السياسية والاجتماعية التي تهتم المجتمع.

إن أحد المفاهيم الرئيسية في نظرية تحديد الأجندة هو الاختيار الذي تقوم به وسائل الإعلام في عملية قبول أو رفض مفردة من المفردات الإخبارية، وهذا المفهوم كان قد ابتكره Kurt Lewin في 1947.²

-عرفها G.E Lang & K. Lang بأنها: العمل التي يؤثر بمقتضاها كل من وسائل الإعلام والحكومة والأفراد بعضهم ببعض، أي أنها عملية تفاعلية تحاول من خلالها العديد من العوامل التأثير في أجندة وسائل الإعلام.³

- تم تعريفها أيضا "بأنها": العملية التي تقوم بها الهيئات والمؤسسات التي تقدم الأخبار والمعلومات باختيار أو التأكيد على أحداث وقضايا ومصادر معينة لتغطيتها دون أخرى، ومعالجة هذه القضايا وتناولها بالكيفية التي تعكس اهتمامات هذه المؤسسات وأولويات المسؤولين الحكوميين ومتخذي القرار والصفوة⁴.

أنواع الأجندة:

على العموم يمكن تلخيص حديث نظرية الأجندة في ثلاثة أجندات:

1 - نسرين محمد عبده حسونة: نظريات الإعلام والاتصال، ماجستير الصحافة منشور في شبكة الانترنت، شبكة الألوان، مصر، 2015، ص 04.

2 - لامية صابر: الحملات الإعلانية لباقية شبكة MBC ودور في التوعية إستطلاعية الدينية للشباب - دراسة إستطلاعية لعينة من شباب ولاية سطيف، مذكرة مكملة لشهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية الحقوق، الجزائر، 2009- 2010، ص 41.

3- وسام نصر: "أجندة اهتمامات المواقع الالكترونية للجهات المعنية بشئون المرأة المصرية-دراسة مقارنة"، م 09، ع 02، المجلة المصرية لبحوث ال أري العام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ديسمبر 2003، ص 398.

4 - المرجع نفسه: ص 398.

1الأجندة الإعلامية:جدول الأعمال اليومي لوسائل الإعلام والذي يقرر أي المواضيع التي ستحتذى بتغطية إعلامية، أي المواضيع سيتم التشديد عليها وأي المواضيع سيتم تجاهلها، أي المواضيع المتناولة في وسائل الإعلام.

2الأجندة السياسية:هو جدول الأعمال على المستوى السياسي، المواضيع التي يتناولها السياسيون والتي تتوافق مع الحاجات والاحتياجات الوطنية الواسعة أو مصالح ضيقة.

3الأجندة الجماهيرية: المواضيع التي يتحدث عليها الناس فيما بينهم، سواء في (البيوت أو في مكان الدراسة أو العمل...) ¹.

يتعلق هذا الاتجاه في البحث بما يطلق عليه الوظيفة التقريرية في الإعلام، اثر وسائل الإعلام على المدركات في الشؤون العامة للأفراد، وهذه العملية صنفت بحثيا ضمن مدخل إلى نظرية (agenda setting) من قبل وسائل الإعلام، والمقصود بوضع الأجندة هو التركيز وقدرة وسائل الإعلام على وضع موضوع أو حدث إعلامي ومنحه الأهمية والدور الأولي في عملية البث أو النشر كقضية اجتماعية في الوسيلة الإعلامية وحتى أن لم تكن وسائل الإعلام ناجحة في توجيه الناس في طريقة التفكير، إلا أنها تكون ناجحة في جعل الناس في ما يجب أن يفكروا فيه ².

فروض النظرية: ويفترض هذا المدخل أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع، وإنما يختار القارئون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجيا وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام.

-نظرية ترتيب الأولويات تفترض أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع المواضيع التي يتم التركيز عليها بشدة، وهذا يثير اهتمام الناس تدريجيا و يجعلهم

1 -المرجع نفسه، ص46.

2 - لطيفة عريق: قراءة في نظريات الإعلام المفسرة لتشكيل الرأي العام، مجلة المجتمع والرياضة، المجلد1، العدد2، 2018،

ص72.

يفكرون فيها ويدركونها ويقلقون بشأنها، وبالتالي فهذه المواضيع تشكل أهمية أكبر نسبياً لدى الجماهير من تلك التي لا تطرحها وسائل الإعلام.

-تقوم هذه النظرية في الأساس على فرضية مفادها أن الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام والاتصال لا تكمن في إخبار الجمهور "كيف يجل أن يفكر" وذلك لعدم فعالية ذلك دوماً¹، بل الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام هي: (ما هو الذي يجب أن يفكروا فيه، وما الذي يجب أن يعرفه، وما الذي يجب أن يشعروا بيه²).

-إن الفرض الرئيسي في معظم الدراسات الخاصة بوضع الأجندة هو "الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام، وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الإعلامية"، أي وجود ارتباط إيجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور، مما يشير إلى دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسائل لهذه القضايا والموضوعات³.

-تفترض النظرية أن الصحفيين ومصادرهم المختلفة والجمهور يفسرون الخبر أو القضية بنفس الطريقة أو بطريقة مشابهة تماماً⁴.

-يعترف شو ماكوبس، بوجود تأثير لوسائل الإعلام لكنه ليس مباشراً، و يعترف أيضاً أن هناك مكافآت وإرضاءات من طرف وسائل الإعلام، و لكن الحاجة إلى التوجيه هي أكثر مرونة وأقل عقلانية مما نعتقد. كل ذلك يتوقف على طبيعة المسائل التي تهم مباشرة المتلقي (كالزيادة في الأسعار، أو التضخم (... فحكمه على هذه المسائل، لا يكون بالضرورة مرهوناً بمضمون وسائل الإعلام، عكس المسائل البعيدة عنه) أشار شو إلى الديبلوماسية (التي يعتمد الفرد في الحكم عليها، على ما تبثه وسائل الإعلام،

1 - بشير العلاق: نظريات الاتصال مدخل متكامل، مرجع سابق، ص 85.

2 - المرجع نفسه، ص 72.

3 - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 403.

4 - نسرين محمد عبده حسونة: نظريات الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص 06.

وبذلك فإن وسائل الإعلام تخبرنا بالشؤون السياسية و تؤثر في إدراكنا بالأهمية النسبية التي تمنحها لهذه القضايا.

وقد تأخذ هذه الوظيفة التنظيمية، أهمية بالغة في فترة الحملات الانتخابية، إذ لاحظ شو و ماكوبس في دراستهما أن:

- يستقي الناخبون أثناء حملة انتخابية، معظم معلوماتهم من وسائل الإعلام.

- تكون هذه المعلومات جديدة بالنسبة إليهم الناخبون.

- يطلع الناخبون على معلومات جديدة بناء على الإصرار الذي تبديه وسائل الإعلام عند إيصالها للمشاكل محل النقاش خلال الحملة الانتخابية¹.

استراتيجيات نظرية وضع الأجندة:

هناك إستراتيجيتان أساسيتان لوضع الأجندة وهما:

1- **الاستراتيجية الأولى:** تقوم على دراسة مجموعة القضايا السائدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور إما على فترة زمنية واحدة أو على فترتين².

2- **الاستراتيجية الثانية:** تقوم على دراسة قضية واحدة سواء على فترة زمنية واحدة أو على فترات زمنية مختلفة، أي دراسة ممتدة. ويستخدم أسلوب تحليل المحتوى لخصر الموضوعات التي تؤكد عليها وسائل الإعلام، ومن الأفضل أن يشمل تحليل المحتوى كل وسائل الإعلام، مثل: الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون، غير أن الباحثين يركزون غالباً على وسيلة واحدة أو وسيلتين على الأكثر، وعادة ما يتم اختيار التلفزيون والصحف اليومية، وعقد مقارنات بينهما³.

- أنواع بحوث وضع الأولويات:

حدد كل من شاو ومارتن أربع أبحاث لقياس ترتيب الأولويات وهي على النحو الآتي: - نموذج يركز على قياس أولويات اهتمامات الجمهور وأولويات اهتمامات وسائل الإعلام اعتماد على المعلومات التجميعية.

1 - يوسف تمار: **Agenda setting** نظرية- مرجع سابق، ص97.

2 - نسرين محمد عبده حسونة: نظريات الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص06.

3 - المرجع نفسه: ص06.

- نموذج يركز على مجموعة من القضايا وينقل وحدة التحليل من المستوى الكلي الذي يعتمد على معلومات تجميعية إلى المستوى الفردي .

-نموذج يركز على قضية واحدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور انطلاقاً من فكرة أن التأثير يختلف من وقت لآخر .

- نموذج يدرس قضية واحدة وينطلق من الفرد كوحدة للتحليل¹.

- الانتقادات الموجهة لنظرية ترتيب الأولويات:

لقد اعتمد الباحثون على الحجج ومكونات سطحية ظاهرية ففي تحديدهم لأهم القصص الخبرية التي يقدمها الإعلام في تغطيته غلى حصر عدد القصص المتناولة لقضية ما واعتباره مقياساً لتحديد أجندة وسائل الإعلام حول هذه القضية².

-غياب الأسس النظرية التي تركز عليها دراسات ترتيب الأولويات، لأنها ركزت على موضوعات وقضايا متخصصة بدلاً من فحص مجالات الاهتمام الممكنة، التي تنقلها وسائل الاتصال للجمهور³.

- يفترض كل من ماك كويس وشاو وجود علاقة بين التغطية الاعلامية وأهمية القضايا التي تدرك بالحواس، وهي العلاقة التي لا يمكن اثباتها من خلال هذا الطرح.

- أغلب الدراسات المنشورة عن هذه النظرية، لم تعتمد على تصميمات منهجية، تمكن من البرهنة، على العلاقة السببية بين أجندة وسائل الاتصال وأجندة الجمهور⁴.

1 - لطيفة عريق: قراءة في نظريات الإعلام المفسرة لتشكيل الرأي العام، مرجع سابق، ص74.

2 - بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، ص93.

3-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، ص 350.

1-نسرین حسونة، نظريات الاعلام والاتصال، شبكة الألوكة، كتاب منشور PDF ص19 على الرابط:

www.alukah.net/books/files/book_6269/bookfile/ealam.pdf

المحاضرة الرابعة عشر: نظرية الغرس الثقافي (Cultivation theory).

- نشأة وتطور نظرية الغرس الثقافي: بخصوص بداية وجذور نظرية الغرس الثقافي فقد ارجع ملفين دي فلور بدايتها الأولى إلى مفهوم ولتر ليبمان للصورة الذهنية التي تتشكل في أذهان الجماهير من خلال وسائل الإعلام 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.

إلا أن الباحث الأمريكي جورج جيربندر يعتبر من وضع هذه النظرية في أواخر الستينات من القرن الماضي عندما شهد المجتمع الأمريكي فترات الاضطرابات بسبب انتشار مظاهر العنف والجريمة في أعقاب اغتيال مارتن لوثر كينج، والرئيس جون كينيدي، وتورط الو.م.أ في حرب الفيتنام، حيث تم سنة 1968 تشكيل لجنة قومية لبحث ودراسة أسباب تفشي العنف وسبل الوقاية منه وعلاقة التلفزيون خاصة بذلك، لهذا قام الباحثون بدراسات عديدة منذ تلك الفترة ركزت اغلبها على تأثير مضمون برامج التلفزيون خاصة التي تقدم وقت الذروة وعطلة نهاية الأسبوع على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي، وكان العنف هو الموضوع الرئيسي محل الدراسة.

-وقام الباحث جيربندر مع فريق البحث الخاص به على وضع إستراتيجية ميدانية لدراسة موضوع العنف التلفزيوني على معتقدات الأفراد وعلى صياغة نموذج نظري حول هذا الموضوع، حيث إشتغل على ميدان البحث لمدة أعوام عديدة، وكان يقوم بتقديم ونشر التقارير العلمية في كل عام من البحث، وقدم جيربندر بمعية فريقه حوصلة مفادها الواقع الإعلامي يمكن أن يمارس تأثيرا على المعتقدات وبالتالي على السلوك الجمهور التلفزيوني المتلقي للمضامين الإعلامية¹.

وتعتبر نظرية الغرس الثقافي إحدى أكبر النظريات التي تتعامل مع أثر وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع من زاوية واسعة¹، حيث تأخذ بجدية موضوع (القيم الثقافية) أثناء تحليلها للأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام والمحتويات الإعلامية على سلوكيات الأفراد في المجتمع، أي إنعكاس المضمون الإعلامي على قيم الأفراد في المجتمع².

-وركز أصحاب الطرح النظري والفكري الباحث(جربنر) ومعاونوه على وضع إستراتيجية ميدانية لدراسة رواكز العنف التلفزيوني على معتقدات الأفراد، وهذاب صياغة نموذج نظري حول هذا الموضوع، استمر عمل الفريق لمدة أعوام عديدة، حيث كان ينشر تقريراً علمياً شاملاً عن البحث في كل عام، وجاء في تقارير(جربنر ومعاونوه) أن الواقع الإعلامي يمكن أن يمارس تأثيراً على المعتقدات وبالتالي على السلوك ووصفت التقارير هذه الآلية التي تشكل التيار المهيمن "Mainstreaming" والمتعلق بالجانب التلفزيوني³.

- مفهوم الغرس الثقافي:

- **الثقافة:** وهي حسب تعريف إدوارد تايلور "كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات وأنماط السلوك"، ويتفق العديد من الدارسين على أن الثقافة هي الأفكار والمعتقدات وأنواع المعرفة بصفة عامة عن شعب من الشعوب.

- **الغرس:** يعرف انه زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لها، ومصطلح الغرس أصبح منذ سبعينات القرن الماضي يرتبط بالنظرية التي حاولت تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون.

-وتعريف عملية **الغرس الثقافي** على أساس: غرس وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لوسائل الإعلام وهو مصطلح يشير إلى

1 - المرجع نفسه، ص 265.

2 - المرجع نفسه، ص 265.

3 -لامية صابر: الحملات الإعلامية لباقعة شبكة MBC ودور في التوعية إستطلاعية الدينية للشباب - مرجع سابق،

ص31.

أن النظرية تحاول تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الاتصال خاصة التلفزيون، ومفهوم الغرس يشير إلى عملية أوسع بكثير من التنشئة الاجتماعية¹.

مؤشرات ومتغيرات النظرية:

- مؤشرات النظرية: تقع هذه النظرية ضمن النظريات المصنفة في إطار تأثير وسائل الإعلام على الجمهور على المدى الطويل، ويعد الباحث (جورج جربنر) من رواد ومؤسسي هذه النظرية من خلال مشروعه الخاص بالأسس الثقافية الخاصة بتأثير وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية على البيئة الاجتماعية والثقافية²، واهتم بالتطرق إلى المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة:

- دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على نتائج الرسائل الإعلامية.

- دراسة الرسائل القيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.

- دراسة الإسهام المستقل للوسائل الإعلام الجماهيرية على إدراك للواقع الاجتماعي³.

متغيرات النظرية: وتعتمد النظرية على متغيرين أساسيين: المتغير المستقل المتمثل في عادات ونمط المشاهدة (كثيف، قليل) والمتغير التابع في المعتقدات والآراء والاتجاهات والقيم الثقافية.

يعمل الغرس الثقافي على تغيير بعض المعتقدات عند البعض والإبقاء على هذه المعتقدات لدى آخرين بسبب التعرض التراكمي.

فروض النظرية: تقوم نظرية الغرس الثقافي على خمسة فروض أساسية:

- أن الناس في المجتمعات المعاصرة أصبحوا أكثر اعتمادا على مصادر غير شخصية للخبرة، وأن صناعة الثقافة الجماهيرية التي تعادل تكون الوعي المشترك أصبحت منتجا تقدمه وسائل الإعلام.

1 - مرجع نفسه، ص32.

2 - منال رداوي: واقع ثقافة الطفل من خلال برامج الأطفال التلفزيونية-تلفزيون الجزائري نموذجا"، دراسة إستطلاعية على عينة من الأطفال بولاية المسيلة، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، مجلد1، عدد02، ص47.

3 - مكاي، حسن عماد السيد، ليلي حسن:الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص300.

- أن التلفزيون يختلف عن أية وسيلة أخرى وأنه مقارنة بهذه الوسائل الأخرى تنفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور، وأن الناس والأطفال بالخصوص يمتصون المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واع.

- إرتبط بتمائل وسائل التلفزيون حيث قدم التلفزيون عالما متماثلا من الرسائل الموحدة والصور المتكررة الحد الذي إعتقد معه المشاهدون الأطفال أن الواقع الاجتماعي سير على الطريقة نفسها التي صور بها التلفزيون، وهذه الصور والأفكار المقدمة غالبا ما تختلف عن بيانات العالم الحقيقي، وعلى ذلك يدرك الذين يتعرضون لوسائل الإعلام لفترات طويلة للعالم بشكل مختلف عما يدركه الذين يتعرضون بدرجة أقل لتلك الوسائل¹ - يؤكد وجود ارتباط قوي بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي، هذا ما جعل تتشابه إدراكات كثيف المشاهدة، ويظهرون أحيانا إدراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر من ارتباطها بالواقع المعاش².

-تفترض هذه النظرية أن تأثير التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى على الجمهور تفترض أنه كلما يقضي الناس وقتا أطول في التعرض لوسائل الإعلام فإنه يتشابه إدراكهم للواقع الاجتماعي مع ما تعرضه وسائل الإعلام، وأن من هم قليلوا المشاهدة للتلفزيون يتعرضون لمصادر معلومات متنوعة وكثيرة أخرى غير التلفزيون، بعضها شخصي، وبعضها جماهيري، في حين أن من هم كثيفوا المشاهدة للتلفزيون يعتمدون على التلفزيون أكثر من غيرهم في الحصول على المعلومات³.

أهم ما توصل إليه الباحث " جورج جونبرج ":

-يرى صاحب النظرية (George Gerbner) أن التلفزيون أصبح مصدر المعلومات والمعارف في مجتمعاتنا المعاصرة والذي يعمل على تشكيل تصورات الخاصة بالجمهور المشاهد للواقع الاجتماعي وفي الوقت نفسه للثقافة الخاصة بكل مجتمع، ويصنف الباحث (George Gerbner) الذين يشاهدون التلفزيون أربع ساعات أو أكثر في اليوم

1 -مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دط، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 305

2 - منال رداوي: واقع ثقافة الطفل من خلال برامج الأطفال التلفزيونية-تلفزيون الجزائر نموذجاً، مرجع سابق، ص48.

3 - محمد منير الحجاب، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص307.

بكتفي المشاهدة، والذين يشاهدون التلفزيون اقل من اربع ساعات بخفي المشاهدة التلفزيونية¹.

-تعتبر نظرية الغرس الثقافي تصورا تطبيقيا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى ، وتشكيل الحقائق الإجتماعية، والتعلم من خلال الملاحظة، والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة و هي قدرة وسائل الإعلام في التأثير . على معرفة الأفراد و إدراكهم للعوامل المحيطة بهم ، خصوصا بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة².

ثمة تقارير تفيد أن الأطفال في الدول الغربية، وكذلك في العالم العربي حاليا، يمضون قدرا من الوقت أمام شاشة التلفزيون، يزيد عن الوقت الذي يمضونه على مقاعد الدراسة، وبالتأكيد أكثر من الوقت الذي يمضونه في الحديث مع آبائهم. ما يترتب عنه إنتاج بيئة اتصالية جديدة تحيط بالفرد العربي تتفاعل فيها قوى سياسية واجتماعية ونفسية³، هذا ما يتماشى مع ما ذهب إليه أصحاب نظرية الغرس الثقافي.

-لقد احتل التلفزيون مركز الصدارة بين الوسائل الإعلام خاصة من جانب تأثيره على الأطفال الصغار فهو من أهم وأخطر وسائل الإعلام وتكمن خطورة التلفزيون في أن تترك الأطفال يشاهدونه بدون رقابة من الكبار وهو الذي يجذب الأطفال بمثيراته المتنوعة المتمثلة في الحركة السريعة والموسيقى والصوت والصورة الملونة والمتحركة والملاحظ أن الطفل لا يكون سلبيا أمام هذه المثيرات وإنما يتفاعل معها⁴.

نقد النظرية:

1 - فضيل دليو: التكنولوجيا الجديد للإعلام والاتصال (ATIC /NICT) المفهوم- الاستعمالات- الآفاق- ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص66.

2 - محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2010، ص306.

3 - أفراد حسينة: المرجع نفسه، ص223.

4 - عدنان محمود عوده الطوباسي: دور القنوات التلفزيونية الفضائية في نشر العنف بين الأطفال من وجهة نظر الآباء والأمهات، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، عدد12، 2016، ص111.

- تداخل فرضيات النظرية مع غيرها من النظريات الأخرى، كما تبدو لأول وهلة فإن نظرية الغرس الثقافي ذات صلة بعلم الاجتماع، إلا أنها تتعامل مع الآراء والمواقف والقيم التي يتبناها الجمهور على إثر تعرضه لوسائل الإعلام¹

-المضمون يختلف واستخدام الجمهور للوسيلة الإعلامية يختلف أيضا لذلك عندما طبقت هذه النظرية في مجتمعات أخرى اختلفت النتائج ولم تثبت الفرضية التي قامت عليها².

- ضعف التحكم الدقيق لجيربر وزملائه في متغير دراساته ، وذلك يبرز من خلال اختلاف نتائج أبحاثه بعد عمليات التحليل المتوالية ، خاصة بعد إدخال متغيرات ديموغرافية أخرى والتي أثرت على العلاقة بين التعرض للتلفزيون وتأثيرات الغرس.

- نظرية الغرس الثقافي اهتمت بتأثيرات التلفزيون بشكل عام من خلال عدد ساعات المشاهدة الكلية أو كثافة المشاهدة ، دون الاهتمام بنوعية البرامج التي يتعرض لها المشاهد.

المحاضرة الخامسة عشر: نظرية الاعتماد على وسائل.

نشأة وتطور النظرية:

1 - لامية صابر: الحملات الإعلانية لباقية شبكة MBC ودور في التوعية إستطلاعية الدينية للشباب، مرجع سابق، ص38.

2 - المرجع نفسه، ص38.

-لم يتشكل منظور الاعتماد على وسائل الإعلام من فراغ، فقد اهتم بعض الباحثين في التسعينيات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي، وأكد بعضهم ان إختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساسا الى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة. كما أوضح العديد من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل. ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على الباحثة ساندر بول روكيتش وزملائها عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان منظور المعلومات¹. وطالبوا فيها بضرورة انتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من إعمدات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام².

ووظف كل من (ساندر بول روكيتش وميلفين ديفلر) مفهوم عملية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري لكثير من المشكلات البحثية، من خلال التركيز على دراسة وتحليل المعلومات في شكل رسائل تنشر عبر وسائل الإعلام. منذ هذا التاريخ الفارق، تبلور منظور الاعتماد بشكل واضح وأصبحت فكرة نظرية الاعتماد تقوم على إعتداد أفراد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام³.

-تحاول هذه النظرية فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور وتركز في هذا على إجابة سؤال لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق الهدف وتوسع النظرية إلى اختبار العلاقة بين الأجزاء الصغيرة والكبيرة في النظام الاجتماعي لمحاولة فهم سلوك كل جزء وتوضيحه في ضوء وطبيعة العلاقة بين عناصر النظام ككل و بما أن الإعلام

1 - علي عبد الفتاح علي: نظريات الاتصال والإعلام الحديثة: مرجع سابق، ص140.

2 - منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص207.

3 - فيصل فرحي: الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر، أطروحة مرجع سابق، ص98.

جزء من هذا النظام الاجتماعي فان النظرية تنظر إليه من منطلق العلاقة التي يبينها الأفراد مع وسائل الإعلام¹.

-تعتمد نظرية الاعتماد على التحليل الوظيفي حيث تبحث في الكيفية التي ترتبط بها أجزاء من النظم الاجتماعية فيما بينها، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات يكون نظام الإعلام في هذه العلاقات جزءًا أساسيًا من النسيج الاجتماعي. تركز النظم الاجتماعية (النظام السياسي، الاقتصادي،) .. على وسائل الإعلام الجماهيرية لبلوغ أهداف تدخل ضمن وظائفها الأساسية²، ولا يأخذ هذا الاعتماد اتجاهًا واحدًا) من النظم الاجتماعية (إلى وسائل الإعلام، بل اتجاهًا متبادل لا بينهما أيضًا، لأن نظام وسائل الإعلام له أهداف أيضًا لبلوغ هذه الأهداف يلزمه الوصول إلى أكثر من مجرد المصادر الخاضعة لسيطرته من هذه الأهداف الحصول على المعلومات، الربح، الشرعية، حرية التعبير، صنع القرار والمراقبة. الخ³.

-وتعد نظرية الاعتماد، مقارنة سوسولوجية تحاول تحديد الشروط التي تجعل الفرد يعتمد) إلى درجة الإدمان (على مضامين وسائل الإعلام الجماهيري. فقد أكد الباحثون المجتمعون حول هذا الاتجاه، أن هناك اعتمادًا متبادلاً⁴ و متزايدًا بين نظام وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى⁴، فكلما قدمت وسائل الإعلام خدمات مهمة للأفراد - مثل المعلومات الترفيه - .. كلما ازداد الاعتماد عليها .من نتائج هذا الاعتماد، كما يرى ذلك الباحثون أن الأفراد الأكثر اعتمادًا على مضامين وسائل الإعلام، هم الأكثر تأثرًا بها في معتقداتهم تصوراتهم بصفة عامة، وعليه فهم أقل مقاومة في الحملات الإعلامية⁵.

-ونظرًا للتطور التكنولوجي المستمر لوسائل الإعلام ازدادت الحاجة إلى وسائل الإعلام التي أصبحت قنوات جد مهمة في عملية نقل وإيصال المعلومات والمعارف

1 - محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، مرجع سابق، 301.

2-يوسف تمار: نظرية الأجندة، مرجع سابق، ص88.

3 - المرجع نفسه، ص89.

4 -يوسف تمار: نظرية الأجندة، مرجع سابق، ص88.

5 -المرجع نفسه: ص88.

إلى الجمهور، سواء ما تعلق بالأحداث الداخلية أو الخارجية وفي مشتى الميادين هذا من جهة، ومن أخرى أصبحت هذه الوسائل الإعلامية والاتصالية ذات بعد ترفيهي، حيث تسعى لتقديم مختلف البرامج الترفيهية للجمهور قصد الهروب من المشاكل اليومية¹.

- يذكر "محمود إسماعيل" أن نظرية الاعتماد تعد نظرية شاملة لعدة أسباب:

- تقدم نظرة كلية للعلاقات بين الاتصال والرأي العام وتتجنب الأسئلة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع كما يذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام و هذا يعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة.

-تضمنها لعناصر من علم الاجتماع ومفاهيم من علم النفس.

-تفسيرها للعلاقات السببية بين الأنظمة في المجتمع مما يؤدي إلى تكامل هذه الأنظمة بعضها مع البعض.

-جمعها للعناصر الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباع من جهة ونظريات التأثير التقليدية من جهة أخرى على الرغم من أن اهتمام هذه النظرية لا يتركز على معرفة التأثير بحد ذاته وإنما في تفسير تراوح التأثير بين القوة والضعف من جانب والمباشر وغير المباشر من جانب آخر.

-تقديمها لنظرة فلسفية تجمع بين الاهتمام بمضمون الرسائل والتأثير الذي يصيب الجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون².

1 - منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 207.

2 - محمد منير حجاب نظريات الاتصال: مرجع سابق، ص 302.

إفترضات نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام: تقوم هذه النظرية على عدة افتراضات هي:

-تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة و تبعا لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام في حالة عدم الاستقرار.

-يعتبر النظام الإعلامي مهما للمجتمع وتزداد درجة اعتماده عليه في حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور وتقل درجة اعتماده على النظام الإعلامي في حالة وجود قنوات بديله للمعلومات.

-يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

-ويعد تفسير متى؟، ولماذا؟، يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل الإعلام وتأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم وسلوكهم تفسيراً للطرق التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم الشخصية¹.

ركائز النظرية: وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما: (الأهداف، والمصادر)

- الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح².

1- المرجع نفسه: ص303.

2-ليلي حسين السيد: الأتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص314.

- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات وهي على النحو الآتي:

- المصدر الأول: هو جمع المعلومات، فالمندوب الصحفي يجمع المعلومات التي نحتاج إليها معرفتها، ويقدم كاتب السيناريو معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية تتيح لنا هدف اللعب أو المرح أو الاسترخاء¹.

- المصدر الثاني: هو تنسيق المعلومات، ويشير إلى تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان، لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي أو فيلم سينمائي.

- المصدر الثالث: هو نشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدود.

ويستخدم مؤسس النظرية "ملفين ديفليرا" و "ساندرا بول روكيتش"، مصطلح "المعلومات"، للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام، ويشيرون إلى أن الفروق التقليدية التي توحى بأن "الأخبار" شيء يتعلق بالمعلومات، في حين أن "التسلية"، ليست كذلك، هي فروق مضللة².

المميزات الخاصة بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتمتع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمجموعة من المزايا أهمها:
تعتبر نظرية الاعتماد نموذج مفتوح لمجموعة من التأثيرات المحتملة، وتجنب النموذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، ووجود تأثير غير محدود، لذلك يطلق عليها

1 - ليلي حسين السيد: الأتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص314.

2 - المرجع نفسه، ص315.

نظرية شاملة،.حيث تقدم نظرية كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام وتتجنب الأسئلة البسيطة عما اذا كانت وسائل الإتصال لها تأثير كبير على المجتمع.

-تهتم نظرية الاعتماد بالظروف التاريخية و البناء الاجتماعي اكثر من المتغيرات الفردية والشخصية، لذلك هي الاكثر ملاءمة في التعامل مع النظام الاجتماعي بصورة اكبر من النماذج الاخرى المرتبطة بوسائل الإعلام¹.

-تؤكد نظرية الاعتماد على ان تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام، قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير او إصلاح نظام وسائل الإعلام، سواءا من خلال النظام السياسي او من خلال آلية السوق الحر او من خلال ظهور وسائل اعلام بديلة. من اجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الإقتصادي، والسياسي والديني، حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الانظمة، ومن هنا وضع ديقليير وركتيش نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عرف بنظرية الاعتماد ويمكن تشخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو الاتي " ان قدرة وسائل الإتصال على تحقيق قدر اكبر من التأثير المعرفي والسلوكي والعاطفي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استنقار بنائي في المجتمع بسبب الصراع و التغيير بالإضافة الى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن ان تصبح تأثيرا مرتدا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معني العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع².

1 -علي عبد الفتاح علي: نظريات الاتصال والإعلام الحديثة: مرجع سابق، ص157.

2 - المرجع نفسه، ص139.

ويمكن النظر الى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها نظرية ذات منشأ سوسيولوجي وظيفي.

نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، فهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة أو كبيرة ببعضها ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بتلك العلاقات.

متغيرات وشروط النظرية.

وتتشرط النظرية وجود متغيرين أو شرطين أساسيين لحدوث هذا التفاعل وتكوين علاقة إعتماذ متبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام هما:

- إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة في المجتمع وعملت الوظائف المخولة لها، وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور زاد ذلك من اعتماده عليها¹.

- إذا ارتفعت حدة الصراع كنتيجة للحروب أو التغييرات السياسية أو الاقتصادية أو ما شابه، فإن ذلك سيؤثر على كثافة إعتماذ الجمهور على وسائل الإعلام².

الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعرضت نظرية الاعتماد لمجموعة الانتقادات يمكن تلخيصها على النحو التالي:

- تبالغ النظرية في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام، واستقلالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالباً ما تكون محايدة، حيث أنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع.

- على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية والسلوكية على الفرد، فإنه للأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي

¹ - فيصل فرحي: الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر، أطروحة مرجع سابق، ص 97.

² - المرجع نفسه، ص 98.

تأثيرات لمحتويات وسائل أو أنها تؤثر على الأفراد¹.
-رغم أنه كان يقصد بمدخل الاعتماد أساساً الاعتماد على مستوى النظام الاجتماعي ككل، لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوى الفردي فقط، بمعنى أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة، مع هذا لا تزال روكيتش تري أن المستقبل سيكون للتركيز على أهداف الجماعات من الاعتماد².

1 - علي عبد الفتاح علي: نظريات الاتصال والإعلام الحديثة: مرجع سابق، ص 157.

2 - المرجع نفسه، ص 157.

المحاضرة السادسة عشر: نظرية الفجوة المعرفية Knowledge Gap.

الجذور التاريخية: تعتبر نظرية الفجوة المعرفية Knowledge Gap إحدى بحوث تأثيرات وسائل الاتصال والإعلام على الجمهور وفق حيز زمني طويل المدى¹، وتقوم هذه النظرية على فكرة أساسية مفادها أن تدفق المعلومات لا يتم بشكل متساوي بين الأفراد داخل المجتمع بل يتم بشكل غير متساوي ومتفاوت من فرد إلى آخر، وتعتبر دراسة روبنسون سنة (1967) من أهم دراسات الفجوة المعرفية بين أفراد الجمهور، حيث أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فجوة معرفية بشأن القضايا المختلفة بين الجمهور الأكثر متابعته لوسائل الإعلام مقارنة بالأقل تعلمًا ومتابعته لذات الوسائل تعلمًا².

-ظهرت هذه النظرية لأول مرة سنة (1970) على يد ثلاثة من الباحثين هم: (TECHNOR, DONOHUE , OLIEN) تقوم هذه النظرية على الافتراض الأساسي وهو "يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذوى المستوى الاقتصادى الاجتماعى المنخفض، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان"³. ولقد أعتبر من الباحثين (DONOHUE , OLIEN) أن التعليم مؤشر أساسي لتصنيف الأفراد إلى فئات اجتماعية واقتصادية⁴.

- اكتشف الباحثون في مراحل مبكرة بعض التأثيرات السلبية تمثلت في ظهور ما يسمى بالفجوة المعرفية، وتشير هذه الفكرة إلى عدم التوازن في المعرفة المكتسبة بين الأفراد والجماعات وذلك لوجود تباين بين الأفراد والفئات الاجتماعية، ابتداء من عام 1970 اهتم الباحث تيشنورد وزملائه بدراسة هذه الظاهرة وقدم أفكارا أثارت الجدل بين الباحثين

1 - شعراوي خليفة: فرضية فجوة المعرفة، مدونة إلكترونية، النشر في 17 نوفمبر 2007 الساعة: 13:22 م، الدخول على المدونة يوم 5، فيفيري، 2020 على الساعة 1صباحاً".

2 - سعاد سراي: نظريات الإعلام والاتصال، مطبوعة خاصة لطلبة سنة ثالثة، جامعة محمد خيضر بسكرة، الموسم الجامعي 2014-2015، ص37.

3 - ليلي حسين البدي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص339.

4- سعاد سراي: نظريات الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص38.

في مجال تأثير وسائل الاتصال، وكانت الفرضية التي انطلق منها تيشنورد أنه ومع تزايد انسياب المعلومات في النظام الاجتماعي من خلال وسائل الإعلام والاتصال تحدث فجوة في المعلومات بين الفئات ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي الأعلى التي تميل إلى اكتساب المعلومات، وبين الفئات ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي الأقل بالتالي فكلما ارتفع مستوى المعيشة زاد الحصول على المعلومات والعكس صحيح، ومما أثار تساؤلات علماء الاتصال في أفكار تيشنورد هو غموض المقاييس التي تجعل من التأثير مصيباً لفئة دون أخرى، لكن تيشنورد لم يقف مكتوف الأيدي بل أعطى جملة من العوامل التي تؤدي إلى إحداث وتعميق الفجوة بين الأفراد والفئات.

مفهوم الفجوة المعرفية:

-من الصعب العثور على تعريف واحد وشامل لمفهوم الفجوة الرقمية رغم المحاولات المبكرة لاستقصاء المفهوم، إذ بدأ أول استخدام للمفهوم في تقرير يعود إلى عام 1995 م بعنوان) السقوط من الشبكة (صدر عن وزارة التجارة الأمريكية يقول): الفجوة الرقمية هي الفجوة الفاصلة بين الدول المتقدمة والدول النامية في النفاذ إلى مصادر المعلومات والمعرفة، والقدرة على استخدامها واستغلالها، وهذه الفجوة أسباب علمية تكنولوجية وتنظيمية فضلاً عن توفر البنية التحتية¹.

-حاول تيشنور P.J. Tichenor etal صياغته وتقديم تعريف لاصطلاح الفجوة المعرفية والتي يــــرون أنه:
"يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذات المستوى الاقتصادي / الاجتماعي المرتفع يكتسبون المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى الاقتصادي / الاجتماعي المنخفض، وبالتالي تتجه الفجوة المعرفية إلى الزيادة بدلاً من النقصان." معنى ذلك أن هذه الفرضية تؤكد على أن الفئات ذات المستوى الاقتصادي/الاجتماعي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات

1 - نبيل علي ونادية حجازي: الفجوة الرقمية، رؤية عربية لمجتمع المعرفة، عالم المعرفة، 2005، ص47.

بوجه عام ، ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبياً من الفئات الأعلى منها في المستوى الاقتصادي / الاجتماعي¹.

-تمثل الإضافة المهمة التي نتجت عن تطبيق هذه النظرية على وسائل الإعلام الجديدة يف بلورة مفهوم الفجوة الرقمية، وهو المفهوم الذي أصبح يستخدم لوصف الاختلاف بين الأفراد والجماعات والدول في الوصول للقدرة على استخدام وسائل الإعلام . وتشري التوجهات البحثية في هذا المجال إلى أن تزايد الفجوة الرقمية بني الدول قد يقود إلى إمكانية ظهور دعوات في المستقبل إل نشاء نظام عاملي رقمي جديد علي غرار النظام العالمي الإعلامي الجديد الذي اثر حوله الجدل في السبعينيات من القرن الماضي وقبل ظهور وسائل الإعلام، إذ مل تعد الفجوة تقتصر علي الانتشار غري المتوازن لإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة في دول العامل².

فرضيات نظرية الفجوة المعرفية: Knowledge Gap

ويؤكد هذا الفرض على أن الفئات ذات المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام، ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبياً من الفئات الأعلى في المستوى الاجتماعي لاقتصادي. وقد أيدت بحوث عديدة صحة هذه الفرضية في الولايات المتحدة، وأوروبا، وأمريكا اللاتينية، والشرق الأوسط، حيث أشارت إلى أن العوامل الاقتصادية والاجتماعية هي المحدد الرئيسي لاكتساب الجمهور للمعرفة³.

وحالياً يتم تطبيق نظرية فجوة المعرفة على مستويين رئيسيين

1- المستوى الفردي الضيق: Micro Level و يتضمن اكتساب الفرد للمعرفة من

وسائل الاتصال، ويتحكم في ذلك : الفروق الفردية، ومهارات الاتصال، والقدرة المعرفية، ومستوى الاهتمام، وغيرها من العوامل الفردية.

1- شعراوي خليفة: فرضية فجوة المعرفة، مدونة إلكترونية، النشر في 17 نوفمبر 2007 الساعة: 13:22 م، الدخول على المدونة يوم 5، فيفيري، 2020 على الساعة 1 صباحاً".

2 - غالبية غضبان: الإتجاهات النظرية في وسائل الإعلام الجديدة، ورقة بحثية مقدمة في اليوم الدراسي، الجدوى العلمية لنظريات الاتصال في بحوث الإعلام والاتصال- جامعة باتنة1، الجزائر، ص68.

3 - ليلي حسين اليد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص339.

2- المستوى المجتمعي الأشملي: Macro Level.

ويشمل طبيعة البناء الاجتماعي والمتغيرات المرتبطة بالمجتمع مثل: أساليب نشر المعلومات وتوزيعها، ووسائل الاتصال المتاحة، وطبيعة الصراع الاجتماعي، وملكية وسائل الإعلام وطرق تمويله وتشغيلها¹.

-وقد أجريت بحوث عديدة على المستويين الفردي والمجتمعي لاختبار معدلات النمو المعرفي ومستويات المعرفة كمتغيرات تابعة، وركزت بحوث المستوى الفردي على التعليم كمتغير رئيسي للمستوى الاجتماعي الاقتصادي باعتباره يؤثر في معدلات اكتساب المعرفة، وركزت بحوث المستوى المجتمعي على عملية السيطرة على المعلومات وعلاقتها بالنظام الاجتماعي، وأساليب تدفق المعلومات على مستوى المجتمع².

أسباب حدوث الفجوة المعرفية:

-تباين المهارات الاتصالية: فالأكثر تعلما وتكوينا يكونون أكثر قدرة على الفهم والقراءة والمتابعة مختلف المحتويات والمضامين الإعلامية التي تقوم ببحثها وعرضها مختلف وسائل الإعلام والاتصال.

-تباين قدر مخزون المعلومات أو الخلفية المعرفية السابقة، والراجع إلى مدى إهتمام الجمهور أو المتلقين بشتى المعارف والعلوم³.

-أهمية التواصل الاجتماعي، ففئات الجمهور ذات المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع تشارك أكثر من غيرها في مناقشات حول الشؤون العامة والأخبار العلمية(الجادة).

1 - المرجع نفسه، ص339.

2 - المرجع نفسه، ص340.

3 - سعاد سراي: نظريات الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص38.

-تأثير آلية التعرض الانتقائي وكذلك الاهتمام والتذكر، فقد لا يوجد فعلا لدى الطبقات الأقل معلومات حول الشؤون العامة والأخبار العلمية تتفق مع اتجاهاتهم، وربما لا يهتمون فعلا بمعلومات معينة.

-طبيعة نظام وسائل الإعلام وطبيعة وسائل الإعلام نفسها، وتوجهها بالخطاب نحو مستويات ثقافية معينة دون غيرها¹.

إنتقادات النظرية:

- 1- إرتباط فرضيات هذه النظرية بمرجعية المجتمعات الغربية المتقدمة.
- 2- لم تنجح النظرية في تقديم رؤية شاملة لتفسير حدوث الفجوة المعرفية، نظرا لتركيز أصحاب النظرية على الفجوة و أسباب حدوثها دون النظر في أسس و أساليب التغلب على هذه الفجوة.
- 3- هناك بعض المتغيرات التي أهملتها النظرية مثل طبيعة وحجم وتأثير الإتصال الشخصي من خلال الجماعات التي ينتمي إليها الفرد، فقد تقوم هذه الجماعات بالتدخل إما بالدعم أو التغيير أو لتشويه المعلومات التي حصل عليها الفرد².

1 - المرجع نفسه، ص38.

2 - المرجع نفسه: ص39.

المحاضرة السابعة عشر: نظرية التنافر المعرفي.

منذ ما يقارب الخمسين عاما (عام 1957)، قام الباحث ليون فستنجر (Festinger) بنشر نظرية "التنافر المعرفي" التي أصبحت ركنا مهما من أركان علم النفس الإجتماعي. هذه النظرية ولدت عددا مهما من البحوث والنظريات الثانوية التي شرحت لنا الأسس النفسية للتصرف والإعتقاد، وتشكيل المبادئ، ونتائج القرارات التي يأخذها الإنسان، وآثار الخلاف بين الأفراد وعدد آخر من التصرفات التي لا يمكن إحصائها. ونظرية التنافر المعرفي هذه هي نظرية مهمة في علوم الإدارة البشرية وخصوصا في فهم ديناميكية العلاقات بين المجموعات والأفراد¹.
قدم هذه النظرية الباحث " ليون فستنجر"، 1962م، وتتعلق من فكرة أن الإنسان كيان نفسي يسعى دائما إلى انسجام مواقفه وأرائه والمواضيع التي يتلقاها مع شخصيته وبنيته النفسية، فنظرية التنافر المعرفي ترمي إلى كون الإنسان يعارض ويقاوم كل شيء يتعارض وبنائه المعرفي.
وتؤكد على اتجاه الفرد نحو الاستزادة من المعلومات والمعرفة كلما شعر بالتوتر نتيجة عدم كفاية المعرفة المختزنة لديه، أو عدم وضوح هذه المعرفة، أو عدم قدرتها على تفسير المواقف التي يتعرض لها. ذلك أن هذا التوتر يحدث نتيجة استقباله لمعلومات غامضة أو غير غامضة ومتباينة. وبالتالي فإنه لإزالة هذا التوتر يجب أن يسعى الفرد إلى تحقيق التوازن أو التألف المعرفي إما بتصحيح المعارف، أو إضافة معارف جديدة، أو إهمال هذه المعارف نهائيا، وهذا يؤكد أهمية الوضوح المعرفي في بناء الرسائل الاتصالية وصياغة رموزها².

التنافر المعرفي هي ظاهرة "الإحساس بالإنزعاج، القلق، أو عدم الإرتياح" النفسية التي ترافق تعرض الفرد لمعلومات جديدة تتعارض والمعلومات القديمة التي يمتلكها هذا الفرد

¹ يوم 1- مارس-2020- تاسعة ليلا" <http://asmabouguerne.blogspot.com/2012/01/blog-post.html>

2 - محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص315.

أو "الثوابت" العلمية أو الثقافية أو الروحية .. الخ" المتركزة في فهم هذا الفرد أو في إعتقاده أو إيمانه.

ولو لاحظنا لوجدنا بأن نظرية التناظر المعرفي تدخل في تفسير الكثير من المتناقضات المتعلقة بتصرفات الإنسان التي تبدو مخالفة أو متناقضة أو متنافرة بشكل صريح مع معرفته السليمة أو المباديء البديهية أو المتعارف عليها¹. تتركز هذه النظرية على أن الفرد يحاول بذل مجهود من أجل الحفاظ على توازنه النفسي من خلال جعل هذه العناصر أكثر توافقاً، فالتناظر هو حالة من حالات الدافعية بحيث تدفع الفرد إلى تغيير سلوكاته وآرائه، فوفقاً لصاحب النظرية فإن هناك ثلاثة أنواع من العلاقات بين عناصر معرفتنا:

1. علاقة اتفاق بين هذه العناصر.
 2. قد لا تكون هناك علاقة اتفاق بين هذه العناصر.
 3. قد تكون هناك علاقة تناقض وتعارض بين هذه العناصر.
- ويضطر الفرد في الحالة الأخيرة إلى إلغاء هذا التناقض أو التقليل من حدته، إما بتبني العنصر الجديد والاستغناء عن القديم، أو عن طريق خلق نوع من الانسجام، أو مقاومة العنصر الدخيل عن طريق التجاهل والتغافل عن مصدره، أو تصنيفه ضمن العناصر غير المنطقية.
- في هذا الإطار، يأتي ليون فستنجر بثلاثة أمثلة يظهر فيها التناقض المعرفي في أجل صورته وهي اتخاذ القرار، آثار الكذب و آثار الإغراء².
- * اتخاذ القرار:

ان تخيير الإنسان بين شيئين يضطره الى ترك بديل واحد بالضرورة لكن بعد اتخاذ

1- <http://asmabouguerne.blogspot.com/2012/01/blog-post.html> - يوم 1 مارس-2020- تاسعة

ليلا".

2 - محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص316.

القرار يرى بعض الخصائص الجيدة في البديل المتروك وللقضاء على هذا التعارض او التقليل من حدته امام الفرد حلين:

-الاول: يحتم عليه إقناع نفسه بأن البديل المختار لا تملك قوة التأثير في قراره.

-الثاني: ويلجأ فيه الى تبرير اختياره من خلال إعطاء مجموعة من العوامل التي تؤيده والمبالغة في وصف خصائص البديل المختار.

*اثار الكذب: يظهر التعارض هنا إذا أقدم الفرد على القيام بما يخالف العناصر والمواقف التي يؤمن بها، وتتوقف قوة التنافر على عنصريين:

-الأول: كلما تعارض قوله وقراره مع اعتقاده الشخصي كلما زاد التنافر.

-الثاني: تقل قوة التنافر كلما سعى الفرد إلى تبرير رغم معارضته لها.

*أثار الإغراء: في هذه الحالة يظهر لدى الفرد ميلا داخليا للحصول و فعل شيء

يخالف اعتقاده ، تتعدد هنا أسباب النفور، كأن يكون بعيد المنال، او مخالفة صريحة لمعتقداته، أو غير مشروع او يورطه في مشاكل لا نهاية لها، ويمكن أن تلمس تطبيق هذه المبادئ الخاصة بالتوازن أو التنافر المعرفي في الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري كما يقول الدكتور محمد

عبد الحميد كالاتي:

- إن الفنان المبدع أو القائم بالعمل يجب أن يرسم بداية توقعاته عن اتجاهات جمهور المتلقين نحوه شخصيا.

-إن الفنان المبدع كقائم بالاتصال يجب أن يضع في اعتباره أن المتلقي يحدد اتجاهه نحوه، ونحو الأعمال الفنية الجماهيرية "رسائل" كوحدة واحدة. وبالتالي فإن اتجاه المتلقى نحو أيهما سيؤثر بالتالي في اتجاهه نحو الآخر "الفنان أو العمل".

-يضع المتلقي في اعتباره عند التعرض للأعمال، اتجاه الفنان المبدع نحوه شخصيا، وهذا الاتجاه يتمثل في الميل إلى تأييد الأفكار والمعتقدات والمبادئ والقيم التي يؤمن

بها.

المحاضرة الثامنة عشر: نظرية التفاعلية الرمزية.

الجدور التاريخية لنظرية للتفاعلية الرمزية: إن التفاعلية الرمزية (symbolic Interactionism) محاولة لتحقيق نوع من الالتقاء بين المفهومات السوسولوجية والسيكولوجية من خلال دراسة أنماط التفاعل والعلاقات بين المجتمع والشخصية، وبين الجماعات والافراد، او التفاعل على مستوى الجماعات الصغيرة. تمتد نظرية التفاعل الرمزي إلى أكثر من قرن من الزمن تقريبا، وعي التفاعل بين الفكر الذي حمله المهاجرون الأوروبيون إلى أمريكا، وبين البيئة الجديدة التي نشئوا فيها، وعلى هذا فنظرية التفاعل تبلورت في أمريكا على إثر ازدياد مشكلات الهجرة والجريمة والجنوح والطلاق. وترجع جذور هذا الاتجاه في الفكر الأوروبي إلى أعمال "جورج سيمل" G.Simmel و"ماكس فيبر" M.Webber " و« إميل دوركايم » E. Durkheim. أما جذوره في الفكر الأمريكي فتوجد في أعمال جورج هيرت ميد G.H.Mead و« تشارلز كولي » C.Kooley والفلسفة البرجماتية و خاصة أعمال « وليم جيمس » W.Games و "جون ديوي" J.Dewey¹.

-التطور التاريخي للتفاعلية الرمزية: فيما يلي التطور الذي عرفه هذا التيار حسب التسلسل التاريخي.

- أدرك الفلاسفة الإغريق هذا الارتباط، ولقروا طويلة استمر إدراك دور المعاني في الشؤون الإنسانية الذي يجذب انتباه الفلاسفة ويقول أفلاطون "إن معرفة العالم الذي نعيشه لا يعتمد فقط على ما نلمسه بحواسنا بل تعتمد على ما اتفقنا عليه في إطار الجماعة او المجتمع حول المعاني المشتركة لهذا العالم".

-في أواخر القرن 17 وصف جون لوك العلاقة بين الناس الذين يشكلون المجتمع ويقول " إن اللغة هي الأداة الكبرى و الرابطة بين الناس الذين يشكلون المجتمع ". خلال القرن

1 - فضاة عباس بصلي، محمد فاتح الحمدي: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص244.

18 قام كتاب أمثال كانط بتطوير فكرة إن الجنس البشري يستجيب ليس للكلمة في ذاتها، أو في حقيقتها الموضوعية، وإنما للعالم الذي تبنيه و تشيده في ذهن الإنسان.

-في نهاية القرن 19 وبداية القرن 20 من خلال كتاب أمثال جون ديوي، ويليام جيمس، قد تم تنقيح وتطوير فكرة التمييز بين العالم المحيط بنا والمعاني أو البناءات التي توجد داخل رؤوسنا. وكان احد الافتراضات الأساسية لهؤلاء الكتاب: أن مغزى الأشياء أو المواقف لا يكمن في طبيعتها المادية الملموسة وإنما في سلوك الناس نحوها وردود أفعالهم تجاهها¹.

- وبرزت أهم الكتابات التي وضعت المحددات الأساسية لنظرية التفاعلية الرمزية في الثلاثينات من القرن الماضي لـ جورج ميد، وتشارلز هورتون كولي واهتما بالصور التي يبنونها الأفراد في عقولهم عن الحياة الاجتماعية والعمليات التي يطور بها الناس أفكارهم عن أنفسهم أو عن الغير واعتبار هذه الأفكار مؤشرات للسلوك الاجتماعي وتتلخص أفكار جورج ميد في الإجابة على الأسئلة الخاصة ببناء التوقعات عن سلوك الآخرين. يفسرها ميد بمصطلح التقمص الوجداني أو القيام بدور الآخر في المواقف المختلفة وتوقع سلوكه في هذه المواقف من خلال التفاعل الاجتماعي المستمر يكتسب الفرد خصائص أدوار الآخرين ويتصرف على أساسها بما يؤدي في النهاية إلى نجاح الاتصال في المواقف المختلفة.²

المفاهيم التي تعتمد عليها النظرية:

-تدور فكرة التفاعلية الرمزية حول مفهومين أساسيين هما : (الرموز والمعاني) في ضوء صورة معينة للمجتمع المتفاعل، تشير التفاعلية الرمزية إلى معنى الرموز على اعتبار انها القدرة التي تمتلكها الكائنات الإنسانية للتعبير عن الأفكار باستخدام الرموز في تعاملاتهم مع بعضهم البعض. وتتطلق التفاعلية الرمزية من عدة مرتكزات لتحليل عملية التفاعل الاجتماعي متمثلة في القواعد الاجتماعية وهي ما اعتاد المعدل العام من الناس

1-فضة عباس بصلي، محمد فاتح الحمدي: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص245.

2-محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، نفس المرجع السابق، ص172.

على ممارسته من سلوك فالقواعد تعتبر أحد منظمات السلوك الإنساني وهي أحد الظواهر الاجتماعية التي تحدد سلوك الفرد وتوجهه في ارتباطه مع الآخرين ومع الجماعات الاجتماعية الأخرى¹، وكذلك العامل الزمني حيث تقع عمليات التفاعل الاجتماعي ضمن التوقيت الزمني ومن خلاله يقاس مدى الفائدة أو الربح أو التوفير والتبذير للأشياء المادية والمعنوية للأفراد أي أن التفاعل يحدث في حيز المتفاعلين بمنطقة جغرافية معلومة الأبعاد، وأيضا من أهم المرتكزات لتحليل التفاعل الاجتماعي هو طريقة جلوس الأفراد في عملية تفاعلهم كما يحدد الحيز الأفراد وتفاعلهم مع بعضهم، والقيم الاجتماعية التي تعتبر أحد عناصر الحضارة الإنسانية وتظهر من خلال التفاعل في المواقف وتتسم القيم بالاستمرار والتغير فيها يأخذ فترة زمنية طويلة وهو ذو تأثير كبير، وتؤثر القيم على درجة فاعلية التفاعل الاجتماعي وتوجيهه الوجهة التي تريدها².

-برز مبدأ ارتباط العادات اللغوية بسلوك الناس في علم الاجتماع كطريقة لتحليل كيف يكتسب الناس تحديداً مشتركة لمعاني الأشياء، بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية، وذلك بالتفاعل مع الآخرين عن طريق اللغة، أو كما يميل علماء الاجتماع إلى القول بأنه من خلال (تبادل التفاعل الرمزي)³ وهناك مؤثران منفصلان إلى حد ما حول فكرة تبادل التفاعل الاجتماعي والمعاني المشتركة كأساس للتفسير الفردي للعالم الموضوعي.

المؤشر الأول: لقد تبنى المؤشر الأول عالم النفس الاجتماعي "تشارلز هورتونكولي" الذي رأى أن الناس يستطيعون الانتساب إلى بعضهم بعضاً ليس على أساس صفاتهم الموضوعية كما هي موجودة في الواقع، ولكن من خلال "الانطباعات" التي يخلقها كل منهم لدى الآخرين من خلال عملية التفاعل فيما بينهم. وأطلق "كولي" على هذه الانطباعات اسم "الأفكار الشخصية" (فنحن نكون فكرة شخصية عن كل فرد نعرفه،

1 - بوعديلة وهيبية، درقالي حياة: تفاعل الطلبة الجامعيين مع الصور الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة 08 ماي - 1945 قالمة، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، الجزائر، 2015-2016، ص5.

2 - المرجع نفسه، ص5.

3 - ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص151.

وكذلك عن أية جماعة من الناس، وبالتالي تصبح "الفكرة الشخصية" عبارة عن بناء للمعنى، أي مجموعة من الصفات التي نتخيلها ونسقطها على كل من أصدقائنا ومعارفنا كتفسير لشخصياتهم الواقعية، وكقاعدة للتنبؤ بسلوكهم، والتنبؤ بسلوك الآخرين الذين يبدون مشابهيهم لهم¹.

-**المؤشر الثاني:** أما المؤشر الثاني فقد تبناه العالم "جورج هرير تيميد" الذي رأى أن المقدرة على الاتصال بالآخرين تعتبر مفتاحاً لأفكار الفرد، وعلى الرغم من أن الإنسان يستطيع أن يبني مفاهيم عن نفسه بالطريقة التي اقترحها "تشارلز كولى"، فإنه يستطيع أن يتعلم أيضاً كيف بترفع تصرفات الآخرين، وما سوف يعتبرونه سلوكاً مقبولاً اجتماعياً².

وأشار "جورج ميد"، إلى أنه لكي ننتسب للآخرين، فإن علينا أن "نلعب أدوارهم"، بمعنى أننا يجب أن نتعلم متطلبات القيام بجميع الأدوار المحددة في جماعة، ثم نستخدم هذه المفاهيم لتوقع كيف يستجيب الآخرون في أدوار معينة لتصرفاتنا. وسوف نتعرض لهاتين النظريتين تفصيلاً عند استعراض نظرية التوحد في الفصل الخاص بالنظريات المفسرة للعنف في وسائل الإعلام. وهناك امتداد معاصر لمفهوم التفاعل الرمزي عند "كولى"، و"ميد" يسميه علماء النفس الاجتماعي "نظرية التسمية أو البطاقة أو العلامة". وتستخدم هذه النظرية في دراسة السلوك المنحرف. والفكرة الأساسية لهذه النظرية هي أن الشخص الذي يخرق القانون أو يتجاوز أي سلوك طبيعي "يدمج"، رسمياً بواسطة إحدى وكالات المجتمع. وهذه العلامة أو الاسم أو الوصف الذي يطلق على من ارتكب المخالفة، يصبح عندئذ صفة كبرى أو معنى عاماً بالنسبة للشخص، ويحدد كيف يتصرف الآخرون تجاهه، ويؤدي ذلك في النهاية إلى إحداث تغييرات في مفهوم الشخص عن ذاته³.

1 - المرجع نفسه، ص 152.

2 - المرجع نفسه: ص 152.

3 - المرجع نفسه: ص 153.

فروض النظرية:

تحديد الفروض الأساسية لنظرية التفاعلية الرمزية فيما يلي:

1- إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما للمعاني. وبالنسبة للأفراد فإن المساهمة في المعاني المشتركة المرتبطة برموز اللغة تعد نشاطا مرتبطا بالعلاقات بين الأشخاص تنبثق منه توقعات ثابتة ومفهومة لدى الجميع، تقود السلوك الإنساني في اتجاه النماذج التي يمكن التكهن بها¹.

2- من وجهة النظر السلوكية، تعد الحقائق النفسية والاجتماعية بناء ميزا من المعاني. ونتيجة لمشاركة الناس في التفاعل الرمزي الفردي والجماعي، فإن تفسيراتهم للواقع تمثل دلالة متفقا عليها من الناحية الاجتماعية، وذات إيقاع محدد من الناحية الفردية.

3- إن الروابط التي توحد الناس والأفكار التي لديهم عن الآخرين، ومعتقداتهم حول أنفسهم، تعد كلها أبنية شخصية من المعاني الناشئة عن التفاعل الرمزي. . وهكذا، فإن المعتقدات الذاتية لدى الناس عن أنفسهم. وعن الآخرين هي أهم حقائق الحياة الاجتماعية².

4- الطوعية مذهب يجعل الإرادة تتدخل في كل حكم وتستطيع أن تعلق هذا الحكم. (أنظر، سهيل إدريس وجبور عبد النور، المنهل فرنسي عربي، دار الآداب دار العلم للملايين، ص: 1089) وهي تجعلنا نتصور الإنسان "فاعلا" باستمرار، كائنا إيجابيا، وليس سلبيا، فقد صور لنا بلومر وقوفمان وستون (Blumer Goffman (et) Stone)

1 -سعاد سراي: نظريات الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص40.

2 - المرجع نفسه، ص40.

(صورة للإنسان على أنه "يخلق عالمه الخاص"، إنه ليس فقط قادرا على تعلم واكتساب العناصر الثقافية، وإنما هو مخترع، يكتشف، ويجدد، ويبادر¹).

5- إن السلوك الفردي في موقف ما يتوقف على المضامين والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف... وهكذا، فالسلوك ليس رد فعل أوتوماتيكيا أو استجابة آلية لمؤثر خارجي، ولكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس والآخرين والمتطلبات الاجتماعية للموقف².

الأسس المنهجية للتفاعلية الرمزية:

تبنت هذه النظرية أساسا منهجيا يدور حول القضايا المنهجية التالية:

- أ- ربط السلوك الكامن Covert بالسلوك الظاهر Overt فالباحث يدرس السلوك الظاهر، ويحاول التعمق في كشف المعاني التي يضيفها الأفراد على هذا السلوك.
- ب- يهتم الباحث بمفهوم الذات كموضوع وعملية في ذات الوقت، فيدرس السلوك من وجهة نظر الأفراد الذين يدرسون، موضحا تحول الذات عبر المعاني المختلفة في المواقف الاجتماعية المتباينة.
- ج- يربط الباحث الرموز والمعاني بالعلاقات الاجتماعية الأوسع وإلا ظل مستوى التحليل في البعد السيكولوجي.
- د- يجب أن يكون التحليل الموقفي عنصرا أساسيا في الدراسة، إلا أن السلوك يظهر داخل موقف، وأن المعنى الذي يؤثر في السلوك (وتتضمن عناصر الموقف: الفاعلين، مكان التفاعل، المعاني التي تظهر الموقف، والوقت الذي يستغرقه التفاعل).
- هـ- يتميز التفاعل الرمزي بأنة تفاعل مستمر ومتغير، فهو مستمر باعتباره أحد العناصر

1 -فضة عباس بصلي، محمد فاتح الحمدي: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص248.

2 - ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص153-154.

الثابتة في المجتمع، ولكن مضمونه والأفراد القائمين به متغيرات. ولذا يجب أن يعكس البحث هذين الجانبين من التفاعل¹.

جهود الباحثين في علم الإعلام حول النظرية التفاعلية الرمزية.

تناولت أدبيات الإعلام موضوع أفكار النظرية التفاعلية الرمزية من عدة مداخل، وظهرت في كتابات الباحثين حول موضوع نظريات الإعلام والاتصال، وقام بعض الباحثين بتلخيص أفكار (جورج ميد) في علاقتها بوسائل الإعلام في :

-التفاعل هو مجال اكتساب وتعلم الرموز الثقافية التي تصبح بعد ذلك هي وسيلة لهذا التفاعل².

-المعاني المشتركة بين الناس في الثقافة الواحدة هي التي تساعد على رسم التوقعات الخاصة بسلوك الآخرين في الثقافة نفسها.

- من الطبيعي أن يتم تعريف الذات اجتماعيا، وهذا ينم من خلال التفاعل مع البيئة - يتأثر سلوك الفرد مع الآخرين بمدى مشاركة الفرد في التوحد الاجتماعي وقوة هذا التوحد وغير ذلك لكتاب آخرين انتهت في مجموعتها إلى صياغة الأفكار والمبادئ الخاصة بالتفاعلية الرمزية كنظرية أو مدخل من المداخل الاجتماعية التي تفسر اكتساب الأفراد للمعاني التي تسهم في رسم الصور والتوقعات عن الآخرين.

الانتقادات الموجهة للنظرية التفاعلية الرمزية.

- كانت البداية هي التساؤل عن جدوى الاستخدام الكلي لهذه الطريقة المنهجية في البحث عند صياغة نظرية اجتماعية.

1 -فضة عباس بصلي، محمد فاتح الحمدي: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص249.

2 - يوسف محمد، النظريات النفسية والاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والإلكترونية، دط، دار الكتاب الحديث، مصر، 2015، ص193.

- يرى النقاد بأن التفاعلية الرمزية كنظرية سوسيولوجية تخلت عن العديد من الأساليب العلمية التقليدية في فهم البناءات الاجتماعية فلو كانت الظواهر الاجتماعية ناتجة عن تفاعل أفراد المجتمع وأعضائه فكيف يمكن لنا دراسة ما يعرف بالذات أو الوعي دراسة علمية مع العلم أنه لا يمكن تحديدها تحديد كمي، كما أن المنهاج الذي اقترحه بلومر لا يستطيع أن يفسر البناء ان الاجتماعية الكبرى.

- رؤية التفاعلية الرمزية تجعل أحكامها اجتماعية وهذا يتناقض مع الحتمية إذا أن القدرات الرمزية للتفاعلين يتبع إدخال عناصر استثنائية غير متوقعة في الموقف التفاعلي مما يمكن له أن يغير مجرى التفاعل في أي لحظة.

قائمة المصادر والمراجع العلمية:

الكتب:

- 1- أنجيس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ت بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2116.
- 2- إحدان زهير: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دس.
- 3- إسماعيل زكي محمد: الانثروبولوجيا والفكر الإنساني، مكتبات عكاظ للنشر، جدة، 1982.
- 4- البازعي سعد، ميجان الرويلي: دليل الناقد الأدبي، ط2، المركز الثقافي العربي، بيروت، 2000.
- 5- الجوهري محمد وآخرون: دراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، مصر، 1992.
- 6- الصيرفي محمد: السلوك الإداري والعلاقات الإنسانية، (د ط)، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007.
- 7- العادلي مرزوق عبد الحكم الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والإشباع، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
- 8- العلاق بشير: نظريات الاتصال مدخل متكامل، دط، اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 9- المصري أحمد محمد: العلاقات العامة، مؤسسة الشباب للنشر، الإسكندرية، 2003.
- 10- المكاوي عبد الغفار: النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت، دط، مؤسسة هنداوي سي أي سي للنشر والتوزيع، المملكة المتحدة، 2017.
- 11- بصلي فضاة عباسي، محمد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الاتصال والإعلام، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
- 12- بوتومور توم: مدرسة فرانكفورت، ت سعد هجرس، ط2، دار أويا، ليبيا، 2004م.
- 13- جونز فيليب: النظريات والممارسة البحثية، ت، محمد ياسر الخواجة، ط1، دار مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
- 14- حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، ط1، دار الفجر للنشر، مج7، مصر، 2003،
- 15- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.
- 16- حمليل رشيد: الحرب والرأي العام والدعاية، دط، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2007.
- 17- خليل معن: نظريات معاصرة في علم الاجتماع، دار الشروق، 1997.

محاضرات (نظريات الإعلام والاتصال)، سنة ثالثة ليسانس، أ. عدلان زروق

- 18-خوجة أشرف فهمي: المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2008.
- 19- دليو فضيل: التكنولوجيا الجديد للإعلام والاتصال(ATIC /NICT) المفهوم- الاستعمالات- الآفاق- ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 20- رشتي جيهان أحمد: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978.
- 21- شاوي برهان: مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، ط1، دار مكتبة الكندي، الأردن، 2006.
- 22- شلبي كرم، معجم المصطلحات الإعلامية، انجليزي- عربي، دار الشروق، القاهرة- بيروت، ط1، 1989.
- 23- عاطف الزين سميح: علم النفس معرفة النفس الإنسانية في الكتاب والسنة، ط1، دار الكتاب اللبناني، بيروت، 1991م.
- 24- عاطف عبد: دليل بحوث الاتصال في الوطن العربي منذ ظهور الطباعة إلى 1983، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 1994.
- 25- عدلي العبد عاطف ، نهى عاطف العبد: الرأي العام والفضائيات- دراسة في ترتيب الأولويات، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
- 26- عزي عبد الرحمان. بومعيزة السعيد. الاعلام و المجتمع، الورسم، الجزائر، 2010.
- 27- علي نبيل وحجازي نادية: الفجوة الرقمية، رؤية عربية لمجتمع المعرفة، ، عالم المعرفة، 2005، ص47.
- 28- علي منعم القضاة: قوانين الإعلام وأخلاقياته، تلخيص كتاب، (ط1)، منشورات الدار المصرية اللبنانية، 2003.
- 29- عمر ماهر محمود: سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، ط2، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1992.
- 30- عبد الحميد محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004 .
- 31- عبد الرحمن عزي: دعوى إلى فهم المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال، ط01، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2011.
- 32- عبد الحميد محمد ، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير . القاهرة : عالم الكتب، 1997.

محاضرات (نظريات الإعلام والاتصال)، سنة ثالثة ليسانس، أ. عدلان زروق

- 33- عبد العالي رزاقى: المقال والمقالى، طبعة منقحة ومزودة، دار هومة للنشر، الجزائر، 2011.
- 34- عبد الرحمان عواطف: النظرية النقدية في بحوث الاتصال، دط، دار الفكر العربي، مصر، 2013.
- 35- عبد الملك مرتاض: نظرية النص الأدبي، ط2، دار هومة للتوزيع- الجزائر، 2010.
- 36- عبد الله مي: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2006.
- 37- غضبان غالية: الإتجاهات النظرية في وسائل الإعلام الجديدة، ورقة بحثية مقدمة في اليوم الدراسي، الجدوى العلمية لنظريات الاتصال في بحوث الإعلام والاتصال- جامعة باتنة1، الجزائر.
- 38- كعنان علي عبد الفتاه: نظريات الإعلام، دط، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 39- ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي، (د ط)، الدار العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2009.
- 40- محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط2، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2000.
- 41- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، مصر، ط3، 2004.
- 42- محمد يوسف، النظريات النفسية والإجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة والإلكترونية، دط، دار الكتاب الحديث، مصر، 2015.
- 43- محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 44- مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دط، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
- 45- مزاهرة منال هلال : نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة، الأردن ، 2012.
- 46- مشاقبة بسام عبد الرحمان: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 47- مكايي حسن ، السيد ليلي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998.
- 48- مكايي حسن عماد: نظريات الاعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2012.
- 49- مكايي حسن عماد ، حسين السيد ليلي:الاتصال ونظرياته المعاصرة ،الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط6، 2006.
- 50-مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006.

51- مؤنس كاظم: نماذج الاتصال ونظريات التأثير السلوكي، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن 2017.

52- نصر حسني محمد: نظريات الإعلام، ط1، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2015.

53- نعمان الهيثي هادي ، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد، (د.ط)، دار الشؤون الثقافية العامة، العراق، 1998.

المجلات العلمية:

1- احمد محمد مساعد وفاء: اثر الرضا الوظيفي في تحليل وتصميم العمل ، بحث تطبيقي في مصرف الرشيد (الإدارة العامة)، (ع 19)، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، 2009.

2- أسعيداني سلامي: الضوابط الأخلاقية في ترشيد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب المسلم، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 08، العدد 02، 2015.

3- العياري المنصف، شعباني عبد القادر، جابر راغب وآخرون، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية و التوجهات السياسية، سلسلة البحوث ودراسات إذاعية، (58) تونس، 2006.

4- بنوزة صالح: السياسة الإعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية والممارسات، (ع 3)، المجلة الجزائرية للاتصال، الجزائر، 1996.

5- بداني فؤاد جامعة سعيدة: حتمية ماكلوهان لفهم قيمة عزي عبد الرحمان، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية - جامعة الوادي، العدد الرابع -جانفي 2014.

6- بداني فؤاد جامعة سعيدة: حتمية ماكلوهان لفهم قيمة عزي عبد الرحمان، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية - جامعة الوادي، العدد الرابع -جانفي 2014.

7- بوخونفة عبد الوهاب: الأطفال وثورة المعلوماتية - التمثل والاستخدامات - مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 2، 2007 تونس اتحاد إذاعات الدول العربية.

8- بوسعيد رندا: التغير الاجتماعي والحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام - قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان، مجلة سوسيولوجيا المجلد 1، ع1.

9- بومعزة فاطيمة : نظرية القراءة والتلقي - المرجعيات والمفاهيم-، مجلة الناص، عدد 22 ديسمبر 2017.

10- تواتي نور الدين: ما كلوهان مارشال...قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 10، مارس 2013.

11- حجاب محمد منير: الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، دار الفجر، القاهرة، 2003.

محاضرات (نظريات الإعلام والاتصال)، سنة ثالثة ليسانس، أ. عدلان زروق

- 12- حافظ أسماء حسين: القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية، دراسة ميدانية المجلة المصرية للبحوث والإعلام، (ع 10)، مصر، 2001.
- 13- رداوي منال: واقع ثقافة الطفل من خلال برامج الأطفال التلفزيونية-تلفزيون الجزائر نموذجاً"، دراسة إستطلاعية على عينة من الأطفال بولاية المسيلة، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، مجلد 1، عدد 02.
- 14- رمضان عبد المجيد: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام، مجلة دفاتر السياسة والقانون، (ع 09)، الجزائر، جوان 2013.
- 15- شفيق إيكوفان: إرهابات التكنولوجيا الحديثة على التوجهات النظرية لبحوث الإعلام والاتصال، مجلة الصورة والاتصال، المجلد 5، العدد 19.
- 16- عريق لطيفة: قراءة في نظريات الإعلام المفسرة لتشكيل الرأي العام، مجلة المجتمع والرياضة، المجلد 1، العدد 2، 2018.
- 17- قرناني ياسيف: قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية. بين مارشال ماكلوهان وعبد الرحمان عزي، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد 3، رقم 6.
- 18- محمود عدنان الطوباسي عوده: دور القنوات التلفزيونية الفضائية في نشر العنف بين الأطفال من وجهة نظر الآباء والأمهات، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، عدد 12، 2016.
- 19- ميكري مالية: حراس البوابة الإعلامية: مقارنة مفاهيمية في ظل البيئة الإعلامية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والإتصالية، المجلد 5، العدد 11.
- 20- نصر وسام: "أجندة اهتمامات المواقع الالكترونية للجهات المعنية بشئون المرأة المصرية - دراسة مقارنة"، م 09، ع 02، المجلة المصرية لبحوث ال أري العام، (جامعة القاهرة :كلية الإعلام، ديسمبر 2003).
- 21- نور الهدى عبادة، فاروق أهناي: تطور مقاربات وأبحاث جمهور وسائل الإعلام والاتصال مجلة مدارات سياسية، مج 1، ع 1، 2017، ص 190.

الأطروحات:

- 1- أبو الحمام عزام: تأثير العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية على صحافة الانترنت العربية من وجهة نظر المحررين الصحافه، درجة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط كلية الإعلام، الأردن، 2011.
- 2- بن غنام لخضر ، الاشباكات الخارجية وأثرها على دافعية العمال داخل المنظمات دراسة ميدانية على عمال التربية بمقاطعة صالح باي ولاية سطيف، رسالة ماجستير غير منشورة قسم علم

محاضرات (نظريات الإعلام والاتصال)، سنة ثالثة ليسانس، أ. عدلان زروق

- النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمود منتوري قسنطينة، 2006-2007.
- 3- بوعديلة وهيبة، درقالي حياة: تفاعل الطلبة الجامعيين مع الصور الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة 08 ماي - 1945 قالمة، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، الجزائر، 2015-2016.
- 4- تمار يوسف: **Agenda setting** نظرية- دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2004-2005.
- 5- جيطاني مديحة: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام جامعة الجاج لخضر باتنة 2009 2010.
- 6- حسن خريش رامي محمود: الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المقاومة الفلسطينية، دراسة تحليلية وميدانية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة، 2014.
- 7- دوله زهير مصطفى، عماد محمد اشتوي: القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية "دراسة ميدانية"، بحث تكميلي غير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة كلية الآداب قسم الصحافة والإعلام، 2006.
- 8- سعد الشامي عبد الرحمن محمد: استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية، الدوافع والإشباع، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، 2002.
- 9- شفيق شاطر: أثر ضغوط العمل على الرضا الوظيفي للموارد البشرية بالمؤسسة الصناعية، دراسة ميدانية بمؤسسة إنتاج الكهرباء، شهادة الماجستير في علوم التسيير غير منشورة، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، الجزائر، 2009/2010.
- 10- شيحات محمد: العلاقة بين التمويل الإشهاري والأداء الصحفي في الصحف اليومية الجزائرية، دراسة تحليلية استطلاعية على عينة من الصحف الوطنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2010-2011.
- 11- صابر لامية: الحملات الإعلانية لباقية شبكة MBC ودور في التوعية إستطلاعية الدينية للشباب- دراسة إستطلاعية لعينة من شباب ولاية سطيف، مذكرة مكملة لشهادة ماجستير في علوم

محاضرات (نظريات الإعلام والاتصال)، سنة ثالثة ليسانس، أ. عدلان زروق

- الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية الحقوق، الجزائر، 2009 - 2010.
- 12- صانع رابع: القنوات الفضائية المتخصصة ونشر الثقافة الدينية لدى الشباب، دراسة في الاستخدامات والاشباعات لعينة من شباب ولايات الجزائر بومرداس - البويرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2011-2012.
- 13- طلحة مسعودة: دور الإذاعة المحلية في ترتيب أولويات المواطن نحو قضايا التنمية المستدامة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، 2017-2018.
- 14- عبد الوهاب بوخروفة: المدرسة التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال - التمثل والاستخدامات - أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007.
- 15- فريحي فيصل: الإتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر دراسة في بناء الإتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي "الإقتدار السياسي" على عينة من الأساتذة الجامعيين، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2012-2013.
- 16- فلحي الموسوي محمد جاسم: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، الأكاديمية العربية الفتوحة في الدنيمارك، مقرر في الفصل الثاني - مرحلة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام.
- 17- قدار تسعديت: أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها، دراسة مسحية في الاستخدامات والاشباعات لدى الشباب، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2010-2011.
- 18- قسايسية علي: المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995 - 2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007.
- المحاضرات والمقررات الدراسية:
- 1- بومعيزة سعيد: محاضرة في مقياس نظريات الإعلام والاتصال، سنة ثالثة، ب: جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، الموسم الجامعي 2019-2020، بمدرج الاتصال، يوم 16-10-2019.

محاضرات (نظريات الإعلام والاتصال)، سنة ثالثة ليسانس، أ. عدلان زروق

- 2- سراي سعاد: نظريات الإعلام والاتصال، مطبوعة خاصة لطلبة سنة ثالثة، جامعة محمد خيضر بسكرة، الموسم الجامعي 2014-2015.
 - 3- حبيب بن بلقاسم: بكالوريوس الإعلام مقرر فن الكتابة الإعلامية، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، قسم الإعلام.
 - 4- عبد الله محمد السفاعي: العوامل المؤثرة على اتجاهات القائم بالاتصال نحو ثقافة الحوار في العالم الإسلامي، كرسي اليونيسكو للحوار بين أتباع الديانات والثقافات، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
 - 5- ناصر حسني محمد: اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة، دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في الدوريات المحكمة، ورقة بحثية في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، 10 مارس، 2010، الرياض.
 - 6- هورد- روس: التغطية الإخبارية المراعية لحساسية النزاعات، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، فرنسا، 2009.
 - 7- محاضرات في دراسات وقياس الجمهور: خاص بطلبة سنة ثالثة ليسانس، تخصص اتصال وسبر آراء، نظام (كلاسيكي و AMD) سداسي الأول، 2010-2011.
 - 8- فلحي محمد جاسم: محاضرات في نظريات الإعلام والاتصال الجماهيري، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، كلية الآداب والفنون، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006.
- المدونات والمواقع الإلكترونية:**
- 1- نسرين حسونة، نظريات الاعلام والاتصال، شبكة الألوكة، كتاب منشور PDF ص 19 على الرابط: www.alukah.net/books/files/book_6269/bookfile/ealam.pdf
 - 2- مدونة هشام : في الأربعاء يناير 26, 2011 7:15 pm الدخول إلى الموقع يوم 7 جانفي 2020 على الساعة 22 الرابط <https://30dz.yoo7.com/t1181-topic>
 - 3- شعراوي خليفة: فرضية فجوة المعرفة، مدونة إلكترونية، النشر في 17 نوفمبر 2007 الساعة: 13:22 م، الدخول على المدونة يوم 5، فيفيري، 2020 على الساعة 1 صباحاً.
 - 4- عبده حسونة نسرين محمد: نظريات الإعلام والاتصال، ماجستير الصحافة منشور في شبكة الانترنت، شبكة الألوان، مصر، 2015.
 - 5- <http://asmabouguerne.blogspot.com/2012/01/blog-post.html>
 - 6- <http://asmabouguerne.blogspot.com/2012/01/blog-post.html>
- المراجع باللغة الأجنبية:**

الكتب:

- 1–Abdul Waheed: **Press Freedom, Safety of Journalists and Impunity**”, the 3 0occasion of the Opening of the International conference, Medellin, Colombia, .May 2007
- 2–barbara cochran : **Rethinking public media** ,Published by The Aspen Institute All rights reserved Printed ,USA, 2010.
- 3–Bernard Delforce :(**la responsabilité sociale du journaliste**),les Cahiers du journalisme n02 ,France, 1996.
- 4–Charlie Beckett : **THE VALUE OF NETWORKED JOURNALISM**, published journalism and society, London, 2010.
- 5–Emmanuel Fraisse : **que mesure – ton quand on mesure l’audience ?**, Centre d’étude des supports de publicité (CESP), HERMÈS 37, France, 2003.
- 6–Jackie Davies : **Communication for Development’ Concept** , Version 2, May 2004.
- 7–James Lull, **Media Communication: Culture A global Approach** (London, Polity Press, 1995).
- 8–Jean Charron ,Rapport (**la nature politique du journalisme politique**) ,les études de communication publique Cahier numéro 15 , 2000.
- 9–Marie–Noële Sicard : **pratique journalistique et enjeux de la communication scientifique** ,HERMÈ, France, 21, 1997.
- 10–Martin J. Eppler: **Reportor The Concept of Knowledge Communication and Its Relevance to Management**, Suisse , July 2006.
- 11– Helle Sjøvaag : **Journalistic Autonomy**, Nordicom Review 34 Special Issue 2013.
- 12– Pamela J. Shoemaker, Tim P. Vos: **Gate keeping Theory** , First published, edition Routledge, New York,2009.
- 13–Taïrou Bangre : **le journalisme et la question de la responsabilité social dans les pays**, volume 09 , avril 2008.

14–Witschge Tamara and Nygren Gunnar, article of: **journalism a profession under pressure?** , journal of media business studies,6(1),2009.

المجلات:

1–Sonia Livingstone : **audiences and publics**, Changing Media, Changing Europe Volume 2, First published in the uk,USA, 2005.

74, No. 2, April 2012.

2–Felix Olajide Talabi : **The Internet And Journalism Practice In Nigeria**, Volume 11 Issue 10 Version 10 December 2011.

3–Jossey–Bass/Pfeiffer: **basic communication model** ,The Pfeiffer Library ,V 25, 2nd Edition.

4–Kathy Roberts Forde : **The Enduring Problem of Journalism**, Journal of Magazine / New Media Research, Vol13, No1, 2012.

5–Pamela J. Shoemaker, Martin Eichholz, Eunyi Kim: **INDIVIDUAL AND ROUTINE FORCES IN GATEKEEPING** , J,WVJCQ,Vol. 78,No.2

Summer2001.

6–Stuart N. Soroka: **The Gate keeping Function: Distributions of Information in Media and the Real World**, The Journal of Politics, Vol.

7–Stuart N. Soroka : **The Gatekeeping Function: Distributions of Information in Media and the Real World**, The Journal of Politics, Vol. 74, No. 2, April 2012.

التقارير:

1–rapport (**STRATEGIC COMMUNICATION**), prepare bay (UNICEF) February, 2005.

الفهرس:

البرنامج السنوي الخاص بنظريات الإعلام والاتصال.....ص2.

المحور الأول: المفاهيم الأولية.....ص4.

المحاضرة الأولى: المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بنظريات الإعلام والاتصال....ص4.

1-تعريف النظرية العلمية.....ص4.

2-النظرية في علوم الإعلام والاتصال.....ص5.

3-تعريف المقاربة.....ص5.

4-تعريف الأنموذج.....ص6.

5-تعريف الجمهور.....ص7.

6- تعريف التأثير (Effect)ص8.

المحور الثاني: التطور التاريخي لنظريات الاتصال.....ص9.

المحاضرة الثانية:

1-ظهور البحوث الإعلامية.....ص9.

2-تقسيمات نظريات الإعلام والاتصال.

-نظريات متعلقة بالتأثير السحري والقوي لوسائل الإعلام على الجمهور...ص9.

-نظريات متعلقة بالجمهور.....ص10.

-نظريات متعلقة بالقائم بالاتصال.....ص10.

نظريات تأثير المحتوى على الجمهور.....ص10.

3-مراحل دراسات وسائل الإعلام على الجمهور.....ص10.

- المحاضرة الثالثة: النماذج الإعلامية والاتصالية.....ص11.
- 1- أنموذج التأثير (Effect Paradigm).....ص12.
- 2- أنموذج التلقي.....ص14.
- المحور الثالث نظريات علوم الإعلام والاتصال.....ص18.
- المحاضرة الرابعة: النظرية البنائية الوظيفية.....ص18.
- المحاضرة الخامسة: النظرية النقدية.....ص22.
- المحاضرة السادسة: نظرية الطلقة السحرية.....ص28.
- المحاضرة السابعة: نظرية دوامة الصمت.....ص36.
- المحاضرة الثامنة نظرية الاستخدامات والإشباع.....ص45.
- المحاضرة التاسعة: نظرية القائم بالاتصال.....ص54.
- المحاضرة العاشرة: المحاضرة التاسعة: نظرية القائم بالاتصال.....ص64.
- المحاضرة الحادي عشر: نظرية (مارشال ماكلوهان).....ص69.
- المحاضرة الثانية عشر: نظرية تدفق الاتصال عبر مرحلتين.....ص79.
- المحاضرة الثالثة عشر: نظرية ترتيب الأولويات.....ص84.
- المحاضرة الرابعة عشر: نظرية الغرس الثقافي.....ص90.
- المحاضرة الخامسة عشر: نظرية الاعتماد على وسائل.....ص97.
- المحاضرة السادسة عشر: نظرية الفجوة المعرفية.....ص105.

- المحاضرة السابعة عشر: نظرية التنافر المعرفي.....ص110.
- المحاضرة الثامنة عشر: نظرية التفاعلية الرمزية.....ص113.
- قائمة المصادر والمراجع العلمية:.....ص121.