

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

People's Democratic Republic of Algeria

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة البليدة 2 لونيكي علي

Blida 2 Lounici Ali of University

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

.Faculty of Humanities and Social Sciences

قسم علوم الاعلام والاتصال.

Department of Media and Communication Sciences

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

التخصص: اتصال

محاضرات في:

مقياس نظريات الإعلام والاتصال 1

الطور: الليسانس

السنة: الثالثة

السداسي: الأول

من إعداد الأستاذ: عبد الرحمان نشادي

الرتبة: محاضر (أ)

السنة الجامعية: 2025/2024



لمحة عامة عن دراسة نظريات الإعلام والاتصال

تُعتبر نظريات الإعلام والاتصال من المجالات الحيوية التي تشكل جزءاً أساسياً من العلوم الاجتماعية والإنسانية. تهدف هذه النظريات إلى فهم كيفية تشكيل وسائل الإعلام والمعلومات لواقع المجتمع وتوجهاته، وكيف تؤثر هذه الوسائل على الأفراد وسلوكياتهم. في عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بات من الضروري التعمق في دراسة هذه النظريات لفهم الديناميكيات المعقدة التي تحكم علاقة الإعلام بالجمهور.

تنطوي نظريات الإعلام والاتصال على مجموعة من المفاهيم والمبادئ التي تفسر كيفية إنتاج وتوزيع وتلقي الرسائل الإعلامية. إنها تتناول العمليات التي يتم من خلالها نقل المعلومات والأفكار من شخص إلى آخر، بما في ذلك العوامل التي تؤثر على هذه العمليات، مثل السياقات الثقافية والاجتماعية والسياسية.

تتراوح نظريات الإعلام بين تلك التي تركز على التأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام، إلى تلك التي تتناول الدور الذي تلعبه التقنيات في تشكيل الرسائل الإعلامية. ومن هنا، يمكن تصنيف النظريات إلى عدة فئات رئيسية:

1. نظريات التأثير المباشر: تفترض أن وسائل الإعلام لها تأثير كبير ومستمر على الجمهور، حيث تتشكل آراء الناس وسلوكياتهم بناءً على المحتوى الإعلامي الذي يتعرضون له. مثال على ذلك هو نظرية "الحقبة التحريضية" التي تشير إلى أن الإعلام يمكن أن يحفز الأفراد على اتخاذ إجراءات معينة.

2. نظريات التأثير المحدود: تقاوم هذه النظريات الفكرة القائلة بأن الإعلام يمتلك تأثيراً مباشراً وقوياً. بل تعتقد أن المتلقين يلعبون دوراً نشطاً في تفسير وتفاعل مع الرسائل الإعلامية. من أبرز هذه النظريات، نظرية "التأثيرات المحدودة" التي تركز على أن الفرد يتأثر بمحيطه الاجتماعي أكثر من التأثيرات الإعلامية.

3. نظريات الإطار: تركز هذه النظريات على كيفية عرض القضايا من قبل وسائل الإعلام وكيفية تأثير ذلك على إدراك الجمهور. تُعنى بإبراز جوانب معينة من الرسالة وتجاهل أخرى، مما يشكل الطريقة التي يفكر بها الأفراد حيال الموضوعات المختلفة.

4. نظريات الاستخدامات والإشباع: تبحث هذه النظريات في أسباب استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وما الذي يسعون لتحقيقه من خلالها. فهي تفترض أن الأفراد يختارون المحتوى بناءً على احتياجاتهم ورغباتهم.

5. نظريات الثقافة والهوية: تسلط الضوء على العلاقة بين الإعلام والثقافة، وكيف يمكن لوسائل الإعلام أن تعكس وتعزز الهويات الثقافية أو تتحدى الأفكار السائدة.

أهمية دراسة نظريات الإعلام والاتصال

إن دراسة نظريات الإعلام والاتصال ليست مهمة فحسب، بل هي ضرورية لفهم التأثيرات المختلفة التي تمتلكها وسائل الإعلام على المجتمعات. تعتبر هذه الدراسة مفيدة للعديد من الأسباب:

- فهم الأثر الاجتماعي: تساعدنا نظريات الإعلام في فهم كيف تؤثر المحتويات الإعلامية على الآراء العامة والسلوكيات السياسية والاجتماعية.

- تحليل الرسائل الإعلامية: تمكن هذه النظريات الباحثين من تحليل كيفية تقديم الأخبار والمعلومات، مما يعزز من قدرتهم على تقييم مصداقية المصادر الإعلامية.

- تطوير استراتيجيات فعالة: يمكن أن تسهم المعرفة بنظريات الإعلام في تطوير استراتيجيات تواصل فعالة تستهدف جماهير محددة، سواء في الإعلانات أو الحملات الاجتماعية.

- مواكبة التطورات التكنولوجية: في ظل التطورات السريعة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تحتاج المجتمعات إلى استراتيجيات جديدة للتفاعل مع هذه التغييرات.

دليل المادة التعليمية

السداسي: الخامس

عنوان الوحدة: وحدة تعليم أساسية

المادة: نظريات الإعلام والاتصال 1

الرصيد: 5

المعامل: 2

أهداف التعليم

يهدف لتزويد الطالب بمختلف التقسيمات الخاصة بنظريات الاتصال، من نشأتها إلى الوقت الراهن، وهو عمل يهدف إلى المساهمة في التكوين النظري للطلاب في علوم الإعلام والاتصال. وتعليمه التفكير حول التطوير في الاتصال وتطوير المعارف الخاصة بنظريات الاتصال وبناء نقل نظري حول النظريات.

المعارف المسبقة المطلوبة

معارف أولية عامة حول علوم الإعلام والاتصال (مجالات دراستها وتخصصاتها).

محتوى المادة (يوزع على السداسيين 5 و 6)

1- مفاهيم أولية: مفهوم النظرية (التقليد، المنظور، المدخل، المقاربة، المدرسة..) ومفهوم النظرية الاتصالية...

2- التطور التاريخي لنظريات الاتصال (استعراض تصنيفاتها، ومقارباتها أو أهم تقاليدھا النظرية..)

4- استعراض مفصل للنظريات: التأثير القوي والمباشر، التأثير الانتقائي، نظريات التأثير المحدود، نظريات التأثير على المدى البعيد...

الكلمات المفتاحية: إعلام، اتصال، نظرية، منظور، نماذج.

1- فهرس المحتويات:

3.....	مقدمة
3.....	لمحة عامة عن دراسة نظريات الإعلام والاتصال
4.....	أهمية دراسة نظريات الإعلام والاتصال
5.....	دليل المادة التعليمية
5.....	السداسي: الخامس
5.....	عنوان الوحدة: وحدة تعليم أساسية
5.....	المادة: نظريات الإعلام والاتصال 1
5.....	الرصيد: 5
5.....	المعامل: 2
5.....	أهداف التعليم
5.....	المعارف المسبقة المطلوبة
5.....	محتوى المادة (يوزع على السداسيين 5 و 6)
6.....	الكلمات المفتاحية: إعلام، اتصال، نظرية، نظريات، نماذج.
7.....	الفهارس
7.....	1- فهرس المحتويات:
13.....	2- فهرس الأشكال
14.....	توطئة
16.....	المحور الأول: مفاهيم أولية
16.....	المحاضرة الأولى
16.....	مدخل مفاهيمي

16	 مفهوم الاتصال	-
18	 مفهوم الإعلام	-
18	 مفهوم المعلومات	-
18	 مفهوم الدعاية	-
19	 مفهوم الرأي العام	-
20	 مفهوم العلاقات العامة	-
20	 خصائص العلاقات العامة:	
21	 مفهوم الإعلان	-
22	 المحاضرة الثانية	
22	 مفهوم النموذج	
23	 وظائف النماذج	
23	 بعض أنواع النماذج	
23	 النموذج الخطي أرسطو Aristotle's Model :	1-
26	 نقد النموذج والتحديات	
26	 خلاصة	
27	 نموذج برلو Berlo's model :	2-
30	 انتقادات لنموذج بيرلو	
	 نموذج هارولد لاسويل Harold Lasswell's model 1948	3-
31	 :	
32	 الميزات والانتقادات الرئيسية	
32	 الميزات الرئيسية:	
32	 الانتقادات:	

33	 Shannon–Weaver m'sodel 1948 نموذج شانون وويفر	4-
35	 DeFieur's development تطوير دي فيور	
36	 The Osgood and Schramm circular model 1954 نموذج أوزغود وولبر شرام	5-
41	 ملاحظة هامة:	
41	 أهمية النظريات في البحث العلمي	
43	 Perspective مفهوم المنظور	-
43	 مفهوم الاقتراب (الدنو)	-
45	 مفهوم البحث العلمي	-
47	 أهم مميزات البحث العلمي	
49	 المحاضرة الرابعة	
49	 Theoretical approaches المقاربات النظرية	
49	 POSTPOSITIVIST THEORY المقاربة ما بعد الوضعية	1-
50	 HERMENEUTIC THEORY المقاربة التأويلية	2-
50	 CRITICAL THEORY المقاربة النقدية	3-
51	 NORMATIVE THEORY المقاربة المعيارية	4-
53	 المحاضرة الخامسة	
53	 Traditions of communication theory تقاليد نظريات للاتصال	
53	 Cybernetic Tradition التقليد السيبرنتيقي	1-
53	 Socio-Psychological Tradition التقليد الاجتماعي النفسي	2-
53	 Socio-Cultural Tradition التقليد الاجتماعي الثقافي	3-
54	 Critical Tradition التقليد النقدي	4-
54	 Rhetorical Tradition التقليد البلاغي	-5

54	Phenomenological Tradition	التقليد الظاهراتي	6-
55	Semiotic Tradition	التقليد السيميائي	-7
56		المحور الثالث: التطور التاريخي لنظريات الاتصال	
56		المحاضرة السادسة	
56		التطور التاريخي لنظريات الاتصال	-
61		المحور الرابع: نظريات التأثير المحدود (المعتدل)	
61		المحاضرة السابعة	
		نظرية القائم بالاتصال وحارس البوابة (Gatekeeping Theory)	-
	61		
62		محتوى نظرية حراسة البوابة	
62		دور حارس البوابة الإعلامية	
63		العوامل المؤثرة على عمل حارس البوابة الإعلامية	
64		نقد نظرية حارس البوابة	
67		المحاضرة الثامنة	
67		نظرية وضع الأجندة / ترتيب الأولويات (Agenda Setting Theory)	
69		المفاهيم الأساسية لنظرية ترتيب الأولويات (الاهتمامات)	
71		نموذج نظرية وضع الأجندة:	
72		2. العوامل المؤثرة في وضع الأجندة:	
72		هناك مجموعة من العوامل المؤثرة على النظرية أهمها:	
74		3. القالم بوضع الأجندة:	
74		فروض نظرية ترتيب الأولويات:	
75		حدود النظرية	
77		المحاضرة التاسعة	

77 3- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory)

77 ركائز نظرية الاعتماد:

77 أهداف اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال

78 افتراضات نظرية الاعتماد

78 تأثيرات الاعتماد على وسائل الاتصال

80 النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (ديلغير وروكتيش)

81- الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد

82 المحور السادس: نظريات دراسة الجمهور

82 المحاضرة العاشرة

4- نظرية المجتمع الجماهيري والآثار الموحدة
(Unified Effects Theory)
82

83 ما تقدمه وسائل الإعلام للفرد من منظور هذه النظرية

وسائل الإعلام من منظور هذه النظرية هي الوسيلة الأولى في المحافظة على هذا الشكل

83 الاجتماعي:

83 بماذا ترتبط نظرية المجتمع الجماهيري؟

- نظرية المجتمع الجماهيري ونظرية الآثار

84 الموحدة Uniform Effects

85 سلبات النظرية

86 المحور التاسع: نظريات التأثير المعتدل

86 المحاضرة الحادية عشر

86 نظرية الاستخدامات والإشباع

88 نموذج (لورانس ووينر L. Wenner) 1985 للإشباع:

89 نقد النظرية

90	المحاضرة الثانية عشر
90	6- نظرية التأثير المحدود (Limited Effects Theory)
90	1 دور الوسائط الاجتماعية
91	2. الوسطاء الإعلاميون
91	3. الخصائص الفردية والسياقية
91	4. التأثيرات المحدودة والموزونة
92	نقد النظرية
93	المحاضرة الثالثة عشر
93	7- نظرية الزرع (Cultivation Theory)
94	نقد النظرية
96	المحور نظريات التأثير المباشر
96	المحاضرة الرابعة عشر
96	1- نظرية الرصاصة السحرية (Magic Bullet Theory)
96	افتراضات النظرية
97	نقد النظرية
99	الخاتمة
101	قائمة المصادر والمراجع

2- فهرس الأشكال

- 23 - شكل رقم (1) يمثل النموذج الخطي للاتصال.....
- 26 - شكل رقم (2) يمثل نموذج بيرلو.....
- 30 - شكل رقم (3) يمثل نموذج لاسويل.....
- 30 - شكل رقم (4) يمثل صورة لنموذج لاسويل.....
- 31 - شكل رقم (5) يمثل النموذج الرياضي لشانون وويفر.....
- 33 - شكل رقم (6) يمثل النموذج الرياضي لشانون وويفر.....
- 34 - شكل رقم (7) يمثل نموذج ولبر شرام.....
- 56 - شكل رقم (8) النموذج الأولي لشرح عمل حارس البوابة.....
- 63 - شكل رقم (9) يعبر عن تمثيل بياني يبرز الفرق بين الاجندة الإعلامية و أجندة
الجمهور.....
- 64 - شكل رقم (10) يمثل نموذج وضع الأجندة.....
- 72 - شكل رقم (11) يمثل النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
(ديلغير وروكتيش).....

توطئة

تشكل نظريات الإعلام والاتصال جزءاً أساسياً في دراسة علوم الاتصال والإعلام، حيث تساعد في فهم كيفية تأثير الإعلام والاتصال على المجتمع وكيفية تفاعل الأفراد مع وسائل الإعلام المختلفة في سياق مقرر أعدناه لطلاب السنة الثالثة تخصص اتصال وفق عرض تكوين ل.م.د. ليسانس أكاديمية، سيتم تناول مجموعة متنوعة من النظريات والمفاهيم الأساسية في هذا المجال.

هذه النظريات تساعد الطلاب على تطوير فهم نقدي لدور الإعلام في تشكيل الرأي العام وسلوك الأفراد، إلى جانب استكشاف التطورات التاريخية للنظريات الإعلامية وتأثيرها على المجتمع المعاصر، كما تهدف إلى تسليط الضوء على أهمية فهم العناصر والمصطلحات الأساسية المتعلقة بالإعلام والاتصال، مثل الاتصال، وسائل الإعلام، المعلومات، الدعاية، الرأي العام، والعلاقات العامة وكذا العناصر المكونة لعملية الاتصال وكيفية تأثير هذه العناصر في تشكيل الفهم العام للأحداث والتوجهات المجتمعية كما تركز على الدور الحيوي الذي تلعبه وسائل الإعلام في نقل المعلومات والتأثير على الرأي العام، بالإضافة إلى أهمية دراسة نظريات الإعلام والاتصال لفهم كيفية صياغة الرسائل الإعلامية واستقبالها من قبل الجماهير تعد هذه المقدمة مدخلاً لدراسة أوسع للنظريات والمفاهيم التي تشرح العمليات المعقدة للتواصل البشري وتأثير الإعلام في المجتمع. ولهذا كان ضروريا طرح السؤال الجوهرى الذي يتبادر إلى الأذهان:

لماذا ندرس نظريات الإعلام والاتصال؟

إن دراسة نظريات الإعلام والاتصال تعتبر ضرورية لعدة أسباب:

- **فهم التواصل:** تمكن النظريات الطلاب من فهم العمليات المعقدة التي ينطوي عليها إرسال واستقبال الرسائل، وتساعد في تطوير مهارات التواصل الفعال.
- **تحليل التأثيرات:** تساعد النظريات في تحليل كيفية تأثير وسائل الإعلام على الجمهور والمجتمع، بما في ذلك كيفية تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوكيات.
- **التعرف على الأدوار المجتمعية:** تتيح النظريات فهم الأدوار المختلفة التي تلعبها وسائل الإعلام في المجتمع، مثل دورها في نشر المعلومات أو التأثير على القرارات السياسية.

- **تطوير التفكير النقدي:** تساهم دراسة النظريات في تعزيز التفكير النقدي لدى الطلاب، مما يمكنهم من تحليل الرسائل الإعلامية بشكل أكثر عمقاً وتفهم الأهداف التي قد تكمن وراءها مثل الدعاية والعلاقات العامة.

- **التطبيق المهني:** تعد المعرفة بنظريات الإعلام والاتصال أساسية للمهنيين في مجالات الإعلام والصحافة والعلاقات العامة والإعلان، حيث تساعدهم في تصميم استراتيجيات فعالة للتواصل مع الجمهور.

- **التكيف مع التغيرات التكنولوجية:** تُمكن دراسة النظريات الطلاب من استيعاب التغيرات المستمرة في وسائل الإعلام والتكنولوجيا، وكيفية تأثير هذه التغيرات على التواصل الاجتماعي.

بالتالي، فإن دراسة هذه النظريات لا تقتصر فقط على الجانب الأكاديمي بل تمتد لتكون أداة عملية يمكن استخدامها في الحياة المهنية واليومية.

المحور الأول: مفاهيم أولية

المحاضرة الأولى

مدخل مفاهيمي

قبل الخوض في دراسة نظريات الاتصال، وجب في البدء التعرف على أهم المصطلحات التي يتوجب على الطالب المتخصص في مجال علوم الإعلام والاتصال الإلمام بها، بل حفظها وفهمها، مثل مفهومي الإعلام والاتصال والعناصر المكونة لهما ومعرفة النماذج الاتصالية وأشكالها حتى يتسنى له فهم النظريات الاتصالية بشكل واضح كمكتسبات قبلية ويزيد التأكيد عليها مع دراسة نظريات الاتصال ليتمكن من تكوين نظرة عميقة عن ميدان اختصاصه، وحتى يزيد من تطوير معارفه.

- مفهوم الاتصال

إن كلمة اتصال مشتقة من الأصل اللاتيني Communis بمعنى عام شائع أو يذيع عن طريق المشاركة.¹ وعليه، يقصد به النشاط الأساسي الذي تتدرج تحته كافة أوجه النشاط الإعلامي والدعائي والإعلاني، فهو العملية الرئيسية التي يمكن أن تتطوي بداخلها عمليات فرعية أو أوجه نشاط متنوعة قد تختلف من حيث أهدافها ولكنها تتفق جميعاً فيما بينها في أنها عمليات اتصال بالجمهور، ومن هذه الأنشطة:

- الإعلام - المعلومات - الدعاية - الإعلان - العلاقات العامة.²

- تعريف كولي:

1 - عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة،

2011، ص 10.

2 - نفس المرجع، ص 9.

يعرف عالم الاجتماع تشارلز كولي عام 1909 الاتصال بأنه، ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل تنشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان، هي تتضمن تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات ونغمات الصوت والكلمات والطباعة والخطوط الحديدية والبرق والتليفون وكل تلك التدابير التي تعمل بسرعة وكفاءة على قهر بعدي الزمان والمكان.

- تعريف ريتشاردز:

يرى ريتشاردز عام 1928 أن الاتصال يحدث حين يؤثر عقل في عقل آخر، فتحدث في عقل المتلقي خبرة مشابهة لتلك التي حدثت في عقل المرسل ونتجت جزئياً عنها.

- تعريف كارل هوفلاند:

يعرف كارل هوفلاند عام 1948 الاتصال بأنه، عملية يقوم بمقتضاها المرسل بإرسال رسالة لتعديل سلوك المستقبل أو تعبيره.

- تعريف شانون وويفر:

يرى شاتون وويفر عام 1949 أن الاتصال يمثل كافة الأساليب والطرق التي يؤثر بموجبها عقل في عقل آخر باستعمال رموز.¹

- تعريف أميري وأولت وأجي:

وعرف أميري وأولت وأجي عام 1971 الاتصال بأنه، فن نقل المعلومات والأفكار والمواقف من فرد إلى آخر.²

- تعريف إبراهيم إمام:

1 - نفس المرجع، ص 11-12.

2 - نفس المرجع، ص 11-12.

يعرف إبراهيم إمام، الاتصال بأنه حامل العملية الاجتماعية ونقل أشكالها ومعناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم.

- تعريف جيهان رشتي:

تعرف جيهان رشتي، الاتصال بأنه العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقى وممرل الرسالة — كائنات حية أو بشرية أو آلات _ في مضامين اجتماعية معينة، يتم في هذا التفاعل نقل أفكار ومعلومات _ منبهات _ بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين.¹

- مفهوم الإعلام

- تعريف أوتوجروث:

يعرف الإعلام بأنه، التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت.

- تعريف عبد اللطيف حمزة:

يعرف عبد اللطيف حمزة، الإعلام بأنه تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة².

- مفهوم المعلومات

يعرف قاموس المنجد لفظ معلومات بأنه كل ما يعرفه الإنسان عن قضية أو حادث، ويعرفه معجم لاروس بأنه الأخبار أو التحقيقات أو كل ما يؤدي إلى كشف الحقائق وإيضاح الأمور.³

- مفهوم الدعاية

- تعريف وريفورد:

1 - نفس المرجع، ص 14.

2 - نفس المرجع، ص 16.

3 - نفس المرجع، ص 18.

الدعاية هي نشر معلومات وآراء لتحقيق هدف أو مصلحة.

- تعريف جيمس رايس:

الدعاية هي نشر الأكاذيب والتحريض علي العنف بالكلمة المطبوعة.

- تعريف نورمان:

يعرّف نورمان الدعاية بقوله: أنها نشر الآراء ووجهات النظر التي تؤثر على الأفكار أو السلوك أو كليهما معا.¹

- تعريف عبد القادر حاتم:

يعرّف عبد القادر حاتم الدعاية، بأنها فن اقناع الآخرين بأن يسلكوا في حياتهم سلوكا معيناً ما كانوا ليسلكوه بدونها.²

- مفهوم الرأي العام

هو خلاصة آراء مجموعة من الناس أو الراي الغالب أو الاعتقاد السائد، أو إجماع الآراء أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر ما أو ظاهرة.. أو موضوع أو قضية من القضايا قد تكون اجتماعيو أو اقتصادية أو سياسية، كما قد تكون ذات طابع محلي أو قومي أو دولي ويثور حولها الجدل وأن هذا الاجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به.³

1 - نفس المرجع، ص 20-21.

2 - نفس المرجع، ص 25.

3 - كافي مصطفى يوسف: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد، عمان، 2015، ص 21.

- مفهوم العلاقات العامة

- تعريف دائرة المعارف البريطانية:

تعرف دائرة المعارف البريطانية العلاقات العامة، بأنها السياسات والأنشطة التي تستهدف نقل المعلومات وتحسين اتجاهات الجمهور نحو فرد أو مؤسسة أو دائرة حكومية أو أي هيئة أخرى.

- تعريف محمود الجوهري:

يعرف محمود محمد الجوهري العلاقات العامة: بأنها مسؤوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة للحصول على ثقة وتأييد جمهورها الداخلي أو الخارجي، وذلك بالإخبار الصادق والأداء النافع الناجح وفقا للتخطيط العلمي السليم حتى يصبح عملها مرشدا وهادفا. ¹

خصائص العلاقات العامة:

- أن العلاقات العامة عملية إدارية مستمرة ومخططة.
- أن العلاقات العامة تعمل على كسب تفاهم وتعاطف الرأي العام فهي تضع الرأي العام بالدرجة الأولى من الأهمية.
- أن العلاقات العامة تعكس وجهة نظر الجماهير للإدارة العليا للمؤسسة ووجهة نظر الإدارة لكافة الجماهير ذات العلاقة بالمنظمة أو المؤسسة فالعلاقات العامة اتصال ذو اتجاهين.
- أن العلاقات العامة تعتمد على الصراحة وذكر الحقيقة النسبية (أي تلك الجوانب التي لا يؤدي الاعتراف بها إلى تشويه كامل لصورة المؤسسة).
- أن العلاقات العامة عملية إدارية تحتاج إلى البحوث والتخطيط والتدريب والتقييم
- ترتبط العلاقات العامة بالرأي العام، وتستخدم كافة وسائل الاتصال المتاحة لتحقيق الاتصال من القيادة إلى الجماهير ومن الجماهير إلى القيادة.

1 - عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص 24.

- مفهوم الإعلان

- تعريف المعلم بطرس البستاني:

أول عربي يعرفه بهذا المعنى المعلم بطرس البستاني المولود في لبنان عام 1819 إذ يقول في دائرة معارفه أن الإعلان في اللغة: الإظهار والنشر¹.

- تعريف دائرة المعارف الفرنسية الكبرى:

تعرف دائرة المعارف الفرنسية الكبرى الإعلان على أنه مجموع الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية بامتياز منتجاتها والإيعاز إليه بطريقة ما بحاجته إليها.

- تعريف سكير حسين:

يعرف سمير حمسن الإعلان بأنه: كافة الجهود الاتصالية والإعلامية غير الشخصية المدفوعة، والتي تقوم بها مؤسسات الأعمال والمنظمات غير الهادفة إلى الربح والأفراد والتي تنشر أو تعرض أو تذاع باستخدام كافة الوسائل الإعلانية وتظهر من خلالها شخصية المعلن وذلك بهدف تعريف جمهور معين بمعلومات معينة وحثه على القيام بسلوك معين².

1 - نفس المرجع السابق، ص 43.

2 - نفس المرجع، ص 44.

المحاضرة الثانية

مفهوم النموذج

تستخدم كلمة "نموذج" في العديد من المجالات، فأحياناً تشير إلى المثالية كما في السلوك للاقتداء به والحدو مثله وأحياناً للإشارة على النوع، مثل نماذج الموديلات في السيارات والهواتف، إلخ. وأحياناً يستخدم للدلالة على تمثيل شيء ما، مثل المجسمات لإعطاء فكرة عن الشكل الأصلي أو صنع نموذج لشيء ما. وهكذا يبدو أن معنى استخدام كلمة "النموذج" ترتبط بالمجال الذي تمثله، ففي المجال العلمي، يمكن أن يكون النموذج رياضياً أو فيزيائياً أو مفاهيمياً ويستخدم لدراسة الظواهر الطبيعية أو الاجتماعية. يسهل فهم العلاقات بين المتغيرات ويساعد في صياغة الفرضيات. وفي الفنون البصرية، النموذج هو شخص أو كائن أو منظر طبيعي يستخدم كمرجع لإنشاء عمل فني مثل اللوحة أو النحت. يمكن للنموذج أن يظهر بشكل مباشر أو يتم تمثيله بالصور. وفي الصناعة، يشير النموذج إلى منتج معين ذو ميزات ووظائف مميزة، ويتم تسويقه عادةً تحت علامة تجارية وخط. وبالتالي، فإن:

النموذج هو مصطلح عام يشير إلى تمثيل مبسط لنظام أو كائن أو واقع معقد. فهو يجعل من الممكن فهم وتحليل والتنبؤ بسلوك وأداء ما يمثله¹.

وفي علوم الإعلام والاتصال نستخدم النموذج/النماذج لتحليل وفهم وتفسير وإبراز مختلف مظاهر تنقل الرسائل والرموز في المجتمع بين المرسل والمستقبل وهذا بهدف تسهيل استيعاب وتحسين فهم طبيعة الظاهرة الاتصالية ومكوناتها وتأثيراتها. فالنظرية أو النموذج هي محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثاً أو نظاماً معيناً في شكل رمزي.²

1- Dictionnaire lalanguefrancaise.com On the link:

<https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/model#0>

Nov 19th, 2024

2 - عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص 89.

وظائف النماذج

- 1- **الوظيفة التنظيمية:** نظراً لتعقد الظاهرة الاتصالية في المجتمع وصعوبة عزلها، يأتي النموذج ليوفر الإطار الذي يسمح للباحث من عزل الظاهرة عن شتى المتغيرات ووصف دورها في العملية وتحديد عناصرها.
- 2- **التنبؤ:** تصور النتائج التي يمكن أن تترتب على استخدام المعلومات التي يفترض أن تؤدي إلى مواقف جديدة.
- 3- **تطوير البحوث العلمية:** النماذج تجعل نظريات الاتصال أبسط وأسهل في الفهم وتساعد الباحث على تحديد المتغيرات التي يرغب في دراستها مما يساهم في تطوير البحوث العلمية للاتصال.
- 4- **التحكم:** يسعى الإنسان من خلال المعرفة للسيطرة على الظواهر التي تهمة أو الوصول إلى هدف معين.¹

بعض أنواع النماذج

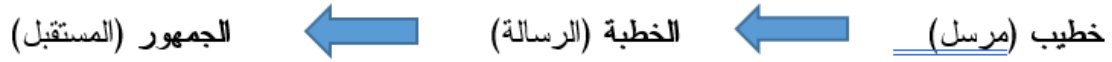
هناك العديد من النماذج الاتصالية لا يسع المجال هنا لذكرها كلها بالتفصيل، لذلك سنقتصر على ذكر بعض أهمها ويبقى الباقي للطالب للبحث فيها.

1- النموذج الخطي أرسطو Aristotle's Model:

في الأصل منذ أكثر من 2300 عام. لاحظ أرسطو أن المتلقي يحمل مفاتيح التواصل الفعال، لذلك سوف نقدم هذا الشرح للنموذج الخطي لأرسطو، حيث في كتابه "فن الخطابة" (Rhetoric)، قدم نموذجاً أولاً يمكن اعتباره نموذجاً خطياً للاتصال، على الرغم من أن هذا المصطلح لم يكن مستخدماً في وقته. ويعتبر هذا النموذج من أقدم النماذج في تاريخ نظريات الاتصال والخطابة. وهو يتكون من ثلاثة عناصر رئيسية:

1 - المرجع السابق، ص 90-91 (بتصرف)

- **الخطيب (Ethos):** الشخص الذي يلقي الخطبة، وتعتمد فعاليته على مصداقيته وسلطته وخبرته. أرسطو اعتبر أن مصداقية الخطيب أمر حاسم في تأثير الخطبة على الجمهور.
- **الخطبة (Logos):** المحتوى أو الرسالة التي يتم تقديمها. وفقاً لأرسطو، يجب أن تكون الحجة منطقية ومبنية على أدلة وبراهين قوية.
- **الجمهور (Pathos):** الجمهور الذي يتلقى الخطبة. يجب أن يكون الخطيب قادراً على إثارة عواطف الجمهور وتوجيهها لدعم وجهة نظره.



شكل رقم (1) يمثل النموذج الخطي للاتصال

هذا النموذج في الحقيقة مقتبس من ما يُعرف بنموذج الخطي في تحليل الخطاب والذي يُعد أساساً لفهم كيفية التأثير والإقناع، لذا سنستعرض النموذج الخطي لأرسطو، مبينين عناصره الأساسية وأهميته في مجالات عدة.

مفهوم النموذج الخطي لأرسطو

النموذج الخطي لأرسطو هو عبارة عن إطار عمل لفهم كيفية بناء الحجج واستراتيجيات الإقناع. يركز هذا النموذج على كيفية تنظيم الأفكار والمعلومات بشكل منطقي، مما يساعد على تقديم الخطابات بفعالية أكبر. يعتمد هذا النموذج على مجموعة من العناصر الأساسية وهي: *المخاطر*، *الموضوع*، *البرهان*، و *النتيجة*.

1. المخاطر أو الخطيب (Ethos)

يشير "المخاطر" إلى مصداقية المتحدث أو الكاتب. ويعني ذلك أن الشخص الذي يقدم الحجة يجب أن يكون موثقاً ومعتزلاً به في مجاله. تعتبر مصداقية المتحدث عاملاً أساسياً في التأثير على الجمهور. فعندما يشعر الجمهور بثقة في المتحدث، فإنهم سيكونون أكثر استعداداً للاستماع إلى أفكاره وقبوله.

2. الموضوع (Pathos)

يمثل "الموضوع" الجانب العاطفي في الخطاب. يتعين على المتحدث أن يستخدم التعبيرات والعواطف التي تجذب انتباه الجمهور. فاستغلال المشاعر مثل الخوف، السعادة، أو الحزن يمكن أن يخلق تفاعلاً أقوى مع الجمهور ويساهم في إقناعهم. بمعنى آخر، كلما كان الحديث مشحوناً بالعواطف، زادت فرص نجاحه في التأثير.

3. البرهان (Logos)

يعتبر "البرهان" أحد أهم المكونات في النموذج الخطي. يرتبط بالمنطق والأدلة التي تدعم الحجة المقدمة. يجب على المتحدث توفير معلومات دقيقة وموثوقة، مثل البيانات، الأبحاث، والشهادات، ليكون لديه القدرة على إثبات صحة رأيه. فكلما كانت الأدلة قوية وموضوعية، زادت فرص نجاح الحجة في الإقناع.

4. النتيجة (Conclusion)

تكون النتيجة بمثابة تلخيص للحجة المطروحة. يجب أن تأتي بعد تقديم الأدلة والشهادات، وتعكس الاستنتاجات المستخلصة من المعلومات المقدمة. النتيجة تؤكد على النقطة الأساسية التي يسعى المتحدث أو الكاتب لتقديمها، وتجعل الجمهور يفكر فيها بعد انتهاء الخطاب.¹

تطبيقات النموذج الخطي

¹ - يمكن مراجعة الكتاب أدناه لفهم فن الخطابة:

E. M. COPEM: AN INTRODUCTION TO ARISTOTLE'S Rhetoric, THE UNIVERSITY PRESS, Cambridge, 1867.

يستخدم هذا النموذج في مختلف المجالات، من السياسة إلى التسويق والتعليم. وسنستعرض بعض التطبيقات البارزة له:

1. الخطابات السياسية

في عالم السياسة، يعتمد السياسيون على النموذج الخطي لجذب الناخبين. فمثلاً، عندما يتحدث سياسي عن قضية معينة، فإنه يحتاج إلى بناء مصداقيته (المخاطر)، واستخدام المشاعر (الموضوع) للإقناع، وتقديم الأدلة (البرهان) لدعم آرائه. وأخيراً، يقدم نتيجة توضح مخرجات رؤيته.

2. الحملات التسويقية

في مجالات التسويق، يعتبر النموذج الخطي ضرورياً لإنشاء حملات ناجحة. على المسوقين استخدام المخاطر لبناء علامة تجارية موثوقة، واستخدام الموضوع لجذب الجمهور، ثم تقديم برهان ملموس حول فائدة المنتج، وأخيراً توضيح النتيجة المرجوة من استخدام المنتج.

3. التعليم

في المجال التعليمي، يُستخدم النموذج الخطي لتوجيه الطلبة في كيفية كتابة الأبحاث والمقالات. يُساعد الطلاب على فهم أهمية تقديم مصداقية، استخدام المشاعر المناسبة عند تقديم أفكارهم، وتزويد برهان قوي يدعم حججهم.

نقد النموذج والتحديات

على الرغم من فعالية النموذج الخطي، إلا أن له بعض النقد والتحديات. فبعض النقاد يرون أن التركيز الزائد على المنطق قد يؤدي إلى تجاهل العواطف الإنسانية، بينما يرى آخرون أن الاعتماد الكبير على المشاعر قد يضعف من مصداقية الحجة. لذا يجب على المتحدثين والكتاب أن يسعى لتحقيق توازن بين هذه العناصر الأربعة.

خلاصة

يمثل النموذج الخطي لأرسطو أداة قوية للتواصل الفعال والإقناع، إذ يعتمد على مخاطر موضوع، برهان، ونتيجة كعناصر رئيسية لبناء حجة متينة. وبفضل تطبيقاته المتنوعة في مختلف المجالات، يستمر النموذج الخطي في كون أداة تعليمية مهمة ومؤثرة. إذا كان بإمكان الأفراد فهم وتطبيق هذا النموذج، فإنهم سيصبحون أكثر قدرة على التأثير في الآخرين وتقديم أفكارهم بطريقة فعالة ومنطقية.

على الرغم من التحديات التي يمكن أن تواجه هذا النموذج، إلا أن قيمته في تعزيز التواصل والإقناع تبقى واضحة، مما يجعله جزءاً لا يتجزأ من فن الخطابة والتحليل النقدي.

2- نموذج برلو Berlo's model:

أسس ديفيد بيرلو نظريته في الاتصال عام 1960، وهي تحمل أيضاً اسم "نموذج SMRC" وهو اختصار لعناصرها الأربعة: المصدر والرسالة والقناة والمستقبل.

- المصدر:

مهما كانت الاتصالات في مصدرها، سواء كان مصدر الاتصال شخص أو مجموعة أشخاص أو منظمة، فإن الرسالة سوف تتأثر بعملية الترميز أو التشفير ويقدم بيرلو مثالا عن شخصين أحدهما يريد دعوة الثاني إلى موعد ما في يوم ما، فإن الذي يحدث هنا، أن رسالة الشخص الأول سوف تُنتج عن عملية كيميائية وعصبية في جسم الانسان لكي يبني في ذهنه رسالة مقنعة يوجهها إلى الطرف الثاني في شكل جملة من الكلام تنتقل عبر الهواء في شكل موجات صوتية، أي شيفرة ليتمكن الطرف الثاني من استقبالها عبر آلية السمع تعمل كجهاز لفك هذه الشيفرة عبر نبضات عصبية ترسل إلى الدماغ لكي يستجيب الطرف الثاني ويرد على الدعوة بنفس الطريقة التي أنتجت بها الرسالة من قبل

المصدر.¹ ويطرح صاحب النموذج أن مصدر الاتصال يتأثر بعدة عوامل، لخصها بيرلو في أربعة عناصر هي:

1- مهارات الاتصال أو التواصل Communication skills

2- المواقف والاتجاهات تجاه الجمهور Attitudes

3- مستوى المعرفة Knowledge level

4- الموقف داخل النظام الاجتماعي والثقافي ²Position within a social - cultural system

هذه العناصر يسميها بيرلو بالتشفير على مستوى المصدر.

- الرسالة

يجب أن تكون الرسالة مشفرة دون تغيير جوهر المحتوى، فالمحتوى هو ما يتم نقله بشكل مقصود أو غير مقصود. تتضمن عناصر الاتصال، على سبيل المثال، الكلام، لغة الجسد، والمستندات التي تشكل جزءاً من العرض. يمكن أن تكون معالجة الاتصال جادة أو خفيفة، رسمية أو غير رسمية، ويجب أن تتماشى مع الطريقة التي يرغب المصدر أن يفسر بها المتلقي الرسالة. ينبغي تنظيم الرسائل بطريقة تضمن نقل تعدد طبقات الرسالة بشكل منطقي وتراكمي، مع تشفيرها بلغة يفهمها المتلقي.

- القناة

ترتبط القنوات بحواس الإنسان الخمس وتذكرنا أن الرسالة ليست مجرد الكلمات التي نسمعها. يركز التواصل في بيئة P3 على العناصر المرئية والسمعية (البريد الإلكتروني والعروض التقديمية والنشرات الإخبارية والبودكاست ومقاطع الفيديو والمحاضرات) ونادراً ما يشمل الشم والذوق واللمس.

- المتلقي

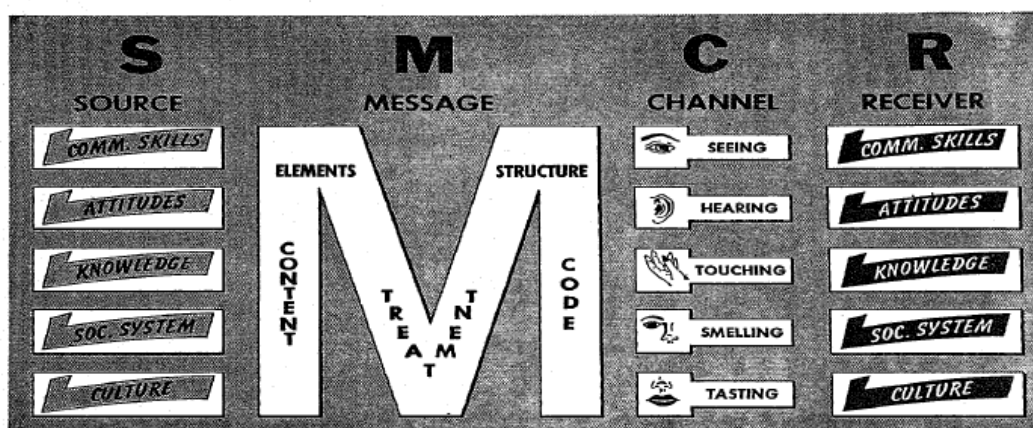
1 - Berlo, D.: **The process of communication: an introduction to theory and practice**, Holt, Reinhart and Winston, New York. 1960, p. 33.

2 - Ibid. p 41.

المتلقي هو الفرد أو المجموعة أو المنظمة التي تستهدفها الرسالة. يقوم بفك تشفير الرسالة بينما يخضع لنفس العوامل التي أثرت على التشفير.

المتلقي هو الطرف الثاني في عملية الاتصال وقد يكون شخصا أو مجموعة من الناس أو مؤسسة تستهدفها الرسالة. وقد يكون المصدر والمستقبل هو نفس الشخص (في حال الاتصال الداخلي) المتلقي هو المكون الرئيسي الثاني في نموذج بيرلو

المصدر - المُشفر والمتلقي متشابهان تماما،¹ فالمتلقي يمتلك جهاز فك التشفير، يقوم بتفسير أو فك تشفير الرسالة مع تأثره بنفس العوامل التي أثرت في عملية التشفير.



A model of the ingredients in communication.

شكل رقم (2) يمثل نموذج بيرلو²

حسب النموذج، وما يطرحه بيرلو أن من يكون مصدرا في لحظة ما يكون متلقيا والرسائل التي ينتجها تتحدد بالرسائل التي يتلقاها والقوى التي تفرض عليه قبل لحظة التشفير. وبنطبق المر نفسه على المتلقي. ويمكن النظر إليه أيضا كمصدر وخلال موقف اتصال معين، غالبا ما يتصرف كمصدر وك مستقبل في الوقت نفسه. ومن المؤكد أنه سوف يتصرف كمصدر في المستقبل وسوف تتأثر هذه السلوكيات إلى حد ما بالرسائل التي ترسل إليه كمستقبل.³

1 - I bid. P 31.

2 - I bid. p. 72.

3 - I bid. p. 31.

انتقادات لنموذج بيرلو

تم استخدام نموذج ديفيد بيرلو للاتصال (المصدر والرسالة والقناة والمستقبل)، والذي تم تطويره في ستينيات القرن العشرين، على نطاق واسع وتم تقديره لبساطته وفهمه الأساسي لعملية الاتصال. ومع ذلك، فقد واجه أيضاً العديد من الانتقادات يمكن عرضها في النقاط الآتية:

- **الافتقار إلى التغذية الراجعة:** لا يأخذ النموذج في الاعتبار التغذية الراجعة، وهي عنصر أساسي في الاتصال الفعال.

التبسيط المفرط: يزعم المنتقدون أن النموذج يبسط تعقيدات الاتصال في العالم الحقيقي من خلال تجاهل عوامل مثل الضوضاء والسياق.

الطبيعة الخطية: النموذج خطي، مما يشير إلى عملية أحادية الاتجاه من المرسل إلى المستقبل، وهو ما لا يعكس الطبيعة التفاعلية لمعظم الاتصالات.

العوامل الثقافية والسياقية: لا يأخذ في الاعتبار تأثير العوامل الثقافية والسياقية على الاتصال.

دور المستقبل السلبي: يفترض النموذج دوراً سلبياً للمستقبل، ولا يأخذ في الاعتبار مشاركته النشطة في تفسير الرسالة والاستجابة لها.

النقد التكنولوجي: لا يتناول النموذج تأثير التكنولوجيا الحديثة على عمليات الاتصال.¹

سؤال للمناقشة:

حدد مثالا لمؤسسة من مجال اهتمامك وحاول وصف سلوكيات المؤسسة من وجهة نظر هذا النموذج؟

1- مقتبس من الموقع:

Berlo's SMCR Model of Communication: Advantages and Disadvantages, on the site <https://studymasscom.com/communication/berlos-smcr-model-advantages-and-disadvantages/?form=MG0AV3> accessed Dec. 03rd, at 08h: 06.

3- نموذج هارولد لاسويل 1948 harold lasswell's model :

يعد نموذج هارولد لاسويل للاتصال، الذي قدمه في مقالته عام 1948 "بنية ووظيفة الاتصال في المجتمع"، إطاراً أساسياً في دراسات الاتصال.

يعد نموذج هارولد لاسويل للاتصال، الذي تم تقديمه في عام 1948 في مقالته الشهيرة "بنية ووظيفة الاتصال في المجتمع" حيث يقدم إطاراً أساسياً لتحليل عملية الاتصال وغالباً ما يشار إليه باسم "صيغة لاسويل" ويتم التعبير عنه على النحو التالي:

"من يقول ماذا ولمن وفي أي قناة وبأي تأثير؟"

Who

Says What

In Which Channel

To Whom

With what effect?

دعونا نوضح ذلك:

من Who: المرسل أو مرسل الرسالة.

ماذا يقول Says What: المحتوى أو الرسالة التي يتم توصيلها.

لمن To Whom: الجمهور أو المتلقي للرسالة.

في أي قناة In Which Channel: الوسيلة أو القناة التي يتم من خلالها إرسال الرسالة (على سبيل المثال، التلفزيون أو الراديو أو المطبوعات أو الإنترنت).

بأي تأثير? With what effect : نتيجة أو تأثير الرسالة على المتلقي.

الميزات والانتقادات الرئيسية

الميزات الرئيسية:

- البساطة: النموذج سهل الفهم ويوفر نهجاً مباشراً لتحليل الاتصال.
- التركيز على التأثيرات: يؤكد نموذج لاسويل على أهمية تأثير الاتصال، وهو أمر بالغ الأهمية في فهم تأثيره.
- النهج المرتكز على المرسل: يسلط الضوء على دور المرسل في عملية الاتصال.
- محتوى الرسالة: يركز على محتوى الرسالة وأهميتها.
- الوسيلة أو القناة: يأخذ في الاعتبار الوسيلة التي يتم من خلالها نقل الرسالة.
- اعتبارات المستقبل: يأخذ في الاعتبار الجمهور أو مستقبل الرسالة.
- الأهمية التاريخية: كان نموذج لاسويل مؤثراً في تطوير دراسات الاتصال.¹

الانتقادات:

- الطبيعة الخطية: مثل نموذج بيرلو، فإن نموذج لاسويل خطي، مما يشير إلى تدفق أحادي الاتجاه للاتصال.
- عدم وجود ردود فعل: لا يأخذ النموذج في الاعتبار ردود الفعل من المتلقي إلى المرسل.
- تجاهل السياق: فهو يتجاهل السياق الذي يحدث فيه الاتصال، بما في ذلك العوامل الثقافية والاجتماعية والظرفية.
- التبسيط المفرط: يزعم المنتقدون أن النموذج مبسط للغاية بحيث لا يلتقط تعقيدات عمليات الاتصال في العالم الحقيقي.

1 - مقتبس من الموقع أدناه:

Communication Theory. On the site:

<https://www.communicationtheory.org/laswells-model/?form=MG0AV3>

accessed, 12 3rd. 2024 at 08h 36.

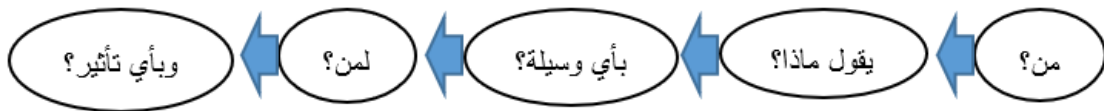
- إهمال الضوضاء: لا يأخذ في الاعتبار تأثير الضوضاء والعوامل الخارجية الأخرى على الاتصال.

- مراعاة الجمهور الثابت: يفترض دوراً سلبياً للمستقبل، ولا يأخذ في الاعتبار مشاركته النشطة.

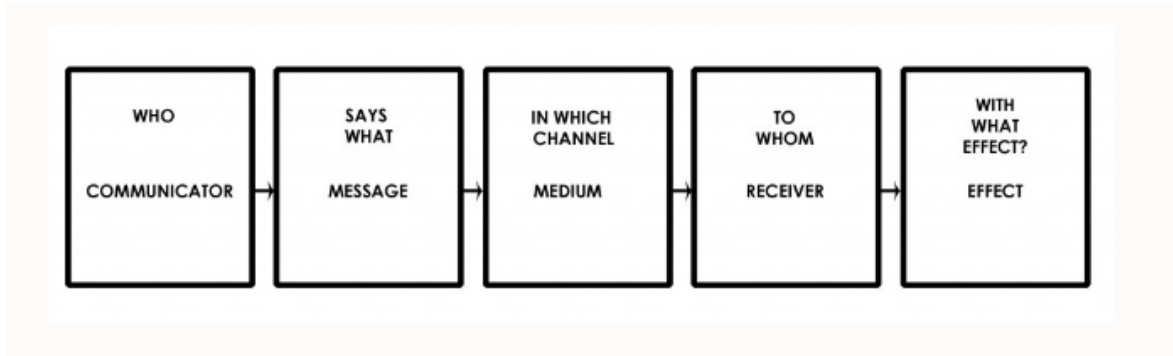
- الافتقار إلى السياق الثقافي: يتجاهل تأثير العوامل الثقافية والسياقية على الاتصال.

- التقدم التكنولوجي: لا يتناول تأثير التكنولوجيا الحديثة على عمليات الاتصال.¹

على الرغم من قيوده، يظل نموذج لاسويل أداة أساسية في دراسات الاتصال، حيث يساعد في تأطير وتحليل مكونات الاتصال، ويتمثل النموذج في المخطط أدناه:



شكل رقم (3) يمثل نموذج لاسويل



شكل رقم (4) يمثل صورة لنموذج لاسويل²

4- نموذج شانون وويفر 1948 Shannon-Weaver model:

1 - نفس المرجع السابق.

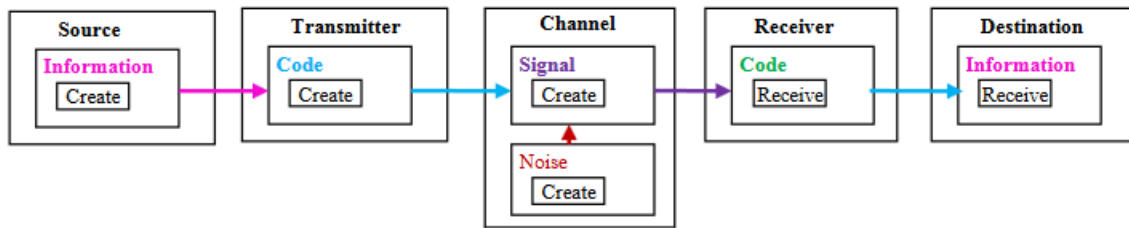
2 - نفس المرجع.

من بين جميع المساهمات الفردية في الاهتمام الواسع النطاق بالنماذج اليوم، فإن شانون هو الأكثر أهمية. بالنسبة للجانب الفني لبحوث الاتصال، كانت صياغات شانون الرياضية بمثابة الحافز لكثير من الجهود اللاحقة في هذا المجال.

لن نناقش هنا الجوانب الرياضية لعمل شانون. ولنلاحظ فقط أنه عمل في مختبر بيل للهاتف وأن نظرياته ونماذجه تنطبق في المقام الأول على مجال الاتصالات الخاص به، والتي تتطوي على أسئلة مثل: أي نوع من قنوات الاتصال يمكنها نقل أقصى قدر من الإشارات؟ ما مقدار الإشارة المرسلّة التي ستدمرها الضوضاء أثناء انتقالها من المرسل إلى المستقبل؟

هذه أسئلة يتم التعامل معها في الغالب ضمن مجال نظرية المعلومات. ومع ذلك، فإن النموذج الرسومي، الذي وضعه شانون وزميله وارن ويفر (1949)، تم استخدامه بشكل قياسي من قبل علماء السلوك واللغة. تختلف المشكلات التكنولوجية بالطبع عن المشكلات البشرية، ولكن من السهل العثور على آثار نموذج شانون ويفر في عدد من النماذج اللاحقة للاتصال البشري.¹

يوصف الاتصال هنا بأنه عملية خطية أحادية الاتجاه. ويحدد النموذج خمس وظائف يجب القيام بها ويشير إلى عامل خلل وظيفي واحد، الضوضاء. يمكن تقديمه بيانياً كما هو موضح في الشكل الآتي:



شكل رقم (5) يمثل النموذج الرياضي لشانون وويفر²

1 - DENIS Mc OUAIL, SVEN WINDAHL: **Communication Models for the Study of Mass Communication**, 2nd. Edition, Routledge, 2013 New York, p 16.

2 - الزهيري طلال ناظم: قراءة مفاهيمية للإعلام الجديد وفقا لنموذج شانون وويفر للاتصال، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، العدد 1، المجلد 6، جوان 2023/07/17، ص 40. متوفرة على الرابط:

أولاً في العملية هو مصدر المعلومات، الذي ينتج رسالة أو سلسلة من الرسائل المراد توصيلها. في الخطوة التالية، يتم تشكيل الرسالة في إشارات بواسطة جهاز إرسال. يجب تكييف الإشارات مع القناة المؤدية إلى المستقبل. وظيفة المستقبل هي عكس وظيفة جهاز الإرسال. يعيد المستقبل بناء الرسالة من الإشارة. ثم تصل الرسالة المستلمة إلى الوجهة. إن الإشارة معرضة للخطر بقدر ما قد تتعرض للتشويش بسبب الضوضاء والتداخل الذي قد يحدث، على سبيل المثال، عندما يكون هناك العديد من الإشارات في نفس القناة في نفس الوقت. وقد يؤدي هذا إلى اختلاف بين الإشارة المرسل والمستقبل، مما قد يعني بدوره أن الرسالة التي ينتجها المصدر والرسالة التي يعيد المستقبل بناءها والتي وصلت إلى الوجهة ليس لها نفس المعنى. إن عدم قدرة القائمين على الاتصال على إدراك أن الرسالة المرسل والمستلمة ليست متطابقة دائماً، هو سبب شائع لفشل الاتصال.¹

تطوير دي فيور DeFieur's development

طور دي فيور (1970) نموذج شانون وويفر بشكل أكبر في مناقشة حول المراسلات بين معنى الرسالة المنتجة والمستلمة. يلاحظ أنه في عملية الاتصال، يتحول "المعنى" إلى "رسالة" ويصف كيف يحول المرسل "الرسالة" إلى "معلومات"، والتي تمر بعد ذلك عبر قناة (على سبيل المثال وسيط جماهيري). يقوم المستقبل بفك تشفير "المعلومة" على أنها "رسالة"، والتي بدورها تتحول في الوجهة إلى "معنى". إذا كان هناك تطابق بين "المعنيين" فإن النتيجة هي الاتصال. ولكن كما يقول دي فيور، فإن هذا التطابق نادراً ما يكون مثالياً.

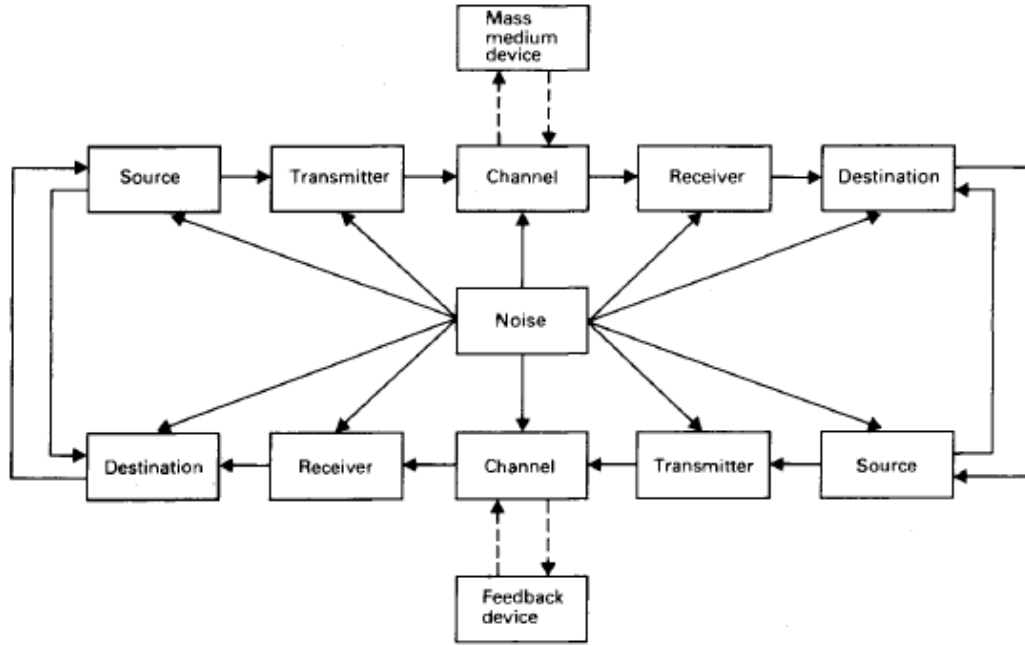


Fig. 2.2.2 DeFleur's development of the Shannon and Weaver model, allowing for feedback (DeFleur 1970).

شكل رقم (6) يمثل النموذج الرياضي لشانون وويفر¹

في هذا الشكل، يضيف دي فيور مجموعة أخرى من المكونات إلى نموذج شانون وويفر الأصلي لإظهار كيف يحصل المصدر على ردود أفعاله، مما يمنح المصدر إمكانية تكييف طريقته في التواصل مع الوجهة بشكل أكثر فعالية. وهذا يزيد من إمكانية تحقيق التطابق بين المعاني (التمائل). وبالتالي يتم استكمال نموذج شانون وويفر بطريقة مهمة. وقد تعرض نموذجهما لانتقادات بسبب خطيته وافتقاره إلى ردود الفعل. وقد تم أخذ هذه الميزات في الاعتبار في نسخة دي فيور، على الرغم من أنه قد يلاحظ أنه في حالة الاتصال الجماهيري، لا يحصل المصدر (المتصلون) إلا على ردود فعل محدودة أو غير مباشرة من الجمهور.²

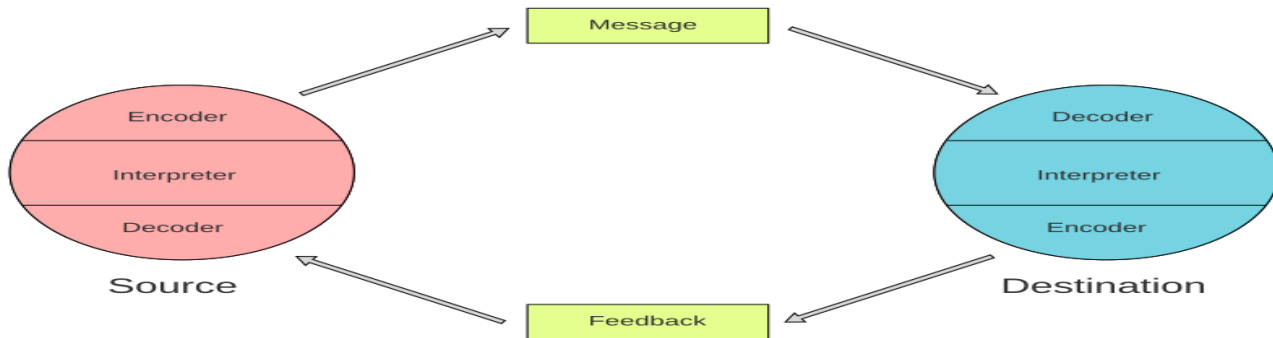
5- نموذج أوزغود وولبر شرام 1954 The Osgood and Schramm circular model

النموذج التالي، قدمه ويلبر شرام (1954) ولكنه في الأصل لصاحبه سي إي أوسجود C.E. Osgood. إذا كان من الممكن وصف نموذج شانون بأنه خطي، فيمكننا القول أن نموذج أوسجود

1 - Ibid. p 18

2 - Ibid. p 18

وشرام OsgoodSchramm model دائري للغاية. ويكمن فرق آخر في أنه بينما يوجه اهتمام شانون في المقام الأول إلى القنوات التي تتوسط بين المرسلين والمستقبلين، يكرس شرام وأوسجود مناقشتها لسلوك الجهات الفاعلة الرئيسية في عملية الاتصال. ورغم ذلك، هناك أوجه تشابه مهمة بين النهجين.



شكل رقم (7) يمثل نموذج ولبر شرام¹

يميز شانون وويفر بين المصدر والمرسل وبين المستقبل والوجهة. بعبارة أخرى، يتم تنفيذ وظيفتين في نهاية الإرسال للعملية واثنين في نهاية الاستقبال. في حالة شرام وأوسجود، يتم تنفيذ نفس الوظائف تقريباً، حتى لو لم يتحدثا عن المرسلين والمستقبلين.

يصفون الأطراف الفاعلة على أنها متساوية، تؤدي وظائف متطابقة، وهي التشفير وفك التشفير والتفسير. وبشكل تقريبي، تشبه وظيفة الترميز وظيفة الإرسال، بينما تشبه وظيفة فك التشفير وظيفة الاستقبال. ويتم تحقيق وظيفة التفسير التي وضعها شرام وأوسجود في نموذج شانون وويفر من خلال المصدر والوجهة.²

ملاحظة هامة

هناك كوكبة من النماذج الاتصالية يمكن ذكر بعضها باختصار:

1- https://en.wikipedia.org/wiki/Schramm%27s_model_of_communication Nov 19, 2024.

2 - DENIS Mc OUAIL, SVEN WINDAHL, Op. Cit. pp 19-20

نموذج ابن خلدون، نماذج ولبر شرام، نموذج روس، نموذج باركر وويزمان، نموذج بولدنج، نموذج
بارنلند، نموذج سامويل بويس، نموذج ديفيد برلو، نموذج وستلي وماكلين، نموذج هوب Hub's
Model أيضا Dance's Helical Model (1967) إلخ.

المحور الثاني: مفهوم النظرية الاتصالية... جوهر النشاط الاتصالي

المحاضرة الثالثة

- مفهوم النظرية

تعتبر النظرية بمثابة محاولة لتركيب ودمج البيانات التجريبية لتحقيق أقصى قدر من التوضيح والتوحيد. ووفقاً لرودر Rudner، الذي استشهد به فولارين Folarin (1998)، "النظرية هي مجموعة من البيانات ذات الصلة المنهجية، بما في ذلك بعض القوانين مثل التعميمات التي يمكن اختبارها تجريبياً ونوع الصلة المنهجية هو الصلة الاستنتاجية".

قدم باورز وكورترايت Bowers & Courtright (1984) تعريفاً تقليدياً للنظريات عندما قالوا إن "النظريات هي مجموعة من البيانات التي تؤكد العلاقات بين فئات من المتغيرات".

وعلى نحو مماثل، يقول ماكويل McQuail (1987) إن "النظريات هي مجموعة من الأفكار ذات المكانة والأصل المتنوعين، والتي قد تفسر أو تفسر بعض الظواهر".

مساهماً في التعريفات العديدة للنظريات، يصف جون John (1989) النظريات بأنها "أي تمثيل أو تفسير مفاهيمي لظاهرة ما".

يصف شرام Schramm (1963) النظرية بأنها "كاشف سرطان البحر، مما يمكننا من فصل البيانات العلمية عن البيانات غير العلمية".

يعرف سيفيرين وتانكارد Severin & Tankard (1982) النظرية بأنها "مجموعة من التعميمات المنهجية القائمة على "الملاحظة العلمية وتؤدي إلى مزيد من الملاحظة التجريبية".

يصف بابي Babbie (1989) النظرية بأنها "مجموعة معقدة وأكثر شمولاً من البيانات التي تتعلق بجوانب مختلفة من بعض الظواهر".

النظرية هي مجموعة من الافتراضات أو المقترحات أو الحقائق المقبولة التي تحاول تقديم تفسير معقول أو عقلائي للعلاقات السببية بين مجموعة من الظواهر الملاحظة.

النظرية هي إذن مجموعة من الافتراضات أو المقترحات أو الحقائق المقبولة التي تحاول تقديم تفسير معقول أو عقلاني للعلاقات السببية (السببية) بين مجموعة من الظواهر الملاحظة. بالمعنى الواسع، يرى بروجر Brugge النظرية على أنها "مجموعة متماسكة من الأفكار والمفاهيم حول كيفية تفسير أو فهم العالم أو أجزاء منه". إن أبسط طريقة لتعريف النظريات هي القول إنها محاولات لفهم الأشياء. تقدم النظرية وصفاً لما هو شيء ما وكيف يعمل، وما ينتج أو يتسبب في حدوثه وما يمكن أن يغير كيفية عمله. بعبارة أخرى، النظريات هي بناءات بشرية؛ طرق رمزية تمثل بها الظواهر. إن حقيقة أن النظريات هي بناءات بشرية تعني أنها ليست أوصافاً موضوعية للواقع وليست بالضرورة صحيحة. وبالتالي، يمكن وصف النظرية بأنها نظام من التجريدات أو الأفكار المترابطة التي تكثف وتنظم المعرفة حول العالم. يمكن أيضاً اعتبارها أي تصور رسمي إلى حد ما للعلاقة بين المتغيرات؛ إنه أي مبدأ تفسيري معمم.¹

في البحث العلمي، تُعرف النظرية بأنها إطار فكري شامل يشرح ظاهرة أو مجموعة من الظواهر المرتبطة بناءً على الأدلة المتاحة. تمثل النظرية أعلى مستوى من التفسير والفهم في العلوم. وتعتبر النظرية أكثر استدامة وشمولية من الفرضيات والنتائج المؤقتة.

تتألف النظرية من مجموعة من المفاهيم والمبادئ والقوانين التي تعمل معاً لشرح وتوضيح الظاهرة المراد دراستها. تستند النظرية عادة إلى الأدلة المجموعة من خلال البحث العلمي والتجارب والملاحظات المتكررة.

يجب أن تكون النظرية قابلة للتحقق والاختبار من خلال تجارب وأدلة إضافية. إذا كانت النظرية قادرة على تفسير مجموعة واسعة من الظواهر بشكل متسق ومنطقي، وإذا تم التحقق من توقعاتها من خلال الأدلة، فإنها تكون قوية ومقبولة في المجتمع العلمي. (تيسير، 2023)

بناءً على التعريفات المذكورة أعلاه، يمكننا أن نستنتج أن النظرية عبارة عن بيان يشرح الأحداث في المجتمع. يمكن اعتبارها عبارة مستنتجة تستند إلى الأحداث في المجتمع. وبالتالي، يتم طرح نظرية بناءً على الأحداث في المجتمع. يمكن للأفراد طرح نظرية بناءً على الخبرة التي

1 - Ezekiel S. Asemah, Angela N. Nwammuo, Adeline O. A. Nkwam-Uwaoma : **Theories and Models of communication**, 2nd edit. University of Jos Press, Jos, Plateau State, 2022, p 6

اكتسبوا من المجتمع. ومع ذلك، فإن هذه التفسيرات مؤقتة؛ يمكن أن تتغير مع مرور الوقت لأن المجتمع الذي نجد أنفسنا فيه يتغير مع مرور الوقت. المجتمع ديناميكي وبالتالي، مع تغيره، تتغير النظريات معه. يتغير المجتمع نتيجة للمواقف الاجتماعية. وهذا يفسر سبب تعريف أوسوالا (2005) للنظرية بأنها "محاولة لاختيار وتجميع المعلومات التي تم اختبارها علمياً (بيانات تجريبية) بحيث يمكنها توضيح وتوحيد جميع الأحداث في المجتمع". وبالتالي، عندما يتم إثبات صحة الفرضية، فإنها تصبح نظرية. الفرضية عبارة عن بيان تخميني أو بيان تصريح حول العلاقة بين المتغيرات. وبالتالي، فإن المشاكل تولد فرضية؛ والفرضية تولد نظرية، في حين أن النظرية تولد قانوناً. كل فرد لديه عدد من النظريات الشخصية القائمة على افتراضات وافتراضات بدرجات متفاوتة من الكفاية والحقيقة والتي يستخلص منها استنتاجاته.¹

ملاحظة هامة:

النظرية في العلوم ليست نهائية أو ثابتة بل قابلة للتعديل والتطوير. قد يتم تعديل النظرية بناءً على الأدلة الجديدة أو الاكتشافات العلمية الأخرى.

أهمية النظريات في البحث العلمي

يبدو بديهياً طرح السؤال: لماذا ندرس النظريات؟ فالنظريات تلعب دوراً حاسماً في البحث العلمي وتطور المعرفة العلمية. إليك بعض الأهمية التي تحملها النظريات في البحث العلمي:

- **التوجيه والتفسير:** توفر النظريات الإطار الذي يوجه الباحثين في فهم الظواهر وتفسيرها. تساعد النظريات في تحديد المتغيرات الهامة وعلاقاتها المحتملة والتوجه في تحليل البيانات وتفسير النتائج.
- **توسيع المعرفة:** تساعد النظريات في توسيع نطاق المعرفة والفهم. عندما يقوم الباحثون بتطوير نظرية جديدة أو تعديل نظرية قائمة، يمكن أن يتم توجيههم إلى استكشاف مجالات جديدة أو الكشف عن علاقات مخفية بين الظواهر المعروفة.

1 - Ezekiel S. Asemah, Angela N. Nwammuo, Adeline O. A. Nkwam-Uwaoma, Op. Cit. p. 7

- **التنبؤ والتوقع:** تسمح النظريات بإجراء توقعات مبنية على الأسس النظرية. من خلال فهم العلاقات بين المتغيرات وأنماط السلوك، يمكن للباحثين استخدام النظريات للتنبؤ بالنتائج المحتملة لتجارب جديدة أو الأحداث المستقبلية.
 - **توجيه الأبحاث الإضافية:** توفر النظريات الأساس للأبحاث الإضافية والتوسع في المجال. تساعد النظريات في تحديد الفجوات في المعرفة وتوجيه الباحثين في اختيار المواضيع المستقبلية للدراسة واختبار الفرضيات النظرية.
 - **الاستدلال والتفسير:** تمكن النظريات الباحثين من القيام بالاستدلال وتفسير النتائج. تعمل النظريات كأدوات تحليلية لفهم العلاقات السببية وتفسير النتائج المستخلصة من الدراسات والتجارب.
 - **التكامل والتواصل:** تساعد النظريات في تكامل المعرفة العلمية والتواصل بين الباحثين في نفس المجال. تشكل النظريات القواعد المشتركة وتوفر لغة مشتركة تسهل فهم وتبادل المعلومات والاستفادة من الأبحاث السابقة.¹
 - **قابلية الاختبار:** النظرية القوية هي تلك التي يمكن اختبارها وإمكانية تزويرها من خلال التجارب أو الملاحظات.
 - **إطار البحث:** توفر النظريات أساساً لمزيد من البحث، وتوجيه تصميم التجارب وتفسير النتائج.
- باختصار، النظريات تعد أدوات أساسية للباحثين في فهم الظواهر العلمية وتفسيرها وتوجيه الأبحاث الإضافية وتوسيع المعرفة. تسهم النظريات في تحقيق التقدم العلمي وتطوير المجتمعات وفهمنا للعالم من حولنا.²

1 - تيسير محمد: تعريف النظرية وأهميتها في البحث العلمي. من الرابط:

<https://blog.ajsrp.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%AA%D9%87%D8%A7>

تاريخ الوصول 2023/11/24.

2 - نفس المرجع السابق.

- مفهوم المنظور Perspective

يعبر مفهوم المنظور بشكل جيد عن فكرة المنظومة المعرفية، ولقد عرفه كوهن بقوله: "المنظور هو ما يشترك فيه أعضاء مجموعة من الباحثين وبذلك فهو كل جماعة علمية تتكون من أفراد يتقاسمون نفس المنظور" لذا يتكون المنظور من مجموعة من المسلمات حول العالم من شأنها أن تركز اهتمام الباحث على نوع معين من الظواهر التي يلجأ إلى تفسيرها بواسطة المفاهيم.¹

المنظور هو النظرة أو الرؤية التي يعبر فيها شخص ما عن فهمه وتفسيره للأحداث والأفكار والمفاهيم. يمكن أن يكون المنظور شخصياً، ثقافياً، علمياً، أو فنياً، وكل منها يؤثر على كيفية رؤية الشخص للعالم من حوله. هنا بعض الأوجه المختلفة للمنظور:

المنظور الشخصي: يمثل تجارب وآراء الفرد الشخصية وكيفية تفسيره للأحداث بناءً على تلك التجارب.

المنظور الثقافي: يتأثر بالخلفية الثقافية والاجتماعية للأفراد ويعكس قيمهم ومعتقداتهم الجماعية.

المنظور العلمي: يعتمد على الأدلة والملاحظات ويستخدم لفهم الظواهر الطبيعية بطريقة منهجية.

المنظور الفني: يتعلق بالطريقة التي ينظر بها الفنانون إلى العالم ويعبرون عنها من خلال أعمالهم الفنية ويربطها الفيلسوف رودلف أرنهايم بالإدراك²

يستخدم

- مفهوم الاقتراب (الدنو)

1 - سليم. 2015. مفهوم المنظور والعلاقات الدولية، من الرابط:

<https://guelma.yoo7.com/t5748-topic>

تاريخ الوصول 2023/12/04.

2 - rudolf Arnheim : Visual Thinking, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London, 1969, p 3.

يعتبر الاقتراب من بين المصطلحات القريبة من مصطلح المنهج أو التي تتقاطع جزئياً معه وتعرف المقاربة المنهجية بأنها " استراتيجية عامة أو أسلوب تحليلي يؤخذ كأساس عند دراسة و تحليل الظواهر السياسية أو الإعلامية أو الاجتماعية، وغالباً ما يستخدم في تحديد نقاط التركيز في الدراسة و في كيفية معالجة الموضوعات أو الاقتراب منها و تحديد وحدات التحليل...يؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في اختيارنا للمفاهيم و الأدوات المنهجية المستخدمة في الدراسات السياسية و حتى في النتائج و الاستنتاجات التي يسعى الباحثون في التوصل إليها".¹

وعليه، يُعرّف الاقتراب على أنه استعداد مسبق من الباحث لتبني إطار مفاهيمي معين بغرض التعرف على متغيرين أو أكثر، فهو بمثابة المرشد أو الدليل الذي يوجه الباحث، وهو المدخل الذي يسير وفقاً له لاكتشاف العلاقات القائمة بين متغيرات الظاهرة لبناء نظريات ذات قدرة على التنبؤ، إذ يعتبر الأساس الذي تقوم عليه النظرية.²

في العموم تستخدم كلمة "الاقتراب" كمصطلح يستخدم لوصف النهج أو الطريقة التي يتبعها الفرد أو المجموعة لمعالجة مشكلة أو تحقيق هدف معين، لهذا يمكن أن يشير "الاقتراب" إلى الأساليب والاستراتيجيات المختلفة المستخدمة في مجالات متعددة. ومن هنا يمكن أن نلاحظ بعض الأوجه المختلفة للاستخدام:

- **الاقتراب العلمي:** يتعلق بالطريقة المنهجية والمبنية على الأدلة المستخدمة في البحث العلمي.
- **الاقتراب التعليمي:** يشمل استراتيجيات التدريس المختلفة مثل التعلم المتمحور حول الطالب أو التعلم الموجه من قبل المعلم.
- **الاقتراب النفسي:** يشير إلى النظريات والمنهجيات المختلفة لفهم السلوك البشري، مثل الاقتراب المعرفي أو السلوكي.

1 - بوزيفي وهيبية: خطوات إعداد البحث العلمي، من الرابط:

<http://bouzifiwahiba.over-blog.com/article-112995633.html>

تاريخ الوصول: 2023/12/04.

2 - Nouredine Hathout: منهجية البحث العلمي. من الرابط:

<http://elearning.univ-biskra.dz/moodle2019/course/info.php?id=1906>

تاريخ الوصول 2023/11/29.

- الاقتراب الإداري: يتضمن استراتيجيات الإدارة المختلفة لتحقيق أهداف الشركة أو المنظمة.

- مفهوم البحث العلمي

البحث هو أحد الطرق للعثور على إجابات لأسئلتك، فعندما تقول إنك تقوم بدراسة بحثية لمعرفة إجابات لسؤال ما، فأنت تلمح إلى أن العملية التي يتم تطبيقها:

1. يتم إجراؤها في إطار مجموعة من الفلسفات؛
2. تستخدم إجراءات وطرق وتقنيات تم اختبار صحتها وموثوقيتها؛
3. مصممة لتكون غير متحيزة وموضوعية.

قد ينبع توجهك الفلسفي من أحد النماذج والأساليب العديدة في البحث - الوضعي، والتفسيري، والظاهراتي، والعملي أو التشاركي، والنسوي، والنوعية، والكمية - والتخصص الأكاديمي الذي تدربت فيه. يمكن تطبيق مفهوم "الصلاحية" على أي جانب من جوانب عملية البحث. إن التحيز هو أحد أشكال التحيز التي تستخدمها الباحثة في دراستها. فهو يضمن تطبيق الإجراءات الصحيحة في الدراسة البحثية لإيجاد إجابات على سؤال ما. ويشير مصطلح "الموثوقية" إلى جودة إجراء القياس الذي يوفر إمكانية التكرار والدقة. ويعني مصطلح "غير متحيز وموضوعي" أنك اتخذت كل خطوة بطريقة غير متحيزة واستخلصت كل استنتاج بأفضل ما في وسعك ودون تقديم مصلحتك الشخصية. ويميز المؤلف بين التحيز والذاتية. فالذاتية جزء لا يتجزأ من طريقة تفكيرك "المشروطة" بخلفيتك التعليمية وانضباطك وفلسفتك وخبرتك ومهاراتك. على سبيل المثال، قد ينظر عالم النفس إلى قطعة من المعلومات بشكل مختلف عن الطريقة التي ينظر بها إليها عالم الأنثروبولوجيا أو المؤرخ. ومن ناحية أخرى، فإن التحيز هو محاولة متعمدة لإخفاء شيء ما أو تسليط الضوء عليه. إن الالتزام بالمعايير الثلاثة المذكورة أعلاه يجعل من الممكن تسمية العملية "بحثاً". لذلك، عندما تقول إنك تقوم

بدراسة بحثية لإيجاد إجابة على سؤال ما، فهذا يعني أن الطريقة (الطرق) التي تتبناها تلبي هذه التوقعات.¹

البحث العلمي، عملية منظمة ومنهجية تهدف إلى اكتشاف المعرفة الجديدة أو التحقق من معلومات سابقة، باستخدام أساليب وأدوات علمية. إليك بعض الجوانب الرئيسية للبحث العلمي:

- **المنهجية:** تتضمن الخطوات المتبعة في البحث العلمي، مثل تحديد المشكلة، صياغة الفرضيات، تصميم التجارب، جمع البيانات، تحليل النتائج، واستخلاص الاستنتاجات.

- **الهدف:** الهدف الرئيسي للبحث العلمي هو الحصول على معرفة جديدة، حل مشكلة معينة، أو تطوير نظرية جديدة أو اختبار الفرضيات التي تشكل تحدياً فكرياً للباحث ولكنها قد يكون لها أو لا يكون لها تطبيق عملي في الوقت الحاضر أو في المستقبل. وبالتالي فإن مثل هذا العمل ينطوي غالباً على اختبار الفرضيات التي تحتوي على مفاهيم مجردة ومتخصصة للغاية.²

- **الأدوات:** تشمل الأدوات العلمية التي تستخدم في البحث، مثل التجارب المخبرية، الاستبيانات، المقابلات، وتحليل البيانات.

- **الدقة والمصادقية:** يتطلب البحث العلمي الدقة في جمع وتحليل البيانات، والاعتماد على أساليب موثوقة لضمان مصداقية النتائج.

- **النشر والمراجعة:** يتم نشر نتائج البحث العلمي في مجلات علمية محكمة، ويتم مراجعتها من قبل خبراء في المجال لضمان جودة البحث.

1 - Ranjit Kumar: **Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners**, 3rd edit., SAGE Publications Ltd, 2011, London, p. 25-26.

2 - I bid. p 30.

وعليه، يعرف hillway البحث ، بأنه وسيلة للدراسة يمكن بواسطتها الوصول إلى حل لمشكلة محددة وذلك عن طريق التفصي الشامل والدقيق لجميع الشواهد والأدلة التي يمكن التحقق منها والتي تتصل بهذه المشكلة.¹

كما عرّف أيضاً بأنه:

تفصي أو فحص دقيق لاكتشاف معلومات أو علاقات جديدة ونمو المعرفة الحالية والتحقق منها.²

أهم مميزات البحث العلمي

- البحث العلمي بحث منظم ومضبوط، أي أن البحث العلمي نشاط عقلي منظم ومضبوط ودقيق ومخطط، بحيث يجب أن يعتمد على الأسلوب والمنهجية الملائمة، وعرض مختلف المعلومات والبيانات بشكل منهجي سليم ومنظم.

- البحث العلمي بحث هادف ومعناه وجود أهداف محددة لكل بحث علمي يسعى الباحث لتحقيقها من خلال محاولة حل الإشكالية المطروحة.

- البحث العلمي بحث موضوعي، بحيث يتم البعد عن الذاتية، مع توفر الرغبة والقدرة على فحص الأدلة بنزاهة وتجرد، والبعد عن التميز الشخصي والذاتية في البحث، وتأسيس البيانات على الحقائق وليس على المشاعر والتقدير الشخصي الذاتي، وكلما زادت الموضوعية في فهم البيانات والاستفادة منها كلما زادت قدرتنا على وصف البحوث على أنها علمية.

- البحث العلمي بحث تجديد، لأنه ينطوي دائماً على تجديد وإضافات في المعرفة عن طريق استبدال متواصل ومستمر للمعارف القديمة بمعارف جديدة وحديثة.

1 - ربحي مصطفى عليان: البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، الأردن،

2003، ص 17.

2 - محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، ط 3، مكتبة الوسطية للنشر والتوزيع، صنعاء،

2019، ص 14.

- صلاحية النتائج المتوصل إليها للتنفيذ والتطبيق وقابلية هذه النتائج للتعميم وذلك بالاستفادة من نتائج البحث المتوصل إليها في منظمات أخرى أو تعميمها على الظواهر المماثلة، وكلما كانت نتائج البحث قابلة للتعميم كلما زادت قيمته وفائدته.
- وضوح وعمق الأفكار ودقتها وأن تكون هذه الأفكار في مكانها المناسب ولها وظيفة في البحث.
- حداثة الموضوع ولو نسبي وعدم تكرار أفكار الآخرين، كما يجب أن يمتاز البحث العلمي بارتباطه بواقع معين أو دراسة حالة واقعية تزيد البحث العلمي قيمة وصدقا للنتائج المتوصل إليها.
- المرونة التي معناها تلاؤم البحث مع المشكلات المختلفة، ولا بد أن يتمتع بمرونة نسبية خاصة في العلوم الاقتصادية.
- البحث العلمي نظري وتطبيقي، لأنه يستخدم النظريات لإقامة وصياغة الفرضيات التي هي بيان صريح يخضع للتجربة والاختيار.
- يقوم على أساس إجراء التجارب والاختبارات على الفروض، فالبحث العلمي يؤمن ويقترن بالتجارب.¹

1 - محمود أحمد درويش: خصائص ومميزات البحث العلمي. من الموقع:

<https://www.mraj3.com/article2888>

تاريخ الوصول 2023/12/04.

المحاضرة الرابعة

Theoretical approaches المقاربات النظرية

يشير مفهوم المقاربة إلى الطريقة أو النهج الذي يستخدمه الباحثون أو الممارسون لفهم وتحليل ظاهرة معينة أو لحل مشكلة ما. المقاربات تختلف باختلاف المجالات والتخصصات، وتحدد الأدوات والمناهج التي ستستخدم لجمع البيانات وتحليلها وتفسير النتائج. وهي الطريقة التي يقترب بها من الشيء المراد دراسته، أي بمثابة اتجاه أو ميل الباحث إلى اختيار إطار مفاهيمي معين، والاهتمام بدراسة مجموعة محددة من الفرضيات من أجل الوصول إلى صياغة نظرية معينة، كما أنه يحدد نوعية المفاهيم الاستفسارات والطرق التي يستعملها الباحث في دراسته.¹

لقد حدد العلماء أربع فئات رئيسية لنظرية الاتصال هي:

1- المقاربة ما بعد الوضعية POSTPOSITIVIST THEORY

عندما أراد الباحثون لأول مرة دراسة دور وسائل الإعلام في المجتمع، لجأوا إلى العلوم الفيزيائية الذين يؤمنون بالوضعية المبنية على فكرة أن المعرفة لا يمكن اكتسابها إلا من خلال الظواهر القابلة للملاحظة والقياس والتجربة وهذا من خلال الاعتماد على المنهج العلمي، إلا أنه في الحقيقة أن العالم الاجتماعي يختلف تماما عن العالم المادي.

المقاربة ما بعد الوضعية تستند على الملاحظة التجريبية الموجهة عبر المنهج العلمي، لكنها تقر بأن البشر والسلوك البشري ليس ثابتا مثل عناصر العالم المادي.

أهداف مقاربة ما بعد الوضعية هي نفسها التي وضعها علماء الفيزياء لنظرياتهم: التفسير - التنبؤ - التحكم.

1 - محمد شلبي.. المنهجية في التحليل السياسي المفاهيم، المناهج، الاقتربات والأدوات. الجزائر. 1997،

منظورها الانطولوجي **Its ontological perspective**: هو أن العالم بما فيه العالم الاجتماعي موجود بصرف النظر عن تصوراتنا له، إذ يمكن التنبؤ بالسلوك البشري بشكل كاف يسمح بدراسته بأسلوب منهجي.

منظورها الإبستمولوجي **Its epistemological perspective**: هو كيفية إنشاء المعرفة وتوسيعها.

منظورها الأكسيولوجي **Its axiological perspective**: إن الموضوعية المتأصلة في تطبيق المنهج العلمي تجعل قيم الباحثين والمنظرين بعيدة عن البحث عن المعرفة (بقدر الإمكان). وبالتالي فإن نظرية الاتصال ما بعد الوضعية هي نظرية تم تطويرها من خلال نظام استقصائي يشبه قدر الإمكان قواعد وممارسات ما نفهمه تقليديا على أنه علم.

2- المقاربة التأويلية HERMENEUTIC THEORY

هدفها هو فهم الثقافات المعاصرة من خلال تحليل بنية ومحتوى الاتصال السائد بين أفراد المجتمع.

منظورها الانطولوجي **Its ontological perspective**: لا يوجد واقع اجتماعي حقيقي قابل للقياس، بدلا من ذلك ينشئ الناس صور للواقع بناء على تفضيلاتهم وأحكامهم المسبقة وتفاعلاتهم مع الآخرين، وهذا ما ينطبق على العلماء كما ينطبق على أي شخص آخر في العالم الاجتماعي.

منظورها الإبستمولوجي **Its epistemological perspective**: هو أن المعرفة تتقدم عن طريق الاعتماد على التفاعل الذاتي بين الباحث ومجتمعه.

منظورها الأكسيولوجي **Its axiological perspective**: يشمل تأثير قيم الباحثين والمنظرين، فوفقا لـ "كاثرين ميلر" Katherine Miller القيم الشخصية والمهنية هي "العدسة التي يتم من خلالها ملاحظة الظواهر الاجتماعية"

3- المقاربة النقدية CRITICAL THEORY

يتلخص هدفهم في اكتساب المعرفة بهذا العالم الاجتماعي حتى يتمكنوا من تغييره. إن النظريات النقدية تنظر إلى "وسائل الإعلام باعتبارها مواقع (وأسلحة) للصراعات على السلطة الاجتماعية والاقتصادية والرمزية والسياسية (وكذلك الصراعات على السيطرة على وسائل الإعلام ذاتها والوصول إليها)"

منظورها الانطولوجي Its ontological perspective: وفقا للمقاربة النقدية ما هو حقيقي في العالم الاجتماعي هو نتاج التفاعل بين البنية قواعد ومعايير ومعتقدات العالم الاجتماعي (والفاعلية كيف يتصرف البشر ويتفاعلون في هذا العالم)، فالواقع إذن بالنسبة للمنظرين النقديين يتم تشكيله باستمرار من خلال الجدلية (الصراع أو المناقشة المستمرة) بين الاثنين، ومنه عندما تسيطر النخب على الصراع، فإنها تحدد الواقع (بعبارة أخرى، فإن سيطرتها على البنية تحدد واقع الناس). عندما يتحرر الناس، فإنهم يحددون الواقع من خلال سلوكياتهم وتفاعلاتهم (الفاعلية).

منظورها الإبستمولوجي Its epistemological perspective: هو أن المعرفة تتقدم فقط عندما تعمل على تحرير الناس والمجتمعات من تأثير الأقوياء منهم، وتعرف هذه المعرفة بالتحريرية.

منظورها الأكسيولوجي Its axiological perspective: المقاربة النقدية تفترض أنه من خلال إعادة تنظيم المجتمع يمكننا إعطاء الأولوية لأهم القيم الإنسانية ومنه فهذه المقاربة تحمل الكثير من القيم.

4- المقاربة المعيارية NORMATIVE THEORY

تشرح نظرية الإعلام المعيارية كيف ينبغي لنظام إعلامي أن يعمل من أجل التوافق مع مجموعة من القيم الاجتماعية المثالية أو تحقيقها.

منظورها الانطولوجي Its ontological perspective: حقيقة النظام الإعلامي تتمثل في حقيقة النظام الاجتماعي الذي يوجد فيه هذا النظام الإعلامي.

منظورها الإبستمولوجي Its epistemological perspective: تقدم المعرفة مبني على التحليل المقارن، يمكننا فقط إطلاق أحكام عن قيمة أو أهمية نظام إعلامي معين، من خلال مقارنته بالقيم المثالية للنظام الاجتماعي الذي يعمل فيه هذا النظام الإعلامي.

منظورها الأكسيولوجي **Its axiological perspective**: إن النظرية المعيارية بطبيعتها محملة بالقيم،
إذ تتم دراسة نظام إعلامي أو جزء من النظام الإعلامي يأخذ بعين الاعتبار بأن هناك طرق عمل
مثالية تستند إلى قيم النظام الاجتماعي الأكبر.¹

1 - Naveed, Fakhar .. Theories of Mass Communication. 2014, On:
<https://www.masscommunicationtalk.com/defining-theory-post-positivism-hermeneutic-critical-normative.html>.
Accessed Nov 19, 2024.

المحاضرة الخامسة

تقاليد نظريات للاتصال Traditions of communication theory

إن نهج روبرت كرايغ Robert Craig في تنظيم النظريات هو أحدث المخططات حالياً، فهو يقسم عالم نظرية الاتصال إلى سبعة تقاليد كما هو أدناه ويمكن اعتبار كل من هذه التقاليد على أنها تقدم منظوراً مختلفاً للاتصال. تقف بعض هذه التقاليد في معارضة لبعضها البعض، في حين أن البعض الآخر لديه قدر كبير من التداخل. وكمجموعة، توفر هذه التقاليد التماسك الكافي للسماح لنا بالنظر إلى النظريات جنباً إلى جنب وفهم أوجه التشابه والاختلاف الأساسية بينها. وبالنسبة لكرايغ، توفر هذه التقاليد "نوعاً من التماسك الفكري، ليس من خلال الوصول إلى إجماع عالمي على نظرية واحدة كبرى، ولكن من خلال تعزيز الحوار والنقاش عبر التقاليد المتنوعة لنظرية الاتصال.

1- التقليد السيبرنتيقي Cybernetic Tradition

إن التقليد السيبرنتيقي هو اتصال كنوع من العملية الإعلامية. ففيه يتم التركيز على كيفية عمل النظام، وما الذي يمكن أن يغيره وكيف يمكن التخلص من الأخطاء. ويركز أيضاً على الأفراد أو المنظمات والقنوات المستخدمة لنقل الرسالة. إن الاتصال ضمن هذا التقليد موجه دائماً نحو الهدف. ويكون لدى المرسل هدف أولي قبل أن يخلق الرسالة ويستخدم قناة اتصال معينة لنقلها أو إرسالها. ومع ذلك، فإن ما يتلقاه المستقبل ويتم فك شفرته في البداية يختلف عن رسالة المرسل.

2- التقليد الاجتماعي النفسي Socio-Psychological Tradition

يرى التقليد الاجتماعي النفسي أن التواصل هو تفاعل بين الأشخاص. ويندرج هذا التقليد تحت مظلة النهج السلوكي، مع التركيز على المحفزات وردود الأفعال. وهنا نتحدث عن علاقات السبب والنتيجة داخل العملية الاتصالية. وكل شيء يدور حول التعبير والتفاعل والتأثير. ويعود أصل هذا التقليد إلى علم النفس وعلم الاجتماع، ويميل إلى أن يكون موضوعياً تماماً. والمنظرون المنتمون إلى التقليد الاجتماعي النفسي موضوعيون تماماً.

3- التقليد الاجتماعي الثقافي Socio-Cultural Tradition

يرى التقليد الاجتماعي الثقافي أن التواصل عملية رمزية في إعادة إنتاج أو إنتاج النظام الاجتماعي. الأمر كله يتعلق بالسياق والثقافة والممارسات الاجتماعية. لذا، إذا ركزنا في التقليد السابق على مستوى الفرد أو المجموعة في الطريقة التي يستجيبون بها للمحفزات المختلفة. هنا، نضع أهمية هائلة على السياق، والطريقة التي يعمل بها المجتمع نفسه. لذا، فإن الممارسات الاجتماعية التي تشكل روتيننا اليومي والطريقة التي نفهم بها العالم ونراه، يتم إنشاؤها بسبب التفاعل. لذلك، يميل الأفراد إلى التحدث مع بعضهم البعض وبينما يتواصلون، فإنهم يخلقون المعنى المشترك والفهم المشترك لما هو العالم وما هو هذا الوضع المعين.

4- التقليد النقدي Critical Tradition

اللغة والأيدولوجية هما محوران رئيسيان للتقاليد النقدية، حيث يعتقد العلماء أن المجموعة التي تتحكم في اللغة يمكن أن تكون مهيمنة بالفعل داخل المجتمع المعطى. والأيدولوجية مهمة جداً بالنسبة للعلماء النقيدين، لأنها متأصلة وأنها تتكاثر أيضاً من خلال الأدوات المختلفة ومن خلال أشكال مختلفة من وسائل الإعلام. ولهذا السبب يركز العلماء النقيديون على وسائل الإعلام نفسها كشكل جماهيري من أشكال الاتصال التي تنقل الأيدولوجية إلى عامة الناس. وبعد كل شيء، تصبح هذه الأيدولوجية من خلال وسائل الإعلام جزءاً من الخطاب العام.

5- التقليد البلاغي Rhetorical Tradition

عندما تأتي إلى العروض العامة، فإنك تستخدم كل ما لديك من مهارات في التحدث أمام الجمهور. وهذا تقليد خطابي، وهو نشأ في اليونان القديمة، حيث نعلم أن أغلب الخطوات المهمة والاقتراحات المهمة حول كيفية بناء خطابك العام كانت قد تطورت. الأمر كله يتعلق بالبلاغة، والطريقة التي يمكننا من خلالها التأثير من خلال التواصل اللفظي وغير اللفظي.

6- التقليد الظاهراتي Phenomenological Tradition

تقول التقاليد الظاهراتية أن عملية الاتصال يمكن رؤيتها وإدراكها بشكل مختلف من قبل أشخاص مختلفين. لذا، فإن الاتصال باعتباره تجربة للذات والآخرين من خلال الحوار هو محور رئيسي لهذا

التقليد. نحن نأخذ في الاعتبار نقاط الجذع وإدراكات الأشخاص المختلفين في مواقف مختلفة داخل السياق المعطى. لذا، إذا حاولنا فهم كيف تفهم الأقلية الواقع وكيف تجري اتصالاتها؟ سنفهم بشكل أفضل عواقب التفاعلات الجانبية.

التقاليد الظاهرية تشكك في البلاغة وعلم العلامات. حيث يمكن رؤية العلامات والرموز بشكل مختلف من قبل أشخاص ذوي خلفيات مختلفة والبلاغة كفن الخطابة العامة لا تعمل عادةً بنفس الطريقة مع الجماهير المختلفة.

7- التقليد السيميائي Semiotic Tradition

يرتبط التقليد السيميائي بالعلامات والرموز، حيث يُنظر إلى التواصل على أنه مشاركة للمعنى من خلال نظام من العلامات. ماذا يعني ذلك؟ إذا دخلنا في محادثة بين شخصين يعرفان بعضهما البعض جيداً، فقد لا نفهم تماماً ما يجري أو قد نسيء تفسير هذه المحادثة. لأن هؤلاء الأشخاص لديهم بالفعل قائمة من الكلمات التي تحدثوا بها بالفعل. لذا، لديهم أسماء خاصة ولغة عامية مختلفة خاصة للمواقف والتجارب السابقة التي لديهم بالفعل. ومحاولتنا لفهم ما هي العلامات وما هي الرموز داخل التفاعل أمر ضروري ومهم للغاية. يتم تمثيل ونقل المعنى دائماً من خلال العلامات والرموز.¹

باختصار: لدينا سبعة تقاليد وكل منها ينظر إلى الاتصال بشكل مختلف. التقليد السيبراني، يتعلق كله بالعملية الخطية أو غير الخطية ولكن بالنظام الذي ننقل من خلاله رسالتنا. التقليد الاجتماعي النفسي، يركز على الفرد وهذا الجانب السلوكي لممارساته الاتصالية. يعتمد التقليد الاجتماعي الثقافي على السياق والثقافة والطريقة التي نعيد بها إنتاج هذه الثقافة طوال الاتصال. التقليد النقدي يتعلق كله بالإيديولوجية والخطاب. التقليد البلاغي هو فن الخطابة العامة. هذا الاتصال هو فن الخطابة العامة. يركز التقليد الظاهراتي على الطريقة التي نفهم بها تجارب الآخرين وتجارب ممارسات الاتصال نفسها. التقليد السيميائي، يتعلق كله بالعلم والرموز التي يمكننا فك شفرتها أو التي سنفسل في فك شفرتها.

1 - Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss, and John G. Oetzel: **THEORIES OF HUMAN COMMUNICATION**. Edit. 11. WAVELAND PRESS, INC. Illinois, 2017. p-p. 40-45.

المحور الثالث: التطور التاريخي لنظريات الاتصال

المحاضرة السادسة

- التطور التاريخي لنظريات الاتصال

تُعتبر نظريات الاتصال من المجالات المهمة التي تدرس كيفية نقل المعلومات والأفكار بين الأفراد والمجتمعات. وقد ساهم العديد من العلماء والباحثين في تطوير هذه النظريات، ومن بينهم نصر الدين العياضي، الذي يُعتبر واحداً من أبرز الكتاب في هذا المجال. في هذا البحث، سنستعرض تاريخ نظريات الاتصال كما جاء في مؤلفات العياضي، ونحلل أهم الأفكار والمفاهيم التي تناولها.

جذور نظريات الاتصال

ترجع جذور نظريات الاتصال إلى العصور القديمة حيث كانت وسائل التواصل تعتمد على اللغة الشفهية والإشارات. ومع تقدم الزمن، تطورت وسائل الاتصال وانتقلت من الكتابة على الجدران إلى الوسائل المطبوعة ثم إلى العصر الرقمي. قدم نصر الدين العياضي تحليلاً شاملاً لجذور هذه النظريات، حيث يربط بينها وبين السياقات الثقافية والاجتماعية التي نشأت فيها.

النظريات الكلاسيكية

تناول العياضي في مؤلفاته عدداً من النظريات الكلاسيكية التي أسست لفهم الاتصال بشكل أعمق. من بين هذه النظريات، نظرية "الشبكة الاجتماعية" التي تركز على العلاقات الاجتماعية وكيف تؤثر على تدفق المعلومات. كما تعرض للعلاقة بين المرسل والمتلقي، وأهمية السياق في فهم الرسالة.

تأثير التكنولوجيا

في العصر الحديث، شهدت نظريات الاتصال تحولاً كبيراً بفعل التقدم التكنولوجي. يستعرض العياضي كيف أثرت وسائل الاتصال الحديثة مثل الهواتف المحمولة والإنترنت على سلوك الأفراد والمجتمعات. يبرز أيضاً مفهوم "التحول الرقمي" وكيف غير من طرق التفاعل الاجتماعي ونقل المعلومات.

النظرية النقدية

يُعتبر العياضي من المدافعين عن النظرية النقدية في الاتصال، التي تدعو إلى تحليل القوى الاجتماعية والسياسية التي تؤثر على إنتاج المعلومات وتوزيعها. من خلال هذه النظرية، يمكن فهم كيف تتشكل الرسائل الإعلامية وكيف تُستخدم للتلاعب بالرأي العام. يتناول العياضي أيضاً دور الإعلام في تعزيز أو إضعاف الديمقراطية وحقوق الإنسان.

نظريات الاتصال في العالم العربي

لا يقتصر اهتمام العياضي على نظريات الاتصال الغربية فحسب، بل يعرض أيضاً كيفية تفاعل هذه النظريات مع السياقات الثقافية العربية. يستعرض تأثير السياسة والثقافة والدين على نظريات الاتصال في العالم العربي، موضحاً كيف يمكن تطبيق النظريات الغربية في سياقات محلية.

التحديات المعاصرة

في النهاية، يشير العياضي إلى التحديات التي تواجه نظريات الاتصال في العصر الحالي. من بين هذه التحديات، انتشار الأخبار الكاذبة وانعدام الثقة في وسائل الإعلام، مما يستدعي إعادة تقييم النماذج التقليدية وفهم تأثيرات العصر الرقمي.¹

تاريخ نظريات الاتصال كما عرضه نصر الدين العياضي يُعتبر مرجعاً مهماً لفهم كيف تتطور هذه النظريات وتتفاعل مع الواقع الاجتماعي والسياسي. إن دراسة هذه المفاهيم تساعد على تحسين آليات الاتصال في المجتمعات، وتعزز من قدرة الأفراد على النقد والتحليل. باختصار، فإن نظريات الاتصال تشكل جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية، ويجب علينا أن نواصل دراستها وفهمها لتلبية احتياجات المجتمع المعاصر. وعلى كل فقد بذلت عدة محاولات علمية لتحليل عملية الاتصال ووصف أبعادها وعناصرها، حسب المدارس الاجتماعية المختلفة باختلاف النظم الاجتماعية أيضاً، وحتى لا نهيم في تلك التناقضات في تناول موضوع الاتصال يكفي أن نشير إلى أشكال النماذج

1 - انظر كتاب: أرمان وميشال ماتلار: تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة: د. نصر الدين لعياضي، د. الصادق رابح، ط 3، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2005.

الاتصالية التي تمهد لفهم العمليات الاتصالية وعناصرها. ومدام أننا نبحث في موضوع نظريات الاتصال ستكون الأهمية منصبة على دراسة التأثير الذي تخلفه الوسيلة الاتصالية ودورها المؤثر والرئيسي في عملية الاتصال الجماهيرية.

في هذا الصدد يمكن أن نشير إلى نموذج (ديفيد برلو) الذي يرى بأن هناك أربعة عناصر تكون العملية الاتصالية وتشمل: المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبل. ومن النماذج المهمة التي أسهمت في بناء نظريات الاتصال النموذج الذي قدمه (ولبر شرام) في عام 1974. وفي هذا النموذج يقدم شرام العناصر الأساسية على النحو التالي:

أ- المصدر أو صاحب الفكرة.

ب- التعبير عن الفكرة ووضعها في شيفرة (Code) وصياغتها في رموز لتكوين الرسالة.

ج- المستقبل الذي يفك رموزها.

د- الاستجابة أو الهدف ورجع الصدى (التغذية العكسية) الذي قد يصل أو لا يصل إلى المرسل أو صاحب الفكرة.

قدم من خلال هذا النموذج مفاهيم مهمة مثل الإطار الدلالي والخبرة المشتركة وأهميتها في عملية الاتصال. وإلى ذلك نجد أن المؤرخ والكاتب الإنجليزي ويلز (H.G. Wells) يبين أن تطور التاريخ الإنساني هو ظاهرة اجتماعية واحدة تدفع بالإنسان إلى الاتصال بأخيه الإنسان، في مكان آخر أو مجتمع آخر، وهو بذلك ينظر إلى قصة التطور التاريخي البشري على أنها قصة تطور عملية الاتصال حيث يقسمها إلى خمس مراحل وهي: الكلام، الكتابة، اختراع الطباعة، المرحلة العالمية وأخيراً مرحلة الإذاعة والاتصال الإلكتروني.

تعد نظرية مارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan) التي ظهرت نحو أربعين عاماً، ما تزال حتى اليوم أكثر النظريات الإعلامية انتشاراً ووضوحاً في الربط بين الرسالة والوسيلة الإعلامية، والتأكيد على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره، حيث يرى ماكلوهان (أن الوسيلة هي الرسالة) ويوضح أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تقنيات الوسائل الإعلامية،

فالموضوعات والجمهور التي توجه له مضمونها، يؤثران عل ما تقوله تلك الوسائل ولكن طبيعة
ووسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر ما يشكلها مضمون الاتصال.

يبين ماكلوهان أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد
طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله وأي وسيلة أو امتداد للإنسان تشكل ظروفًا وتؤثر عل الطريق
التي يفكر بها الناس ويعملون وفقًا لها.

وعرض ماكلوهان أربع مراحل تعكس -في رأيه- التاريخ الإنساني وهي:

أ- المرحلة الشفوية: أي مرحلة ما قبل التعلم أي المرحل القبلية.

ب- مرحلة كتابة النسخ: التي ظهرت في اليونان القديم واستمرت ألفي عام.

ج- عصر الطباعة: من سنة 1500 إلى سنة 1900 تقريبًا.

د- عصر وسائل الإعلام الإلكتروني: من سنة 1900 تقريبًا حتى الوقت الحاضر.

إن طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة تساعد عل تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد
مضمون تلك الوسائل عل هذا التشكيل.

من أهم ما جاء في نظرية ماكلوهان عن وسائل الاتصال أنه يقسم هذه الوسائل إلى (وسائل
باردة) و (وسائل ساخنة). ويقصد بالوسائل الباردة تلك الوسائل التي تتطلب من المستقبل جهدًا إيجابيًا
في المشاركة والمعايشة والاندماج فيها، أما الوسائل الساخنة، فهي تلك الوسائل الجاهزة المجددة
نهائياً، والتي لا تحتاج من المشاهد أو المستمع إلى جهد يبذل أو مشاركة أو معايشة. فالكتابة والهاتف
والتلفزيون تعد بمثابة وسائل باردة، أما الطباعة والإذاعة والسينما فهي وسائل ساخنة. وإذا لم يكن
بوسع المرء أن يتفق مع كل ما جاء به ماكلوهان من أفكار يسميها هو اختبارات أكثر منها نظريات،
وإذا لم تكن (الوسيلة هي الرسالة) فمن الواضح أنها أخطر من مجرد أداة لزيادة عدد الجماهير من
القراء والمستمعين والمشاهدين. وإذا كان من الصعب إيجاد دليل قوي لإثبات هذه الأفكار أو رفضها
فإنها على الأقل تجعلنا نتساءل عما إذا كانت وسائل الإعلام قادرة على تغيير الإنسان.

في الوقت الذي يشري فيه ماكلوهان إلى أن وسائل الإعلام الإلكترونية ساعدت في انكماش الكرة الأرضية وتقلصها في الزمان والمكان حتى أصبحت توصف بـ (القرية العالمية Global Village) وبالتالي زاد وعي الإنسان بمسؤوليته إلى درجة قصوى، فإنه يرى أيضاً، أن هذه الحالة الجديدة أدت إلى ما يمكن تسميته بـ: (عصر القلق) لأن الثورة الإلكترونية الفورية الجديدة تجبر الفرد على الالتزام والمشاركة بعمق. وبغض النظر عن وجهة النظر التي يتبناها، فوجهة النظر الجزئية مهما كان مقصدها لم تغير في عصر - الكهرباء والإلكترون الآلي الفوري، وربما يكون هذا الرأي وغيره يمثل الأرضية التي نبع منها مفهوم (العولمة) الذي أصبح يتردد في السنوات الأخيرة، وكان أحد الباحثين قد أسماه من قبل بـ (لحظة التواصل الحضاري الإعلامي)

في السنوات الأخيرة أصبحت أفكار ماكلوهان موضع انتقاد أو تعديل أو تشكيك من قبل بعض الباحثين. وفي هذا الصدد يرى (ريتشارد بلاك Richard Black) أن (القرية العالمية) التي زعم ماكلوهان وجودها، لم يعد لها وجود حقيقي في المجتمع المعاصر... فالعلم الآن أقرب ما يكون إلى البناية الضخمة التي تضم عشرات الشقق السكنية التي يقيم فيها أناس كثيرون ولكن كل منهم يعيش في عزلة ولا يعرف شيئاً عن جيرانه الذين يقيمون معه في البناية نفسها.

يمكن أن يوصف هذا التطور بأنه تحول من (التجميع) إلى (التفتت) أو اللامركزية، حيث أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة المتمثلة في الأقمار الاصطناعية والحواسيب ووصلات (المايكروويف) والألياف الضوئية عدداً كبيراً من خدمات الاتصال خلال العقدين الماضيين، مثل التلفزيون الكابلي التفاعلي، والتلفزيون منخفض القوة و(الفيديو كاسيت) (الفيديو ديسك) وأجهزة التسجيل الموسيقي المتطورة وخدمات (الفيديو تكس) و (التلنكست) والاتصال المباشر بقواعد البيانات، والهواتف النقالة، والبريد الإلكتروني، التي اندمجت في شبكة الاتصالات المعروفة بـ (الإنترنت) وجميعها وسائل تخاطب الأفراد وتلبي حاجاتهم ورغباتهم الذاتية. وقد نتج عن هذه التقنية الجديدة تقلص أعداد الجماهير التي تشاهد برامج الشبكات الرئيسية وخدمات الإذاعة المسموعة والتلفزيون التي تعمل بنظام البث الهوائي التقليدي.¹

1 - بشير العلاق. د.س. نظريات الاتصال مدخل متكامل. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان،

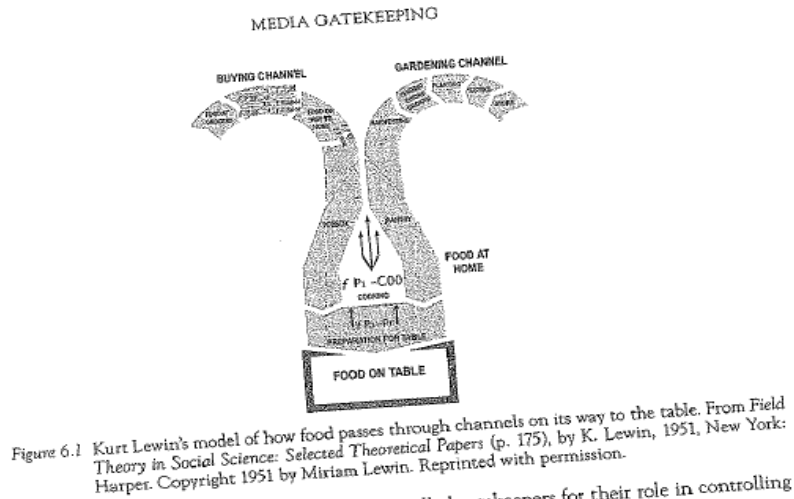
الأردن. (د.س.ن) ص. 45-49.

المحور الرابع: نظريات التأثير المحدود (المعتدل)

المحاضرة السابعة

- نظرية القوائم بالاتصال وحارس البوابة (Gatekeeping Theory)

يعد عالم النفس Kurt Lewin أول من وضع مصطلح حراس البوابة gatekeepers سنة 1943 في مقالته المعنونة بـ: (القوى وراء عادات الأكل وطرق التغيير Forces behind food habits and methods of change) أثناء الحرب العالمية الثانية، في الوقت الذي تريد فيه السلطات الأمريكية معرفة ما الذي يدفع الأسر إلى اختيار منتج غذائي على آخر. وذلك من أجل الحصول على أدوات قادرة على تغيير العادات الغذائية الأمريكية إذا أصبح ذلك ضروريا.¹



شكل رقم (8) النموذج الأولي لشرح عمل حارس البوابة2

يرجع الفضل في تطوير نظرية حارس البوابة إلى كورت لوين في عام 1977 حيث ترى هذه النظرية، أن المادة الإعلامية تمر بعدة نقاط في رحلتها تسمى بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل

1 - Arthur Devulder, "Gatekeeping theory: Origine et explication", [en ligne] BARA think tank, Oct 17, 2024, <https://www.bara-think-tank.com/post/gatekeeping-theory-origine-et-explication>

Dec 3rd, 2024 at, 13h:40.

2 - Pamela J. Shoemaker et Tim P. Vos. *Media Gatekeeping*. P 77. on:

<http://www.bmf.bt/wp-content/uploads/2018/11/Gatekeeping.pdf>

Dec 3rd, 2024 at, 12h:43.

ويخرج، فكلما طالت المراحل التي تمر بها الأخبار يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات هذه المراحل والنقاط تشبه السلسلة المكونة من عدة حلقات.

محتوى نظرية حراسة البوابة

حسب هذه النظرية المعلومات في عملية الاتصال هي مجرد سلسلة متصلة الحلقات وفي كل حلقة منها يوجد فرد ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سينقلها أو لن ينقلها إلى الحلقات التالية، وما إذا كان سينقلها بنفس الشكل الذي جاءت به أم سيدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات، فحسب (لوين) فإن المعلومات والأخبار تمر بمراحل مختلفة حتى تظهر على صفحات الجريدة أو المجلة أو في وسائل الإعلام الإلكترونية من إذاعة وتلفزيون، وقد أطلق على هذه المراحل مصطلح "بوابات" موضحاً أن هذه الأخيرة تقوم بتنظيم كمية أو قدر المعلومات التي ستمر من خلالها، بمعنى آخر هناك مجموعة من الحراس يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات ويتمتع أولئك الحراس بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلقونها أمام أي رسالة تأتي إليهم كما أن من حقهم إجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر.

إذن، حراسة البوابة تعني "السيطرة على مكان إستراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث تصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته وكيف سيمر حتى يصل في النهاية إلى الوسيلة الإعلامية ومن ثم إلى الجمهور."

يسمى الأفراد الذين يقفون على هذه البوابات بـ "حراس البوابة"، كما نجدهم تحت مسمى "المغربل" وتعتبر القوة سمة من سمات الحدث في العملية الاتصالية.¹

دور حارس البوابة الإعلامية

يلعب حارس البوابة الإعلامية دوراً مهماً ومؤثراً في عملية انسياب المعلومات إلى الجمهور كما وكيفا، حيث يتحكم فيها من ناحيتين:

1 - Pamela J. Shoemaker and Timothy P. Vos: *Gatekeeping Theory: A Reappraisal*, 1st edit., Routledge, New York., 2009, p. 84.

1- من خلال ما يعرضه عليهم من أخبار ومعلومات.

2- كما يكون تأثير القائم بالاتصال أو الحارس الإعلامي في الجمهور من خلال ما يحجبه عنهم، فإذا كان قد سمح بمرور رسائل إعلامية معينة فإنه قد حرّمهم من الأخرى، ويؤكد هذا لمفهوم على أن الأكثر أهمية ليس الذي تم عرضه على الجمهور بل الذي لم يتم عرضه، وفي هذا إشارة إلى أن وسائل الإعلام قد تلجأ أحياناً إلى حجب الحقيقة أو مواد إعلامية معينة لدعم ثوابتها الثقافية وحماية بنيانها الاجتماعي ودفع عجلة التنمية بخطى منسجمة مع الثوابت وذلك البنين.

يمكن إيجاز دور المغربل في النقاط الآتية:

- أ- يمكن أن يمنع الرسالة من الوصول إلى الجمهور وذلك برفض نشرها أو إذاعتها.
- ب- يمكن للمغربل أن يغير في الرسالة بالحذف في بعض أجزائها أو يدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات، كأن يضيف معلومات من مصادر أخرى.
- ج- يمكن للمغربل أن يزيد أو يقلل من أهمية الرسالة الإعلامية باختيار الموقع المناسب لها في صفحات الجريدة.

العوامل المؤثرة على عمل حارس البوابة الإعلامية

توصلت الدراسات التي تناولت حارس البوابة بالبحث إلى أن هناك العديد من المتغيرات التي تؤثر على مهام القائم بالاتصال كمغربل للرسائل الإعلامية والتي على ضوءها يحدد ما ينشر وما لا ينشر.

يمكن تقسيم هذه العوامل إلى أربعة عوامل أساسية هي:

- 1- معايير المجتمع، قيمه وتقاليد: حيث يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائم بالاتصال، فأى نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها. لذا تعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة.

1- **المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:** حيث تلعب الخصائص الشخصية للقائم بالاتصال دورا في طبيعة ممارسة حارس البوابة الإعلامية لوظيفته كالنوع، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية، المستوى التعليمي والانتماءات الفكرية والعقائدية واحترام الذات، الخلفية الاجتماعية وكذا الكفاءة الذهنية، كلها تتداخل في عملية توجيه ونشر الأخبار.

2- **المعايير المهنية للقائم بالاتصال:** فهذا الأخير يتعرض إلى مجموعة من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، وتتضمن هذه المعايير المهنية: سياسة الوسيلة الإعلامية، مصادر الأخبار المتاحة، علاقات الصحفي بزملائه.

3- **معايير الجمهور:** مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور فإنه يتأثر أيضا، فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها إلى حد ما توقعاته عن ردود فعل الجمهور، فوسائل الإعلام يجب أن ترضي جماهيرها ولكي يتحقق ذلك لابد من معرفة الجمهور معرفة دقيقة ومعرفة احتياجاته ومن بين الوسائل التي تساعد في ذلك على سبيل المثال إجراء المسوح الميدانية، تحليل بريد رسائل القراء، إلخ.¹

نقد نظرية حارس البوابة

نظرية حارس البوابة (Gatekeeping Theory) هي نظرية في مجال الإعلام والاتصال تُستخدم لفهم كيفية اختيار وتصفية الأخبار والمعلومات التي يتم تقديمها للجمهور عبر وسائل الإعلام. على الرغم من أهمية هذه النظرية، إلا أنها تعرضت لعدة انتقادات أبرزها:

1- التحيز الشخصي والمؤسسي

1 - مالية مكيري: "حراسة البوابة الإعلامية مقاربة مفاهيمية في ظل البيئة الإلكترونية." مجلة المعيار، العدد 1، مجلد 22، بتاريخ 2018/01/13، ص 407-411. يمكن تصفح المقال على أرضية المجلات عبر الرابط:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/33638>

أحد أبرز الانتقادات لنظرية حارس البوابة هو تأثير التحيزات الشخصية والمؤسسية على عملية اتخاذ القرار. من يتحكمون في وسائل الإعلام لديهم تحيزات ثقافية، سياسية، واقتصادية قد تؤثر على كيفية اختيار وتصفية الأخبار، فمثلاً حراس البوابة يمكن أن يتأثروا بمصالحهم الشخصية أو ضغوط خارجية، مثل ضغوط المعلنين أو الحكومة، مما قد يؤثر على نوعية وموضوعية الأخبار التي يتم نشرها. والنتيجة أن هذه الممارسات سوف تؤدي إلى تقديم صورة غير متوازنة أو مشوهة للأحداث، مما يضر بالمصداقية والموضوعية التي يفترض أن تلتزم بها وسائل الإعلام.

2- الديناميات الاقتصادية

تتحكم العوامل الاقتصادية بشكل كبير في محتوى الأخبار. القرارات التحريرية غالباً ما تتأثر بضغوط مالية، مثل الإعلانات واحتياجات السوق. والنتيجة أن هذا يؤثر على جودة واستقلالية الأخبار التي يتم تقديمها للجمهور، ويجعل وسائل الإعلام أكثر عرضة للانحرافات التجارية.

3- التطورات التكنولوجية والرقمية

مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، أصبحت نظرية حارس البوابة أقل فعالية في تفسير كيفية نشر المعلومات. الإنترنت يتيح للأفراد نشر المعلومات دون الحاجة إلى المرور عبر "الحراس" التقليديين. والنتيجة، أن هذا يقلل من دور الحراس التقليديين ويعزز دور الجمهور في تشكيل السرد الإعلامي.

4- نظريات المؤامرة والأخبار المزيفة

في ظل وجود الأخبار المزيفة ونظريات المؤامرة، تصبح نظرية حارس البوابة غير كافية لفهم ومعالجة تدفق المعلومات المضللة. والنتيجة تتطلب هذه التحديات الحديثة نهجاً أكثر شمولية ودقة لفهم كيفية تصفية وتوزيع الأخبار.

5- تعدد المصادر وتنوعها

مع تزايد عدد وتنوع مصادر الأخبار، يصبح من الصعب على حراس البوابة التحكم في تدفق المعلومات كما كان في الماضي. والنتيجة، أن هذا التعدد يخلق بيئة إعلامية أكثر تنوعاً، ولكنها أيضاً قد تكون أكثر تشتتاً وتعقيداً.

6- التمرکز والسيطرة

النظرية تفترض أن الإعلام يسيطر عليه عدد قليل من الأفراد الذين يملكون السلطة الحقيقية لاتخاذ قرارات النشر، مما يعزز السيطرة المركزية على المعلومات.

7- تنوع المصادر

الانتقادات تشير إلى أن النظرية قديمة بعض الشيء في العصر الحديث حيث أن تعدد المصادر الإعلامية ومنافذ النشر يعني أن الجمهور يمكنه الوصول إلى المعلومات من مصادر متعددة، مما يقلل من تأثير حراس البوابة.

8- عدم الشمولية

النظرية تركز بشكل رئيسي على الإعلام التقليدي مثل الصحف والتلفاز، وتتجاهل الأنواع الأخرى من الاتصالات والنشر.

تلخص هذه النقاط بعض الانتقادات الرئيسية التي تواجه نظرية حارس البوابة في سياق الإعلام الحديث.¹

سؤال للمناقشة في الأعمال الموجهة: ما مدى صلاحية سريان هذا المفهوم في إطار البيئة الإعلامية الإلكترونية؟

1 - هذه الانتقادات يمكن أن تستنتجها بمراجعة الكتاب أدناه، الذي يقدم مراجعة شاملة لنظرية حارس البوابة

ويناقش الانتقادات والتطورات الحديثة:

Pamela J. Shoemaker and Timothy P. Vos, Op. Cit.

المحاضرة الثامنة

نظرية وضع الأجندة / ترتيب الأولويات (Agenda Setting Theory)

في اختيار الأخبار وعرض الأخبار، يلعب المحررون وموظفو غرفة الأخبار والمذيعون دوراً مهماً في بتشكيل الواقع السياسي. لا يتعلم القراء عن قضية معين فحسب، بل يتعلمون أيضاً عن مدى الأهمية التي ينبغي أن يعلقوها على هذه القضية من خلال كمية المعلومات الواردة في قصة إخبارية وموقفها. وفي عكس ما يقوله المرشحون أثناء الحملة، قد تحدد وسائل الإعلام القضايا المهمة، أي أن وسائل الإعلام قد تحدد هل "أجندة" الحملة.¹

تصنف هذه النظرية ضمن نظريات التأثير المعتدل وترجع الأصول النظرية لبحوث ترتيب الأولويات إلى (والتر ليبمان Lippman) من خلال كتابه بعنوان "الرأي العام" 1922 حيث يرى لبكان أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجمهور.²

ويعد كل من (ماكومبس Maxwell McCombes) و(شو Donald Show) أول من أشارا إلى أن أجهزة الإعلام يمكن أن تؤثر على طرق تفكير الجمهور، وهذا في مقال يتناول وظائف "وضع الأجندة" لوسائل الإعلام، وفي الاتجاه ذاته ترى دراسة لأجهزة الإعلام والسياسة الخارجية بالولايات المتحدة الأمريكية بأن الأخبار "يمكن ألا تتجح في إجبار الناس على تبني طريقة معينة في التفكير، أي "كيف" يفكرون ولكنها تتجح وبشكل مذهل في تحديد مجال القضايا التي يفكرون فيها، أي "فيما" يفكرون بقوة دفع الناس للتفكير حول بعض القضايا تعرف بـ "وضع الأجندة" وقد سبق لكل من (ولتر ليبمان Walter Lippman)، (بيرنارد كوهين Cohen Bernard) و(تيودور وايت Theodore White) أن أشاروا إلى هذه الفكرة في مؤلفاتهم، لكن (ماكومبس) و(شو) هما أول من أجريا دراسة

1 - Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw: The Agenda-Setting Function of Mass Media, p. 176 on:

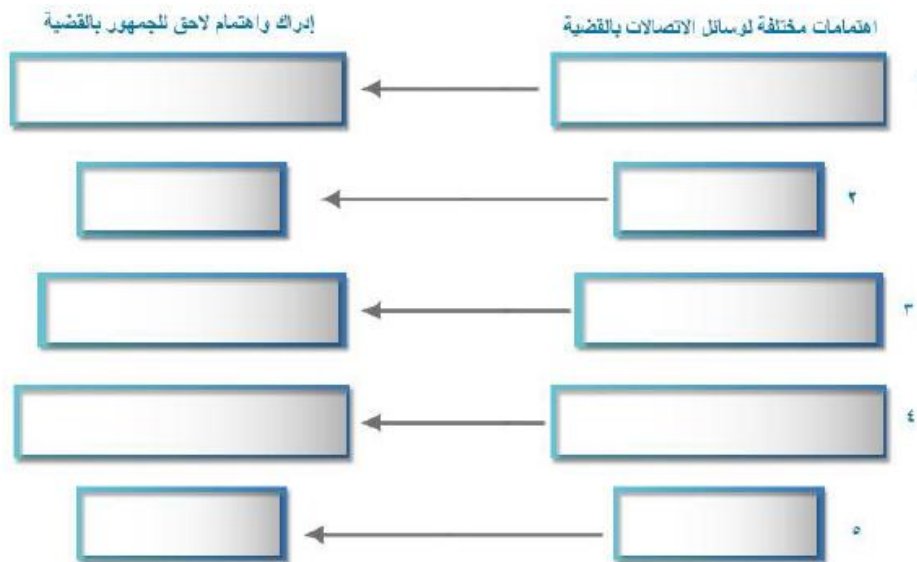
<https://www.jstor.org/stable/2747787?origin=JSTOR-pdf>

Dec 3rd, 2024, at 14h:26

2- د. حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 288.

إمبريقية من أجل اختبار فرضية أن "أجندة واسائل الإعلام تؤثر على أجندة الجمهور" إذ قاموا بفحص محتوى الأخبار السياسية في المجالات الإخبارية وفي برامج التلفزيون.

وجد (ماكوبس) و (شو) أن هناك علاقة مكملية بين معظم المواضيع المحددة والمرتبة حسب الأهمية من قبل المنتخبين والمواضيع التي أبرزتها وسائل الإعلام بمساحة كبيرة ووقت أطول، بالإضافة إلى هذا فإن أولوية ترتيب المنتخبين للمواضيع تتناظر المدة الزمنية أو المساحة التي غطتها وسائل الإعلام أثناء معالجتها لهذه المواضيع. من هنا كانت النتائج مذهلة إذ أكدت على وجود علاقة ارتباطية بين مجموع القضايا البارزة، فهذه القضايا التي اعتبرها الجمهور ذات أهمية كبيرة في ذلك اليوم، تم تشكيلها عن طريق أجهزة الإعلام (شكل 1) وهذا ما يؤكد صحة الفرضية القائلة بأن: "أجهزة الإعلام" تضع الأجندة لكل حملة سياسية فتؤثر على المواقف البارزة تجاه القضايا السياسية"



ملاحظة: حجم المستطيل يدل على مدى الاهتمام المتماثل من الوسيلة ومن الجمهور

شكل رقم (9) يعبر عن تمثيل بياني يبرز الفرق بين الاجندة الإعلامية و أجندة الجمهور.¹

¹ - كمال الحاج، مرجع سابق، ص 140.

تتشكل أجندة الجمهور من خلال القناة التلفزيونية، التي يتابعونها كثيراً أو من خلال الجريدة التي يداومون على قراءتها وهذا ما أثبتته دراسة (تيكينور Tichenor) و(واكمان Wackman) سنة 1973 وكانت النتيجة أن: "ما يصدقه الناس حول هذه القضية أو تلك يرتبط بخط الصحيفة التي يقرؤونها"

في الدراسات الحديثة لـ (ماكوبس) و(شو) حول كيفية تغطية وسائل الإعلام للحملات السياسية، وجدوا أن أساس تأثير وسائل الإعلام لتصبح أجندة موضوع، ال تدبر الناس حول ماذا يفكرون، لكن حول ماذا يتبصرون هو:

- حارس البوابة: يتحكم في عملية اختيار المحتوى الذي سيتم عرضه من قبل وسائل الإعلام.
- الذروة: إعطاء أهمية أكثر لبعض المواضيع على حساب المواضيع الأخرى.
- الإطار: عرض المحتوى بطريقة تقود إلى تفسيرها على حساب خطوط مفروضة.

المفاهيم الأساسية لنظرية ترتيب الأولويات (الاهتمامات)

تقوم نظرية ترتيب الأولويات (الاهتمامات) على عدة مفاهيم:¹

- 1- لا تتجح وسائل الاتصال بالضرورة كل الوقت في تعليم وتعريف الجمهور (كيف يفكر) ولكنها تتجح غالباً وبكفاءة في تعليم وتوجيه الناس (فيم يفكرون به)
- 2- توجد علاقة إيجابية بين تركيز وسائل الاتصال على موضوعات معينة وتركيز أو بروز الموضوعات نفسها لدى الجمهور المتلقي.
- 3- يختلف تأثير "وضع الأجندة" عن التأثير المباشر لنظرية "الحقنة تحت الجلد"، فالتأثير المميز لوضع الأجندة يفترض تركيز الاهتمام حول قضايا أو أحداث أو أشخاص معينين وتحديد الأهمية التي

¹ - كمال الحاج، مرجع سابق، ص 138-140.

يمنحها الجمهور للموضوعات العامة، إذا يميل الجمهور إلى إرباز أو استبعاد ما تبرزه وسائل الاتصال، فوسائل الاتصال تستطيع أن تنشر ولكنها ليست بالضرورة أداة إقناع في كل الحالات.

4- تلعب حاجات واهتمامات الجمهور دوراً رئيساً في وضع الأجندة، فمثلاً قد لا يهتم كبار السن بقضايا النجوم والفنانين رغم تركيز وسائل الاتصال على أخبارهم، كما أن المراهقين قد لا يهتمون بالقضايا والموضوعات السياسية رغم اهتمام وسائل الاتصال بهذه القضايا والموضوعات.

5- تطور منظور وضع الأجندة ليتعدى حدود التغطية الإعلامية لقضية معينة وتشكيلها لأجندة الجمهور في وقت زمني معين، وليصل إلى اعتبار الأجندة كسلسلة من القيم الاجتماعية والسياسية التي تضيء عليها وسائل الاتصال صفة الشرعية عبر فترة زمنية طويلة.

6- برز مفهوم أوسع لوضع الأجندة عبر مقولة أن تأثير وسائل الإعلام لا يتمثل في التحويل الدرامي المفاجئ لقضايا واهتمامات ال أري العام، ولكنه يتمثل في وضع الحدود أو الإطار العام للمناقشات والمناظرات العامة للقضايا الأخلاقية.

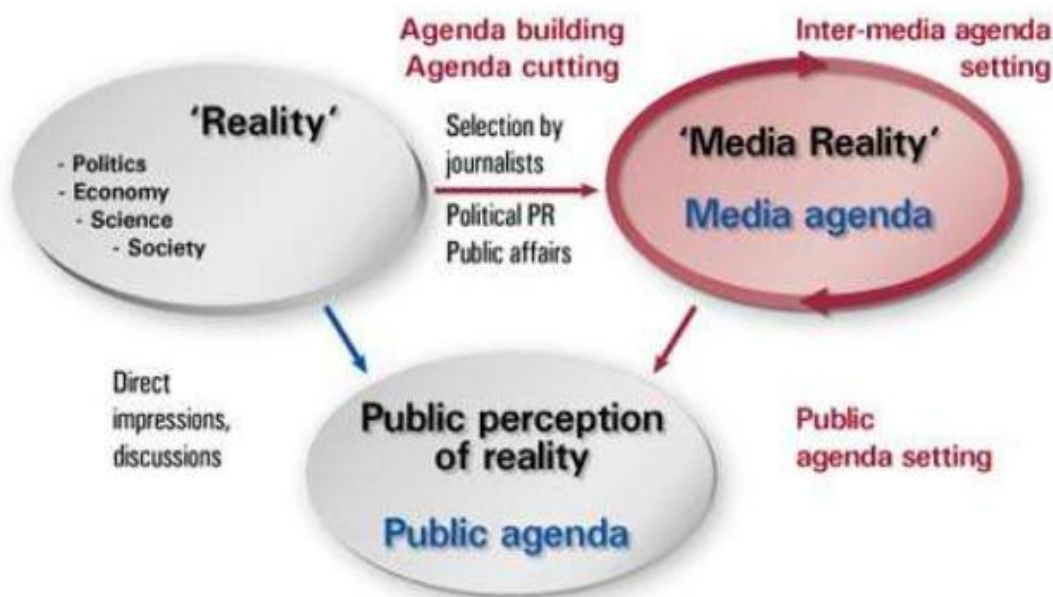
7 - تقوم وسائل الاتصال بوظيفة جديدة لكل قضية تحتل مكاناً في أولويات اهتماماتها، إذ تنتقي الآراء والأفكار بشكل متناغم، وتبتعد عن الآراء والأفكار المتنافسة، إذ تقوم التغطية في شكل متماسك من المعل ومات والحقائق، ما يخلق صورة ذهنية تبدو موضوعية حول هذه القضية.

8- توجد مصادر مختلفة تنافس وسائل الاتصال في وضع الأجندة منها، خبرة الفرد الشخصية وتأثير الجماعة، والظروف المحيطة بالفرد.

9 - قد تحظى موضوعات معينة باهتمام كبير من جانب الجمهور لأسباب أخرى غير اهتمام وسائل الاتصال، تمثل النقاط السابقة في اتفاقهما واختلافهما لنظرية وضع الأجندة، ويعد هذا الأمر طبيعياً خصوصاً أن ذلك يرتبط بالعلاقة بين متغيرين أحدهما وسائل الاتصال والثاني الجمهور، فالوسائل تعدد لتشمل (الصحف، الراديو، التلفزيون، الانترنت،... إلخ) كما أن الجمهور يتباين بدرجة تأثيره بوسائل الاتصال واهتمامه بما تقدمه، ونوعية استجابته لاختلاف خصائصه الديموغرافية (السكانية) والسوسيولوجية (الاجتماعية) بين أعضاء الجمهور الواحد.

نموذج نظرية وضع الأجندة:

إن أجهزة الإعلام تهيئ الأجنـدة للرأي العام عن طريق تسليط الضوء على بعض القضايا، فهناك علاقة بين الحقيقة سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية وبين انتقاء أجهزة الإعلام لهذه الحقيقة، ومدى تأثيرها على إدراك الجمهور، فتطبيق بحوث وضع الأجنـدة أثبت أن أجهزة الإعلام تشكل عقول الجمهور خاصة من هم ليسوا على اتصال أو صلة مباشرة مع الأحداث ذات الأهمية وبالتالي فالمواضيع التي لا تناقش في أجهزة الإعلام يكون الناس أقل صلة بها وهذا ما يوضحه نموذج النظرية الممثل بـ الشكل 2 أدناه.



شكل رقم (10) يمثل نموذج وضع الأجندة¹

1 - من موقع:

https://www.google.com/search?q=%D9%86%D9%85%D9%88%D8%B0%D8%AC+%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9+%D9%88%D8%B6%D8%B9+%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AC%D9%86%D8%AF%D8%A9&newwindow=1&sca_esv=f51b23d37af80b04&udm=2&biw=1536&bih=730&ei=U1QZ96LWKkUpMGP0Ac&ved=0ahUKIEWieuuTFyJ6KaxUlRaqEHYxgCnoQ4dUDCBA&uact=5&oq=%D9%86%D9%85%D9%88%D8%B0%D8%AC+%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9+%D9%88%D8%B6%D8%B9+%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AC%D9%86%D8%AF%D8%A9

من هنا نجد أن هناك علاقة بين مدى ارتباط تضخيم القضية واعتقاد الناس بأن هذه القضية مهمة فالبحوث المنجزة في هذا الميدان تثبت أن الناس يميلون إلى نسب الأهمية للمواضيع طبقاً للتعرض الإعلامي. فوضع الأجندة هي عبارة عن عملية تقود فيها وسائل الإعلام الإخبارية الجمهور لاختيار ما يوصف بأنه أهم القضايا العامة والمختلفة، لكن قيامها بهذه الوظيفة لا يكون بطريقة مباشرة كأن تدبر الجمهور بأن هذه القضية هي الأكثر أهمية من القضايا الأخرى، فهذه طريقة غير فعالة، فهي بدلاً من ذلك تشير إلى أهمية بعض القضايا من خلال معالجتها بطريقة مميزة مثل: تكرار تغطية هذه القضايا بشكل أكبر مقارنة بالقضايا الأخرى، وتخصيص حيز زمني أو طريقة استعراضية تجعلها أكثر بروزاً، وهذا ما حدده (روجرز) و(ديرينغ) Rogers and Dearing سنة 1988 للتمييز بين القضايا والأحداث لدى القيام ببحوث حول "وضع الأجندات الإعلامية" وهذا الاختلاف يمكن قياسه من ناحية المدة الزمنية، ومدى بروز الموضوع والأهمية الممنوحة له، فوضع الأجندة في أغلب الأحيان تقاس من خلال مستوى التكرار، ومدى بروز القضية في التغطية الإخبارية وأهمية بعض العوامل مثل، المساحة التي تحتلها الأعمدة الصحفية، أو المدة الزمنية المخصصة للبث التلفزيوني أو موقع القضية في الصحيفة أو في البرنامج التلفزيوني.

2. العوامل المؤثرة في وضع الأجندة:

هناك مجموعة من العوامل المؤثرة على النظرية أهمها:

- **طبيعة القضايا:** فطبيعة القضية سواء كانت مدركة (ملموسة) أو مجردة (غير ملموسة) تؤثر في عملية وضع الأجندة وهذا ما قام Zucker بدراسته، حيث قام بقياس طبيعة ست قضايا ثلاثة منها غير ملموسة: التلوث، المخدرات والطاقة، وثلاثة قضايا ملموسة: تكاليف المعيشة، البطالة والجريمة،

وخلص Zucker إلى وجود تأثير كبير لوسائل الإعلام على القضايا غير الملموسة مقابل القضايا الملموسة.

- **أهمية القضايا:** هي القضايا التي تسبب التهديد والخوف لدى الجماهير مثل: التلوث والإيدز عن القضايا التي ال تكون تهديدا مباشرا.

- **الخصائص الديموغرافية:** أشارت بعض الدراسات إلى وجود علاقة ارتباط بين الخصائص الديموغرافية ووضع أجندة الجمهور، إذ خلصت دراسة (وايتني) Whitney إلى أن متغير التعليم يلعب دورا أساسيا في ترتيب الأولويات نحو القضايا المثارة في وسائل الإعلام، حيث تزيد قدرة تلك الوسائل في وضع أجندة المتعلمين عند المقارنة بغير المتعلمين.

من جانب آخر أشارت بعض الدراسات إلى عدم وجود ارتباط بين المتغيرات الديموغرافية ووضع أجندة الجمهور، ومن بين هذه الدراسات: دراسة (شاو) و(مارتن) ودراسة (بسيوني حمادة) ودراسة (حسن عماد مكاوي)

- **الاتصال الشخصي:** تشير بعض الدراسات إلى دور الاتصال الشخصي في التأثير على وضع أجندة القضايا التي تحظى بتغطية إعلامية مكثفة، ومن بين هذه الدراسات دراسة (موتز Mutz) 1987 الخاصة بإدراك الجمهور لقضية المخدرات بوصفها قضية شخصية أو مشكل اجتماعي.

- **توقيت إثارة القضايا:** أشارت دراسات عديدة إلى أن وسائل الإعلام تقوم بدورها في ترتيب الأولويات أيام الانتخابات بشكل أقوى من الأوقات الأخرى، ومن أمثل، هذه الدراسات، دراسة (روبرتس) حول التنبؤ بسلوك التصويت الانتخابي. ودراسة (بروسياس) و(كيلنجر) حول تأثير وسائل الإعلام على الميول الانتخابية في ألمانيا.

- **نوع الوسيلة المستخدمة:** يشير خالد صلاح الدين إلى أن الصحف والتلفزيون يحققان وظيفة وضع أجندة للجمهور، ولكن الاختلاف يكمن في المدى الزمني لوضع الاجندات، حيث ثبت أن التلفزيون يحقق تأثيرات فعالة على المدى القصير Shortt term في حين تحقق الصحف تأثيرا أقوى على المدى البعيد Long-term

- المدى الزمني لوضع الأولويات: إن طبيعة القضية المثارة قد تفرض زمنا قصيرا أو طويلا للتأثير على الجمهور، لكن بوجه عام يكون المدى الزمني لوضع الأجندة في التلفزيون أقصر منه في الصحف.¹

3. القالم بوضع الأجندة

طرح الكثير من الباحثين سؤالا حول ما إذا كانت وسائل الإعلام هي التي تضع الأجندة للرأي العام، فمن يضع الأجندة لوسائل الإعلام؟ في الحقيقة مختلف المدارس اقترحت أن أجندة الرأي العام لديها تأثير على أجندة وسائل الإعلام فالجمهور يوضح لوسائل الإعلام (من خلال دراسات الجمهور، أبحاث السوق ونماذج الاستهلاك) ماذا يريدون أن يشاهدوا أو يقرؤوا، وببساطة تستجيب وسائل الإعلام لرغباتهم، بعبارة أخرى فوسائل الإعلام عبارة عن أسواق ولهذا فهي تقدم لجمهورها المادة التي هي على علم أنها ستستهلك.

إن هذه المدارس تناولت القضية من جهة أن الرأي العام يضع أجندة وسائل الإعلام، هذا صحيح إلا أنه من جهة أخرى فوسائل الإعلام تأثر في الجمهور من خلال تناول القضايا التي يريد الجمهور معرفتها عن طريق الزوايا التي تريد وسائل الإعلام أن تسلط عليها الضوء.

هناك بعض المدارس ترى بأن رئيس التحرير أو حارس البوابة هو من يقوم بوضع الأجندة والبعض يرى أن من يؤد هذه المهمة هم السياسيون ومستشاري هذه المؤسسة، لكن الاتجاه الحالي يركز على احترفي العلاقات العامة.

فروض نظرية ترتيب الأولويات:

1 - د. عبد الحافظ عواجي صلوي: نظريات التأثير الإعلامية، جمع وتنسيق أسامة بن ساعد المحيا 1423هـ. ص 24-25.

من ملف خاص بنظريات الاتصال يمكن الاطلاع عليه الرابط:

<https://www.alroqey.com/read/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9>

يوم 2024/12/04 الساعة 13س 59د.

- توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور.

- كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة كلما ساعد ذلك على أن تزداد أهمية هذه القضية لدى الجمهور ولكن من الجدير بالذكر أن الأجندة الإعلامية لا تتفق بشكل كبير مع "مؤثرات العالم الواقعي" فيمكن أن يبرزوا قضية هامة ويهملون قضية أخرى أقل أهمية.¹

حدود النظرية

هناك بعض الزوايا في بحوث "وضع الأجندة" تظل غامضة، فمثلاً ما الذي يحدث عند تحويل قضية مهمة موضوعة في أجندة وسائل الإعلام إلى عقول الجمهور أو إلى صناع السياسة؟ وهل تأخذ هذه العملية مدة زمنية طويلة أو قصيرة؟ أي كم تأخذ من الوقت لكي يأخذ الجمهور بترتيب الأجندة؟ إلى أي حد تكون فيه بعض النماذج مثل (العناوين الرئيسية، موقع الموضوع في نشرة الأخبار) مؤثرة في منح الأهمية لهذه القضية؟ كيف يقوم الناس بتخزين المعلومات حول القضايا المهمة؟

هذه الأسئلة وغيرها حول العملية الإعلامية وترتيبها للأولويات كانت متجاهلة من قبل بحوث وضع الأجندة. الدراسات الحالية تقترح أن مختلف الأفراد يمكن أن يخففوا من تأثيرات أجندة وسائل الإعلام، فالمشاهدين الذين يشككون في مصداقية وسائل الإعلام هم أقل احتمالاً لأن تكون أجندتهم موضوعة من قبل وسائل الإعلام، مشاهدة التلفزة لا يمكن أن تعتبر كنشاط وحيد البعد وأن يعطيها كل الجمهور معنى متساوياً بشكل دائم.²

وجه باحثون مجموعة انتقادات لنظرية الأجندة تتلخص فيما يلي:

1- ضيق المجال الذي تتحرك فيه بحوث ترتيب الأولويات.

2- إغفال الطبيعة التراكمية التي لها تأثيرات وسائل الاتصال والتركيز على الآثار قصيرة الأمد.

1 - عدلي عاطف العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سابق، ص 342.

2 - فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002، ص 268.

3- أثبتت بحوث لاحقة أن وظيفة الأجندة هي نتيجة محتملة وليست مؤكدة.

4- ليس واضحاً إن كانت التأثيرات ناتجة عن أجندة وسائل الإعلام أو عن الاتصال الشخصي والجمعي.

5- هناك شكوك حول جدوى الاعتماد على نتائج تحليل المضمون لتعطينا مؤشرات لتأثير أجندة الإعلام.

6- تثار تساؤلات حول نقطة البداية، وما إذا كانت تبدأ بواسطة وسائل الإعلام، أم بدايةً من حاجات الجمهور واهتماماتهم، أم بتأثير قادة الرأي والصفوة كمصدر ينافس وسائل الاتصال.

7- وجهت انتقادات للباحثين في مجال وضع الأجندة لإعطائهم اهتماماً غير كافٍ للقوى السائدة في

بيئة وسائل الإعلام، ومن ثم نادت بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام واهتمامات الجماهير من

خلال المنظومة الاجتماعية الشاملة التي تعمل من خلالها وسائل الاتصال.

ويرى دينيس ماكويل أن نظرية ترتيب الأولويات لها حدود، وهي مرتبطة بمداخل ونظريات أخرى، وهي ليست واضحة بما فيه الكفاية مثل نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية تدعيم الصمت، ولهذا ربما يكون من الأفضل أن تعمل في إطار نظرية التعلم والتنشئة الاجتماعية.¹

¹ - كمال الحاج، مرجع سابق، ص 144.

المحاضرة التاسعة

3- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory)

يتكون نموذج الاعتماد على وسائل الاعلام من ثلاثة عناصر هي المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور¹ وكان كل من (ساندرا بول روكيتش) و(ميلغين ديلغير) قد وضعوا 1716 إطاراً لنظرية الاعتماد على وسائل الاتصال. وتتبع نظرية الاعتماد من العديد من الجذور الفكرية المشابهة لنظرية الاستخدامات والإشباع فكلهما يركز على العلاقة بين الأهداف الفردية والنظام الإعلامي، وهما نظريتان تتبعان مداخل وظيفية اجتماعية، يمكن القول أن نظرية الاعتماد هي "نظرية بيئية" تنظر إلى المجتمع باعتباره مركباً تسود بين أجزائه ارتباطات، ومن ثم تحاول تفسير هذه الارتباطات والعلاقات. ومن الأهداف الرئيسة لنظرية الاعتماد محاولة معرفة الأسباب التي تجعل لوسائل الاتصال أثراً قوياً ومباشرة أحياناً، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة.

ركائز نظرية الاعتماد:

تقوم نظرية الاعتماد على ركيزتين أساسيتين، هما:

أ- **الأهداف:** هناك أهدافاً للأفراد والجماعات والمنظمات يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها مصادر الاتصال المختلفة التي يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات والعكس بالعكس.

ب- **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى مصادر مختلفة لتحقيق أهدافهم، وتقوم وسائل الإعلام- بثلاث أدوار حيال المعلومات: أولها جمع المعلومات ثم تنسيقها وتنقيحها، وآخرها نشر وتوزيع المعلومات. ويستخدم (ديلغير) و(روكيتش) مفهوم المعلومات للإشارة إلى الرسائل الإعلامية.

أهداف اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال

1 - د. منال أبو الحسن: علم الاجتماع الإعلامي، النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات،

القاهرة، 2008، ص 127.

أ- الفهم: بهدف معرفة وفهم ما يدور في البيئة المحيطة، ويشمل ذلك التعليم والحصول على خبرات - معينة لتحقيق الانسجام بين الفرد والوسط المحيط به.

ب- التوجيه: تقوم وسائل الإعلام بتوجيه الجمهور في إطار أخلاقيات المجتمع وضوابطه.

ج- التسلية: يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتلقي موضوعات ترفيهية تساهم في تحقيق الاسترخاء - والتخلص من الملل والهروب من المشكلات والضغط اليومية.

افتراضات نظرية الاعتماد

تقوم نظرية الاعتماد على عدة افتراضات

1- تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة الاعتماد على وسائل الاتصال، فكلما ازداد استقرار المجتمع قل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، والعكس بالعكس.

2- تزداد درجة الاعتماد على النظام الإعلامي السائد في مجتمع ما في حالة قلة قنوات الإعلام الأخرى.

3- تتأثر درجة الاعتماد على وسائل الاتصال باختلاف خصائص الجمهور الديموغرافية (السكانية) والخاصة.

تأثيرات الاعتماد على وسائل الاتصال

أولاً: التأثيرات المعرفية: Cognitive Effects مثل إزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث، وذلك بتقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث، وأيضاً التأثير في إدراك الجمهور للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا، أيضاً من التأثيرات المعرفية تلك الخاصة بالقيم والمعتقدات¹

1 - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 226.

1- تجاوز مشكلة الغموض Ambiguity الناتجة عن تناقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم الأحداث أو تفسير هذه الأحداث.

2- تشكيل الاتجاهات Attitude Formation حيث تقوم وسائل الاتصال دائماً لإثارة الأفراد للاهتمام بالشخصيات والموضوعات والأحداث وتكوين اتجاهات حيالها.

3- ترتيب الاهتمامات Agenda-Setting تقوم وسائل الاتصال بدور في ترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا والأحداث والأشخاص.

4- توسيع الاعتقادات تلعب وسائل الاتصال دوراً في توسيع اعتقاداته حول الأحداث والأشخاص والجماعات الأخرى.

5- القيم Values تقوم وسائل الاتصال بدور كبير في توضيح أهمية القسم والترويج لها والحفاظ عليها.

ثانياً: التأثيرات الوجدانية Affective Effects والمتعلقة بالمشاعر والأحاسيس، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف وأيضاً التأثير المعنوي مثل الاغتراب عن المجتمع.¹

أ- الفتور العاطفي: Desensitization هناك نتائج توصلت إلى أن التعرض الكثيف للعنف في المواد الإعلامية خصوصاً التلفزيونية يؤدي إلى فتور عاطفي، ونقص الرغبة في مساعدة الآخرين خصوصاً الذين يتعرضون للعنف، فيصل الفرد على أن يعتبر فيها العنف هو حالة طبيعية في المجتمع. وهناك دراسات أخرى أثبتت أن الاستشارة النفسية التي تنشأ نتيجة التعرض لأعمال العنف في وسائل الاتصال تتناقص بمرور الزمن.

ب- الخوف والقلق: Fear and Anxiety عندما تعرض وسائل الإعلام مواد عنيفة تثير شعوراً لدى الأفراد بالخوف والقلق أن يكونوا ضحايا محتملين لهذه الحوادث.

1 - نفس المرجع السابق، ص 226.

ج- دعم الروح المعنوية أو دعم الشعور بالاغتراب: **Morale and Alienation** لوحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد رسائل وسائل الإعلام معبرةً عن ثقافته وانتماءاته المعرفية والسياسية والدينية، ويمكن أن تلعب وسائل الإعلام دوراً إيجابياً في رفع الروح المعنوية للأفراد.

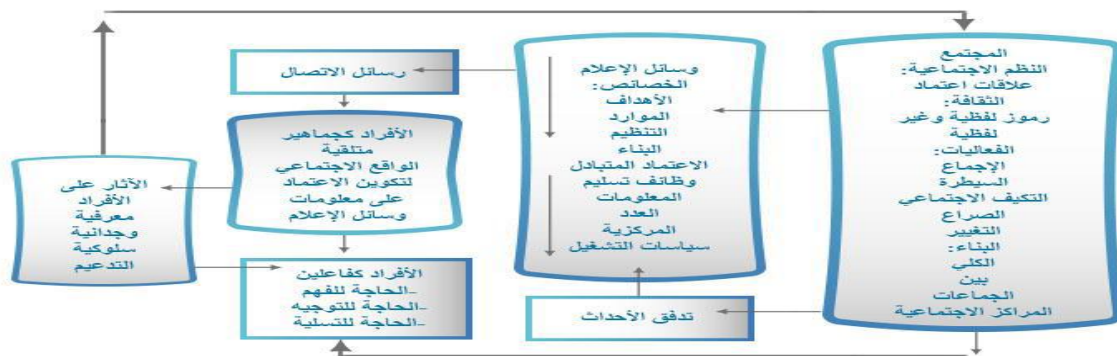
ثالثاً: الآثار السلوكية: **Behavioral Effects** والمتمثلة في الحركة أو الفعل الذي يظهر في سلوك علي، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية ومرتبة عليهما.¹

تحدث (ميلفن ديغلير) و(ساندرا روكتش) عن أن هناك مصدرين أساسيين للتغيير في طبيعة علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام أحدهما الصراع والآخر التكيف.² التنشيط والخمول كأثرين سلوكيين رئيسين لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام.

أ- التنشيط **Activation**: يعني حماس الفرد للقيام بسلوك إيجابي أو سلبي نتيجة التعرض لوسائل الإعلام.

ب- الخمول **Deactivation**: الخمول يعني عدم النشاط وعدم الحماس للقيام بسلوك ما إيجابي سلبي نتيجة التعرض لوسائل الإعلام.

النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (ديغلير وروكتيش)



شكل رقم (11) يمثل النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (ديغلير وروكتيش)

1 - نفسه.

2 - نفس المرجع السابق والصفحة.

– الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد

- 1- أن هناك مبالغة في تقييم اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
 - 2- تضخم النظرية من تأثير وسائل الإعلام خصوصاً وقت الأزمات.
 - 3- لم تلحظ النظرية تأثيرات قنوات اتصال شخصي وجمعي مثل النوادي والمنظمات والجامعات.
 - 4- رغم أن النظرية أساساً تخوض في الاعتماد على المستوى الجمعي ككل، إلا أنها تعاملت مع المستوى الفردي فقط.
 - 5- معظم الباحثين اعتبروا أن مجرد التعرض يعد اعتماداً، رغم أنه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها.
- رغم هذه الانتقادات لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلا أنها تعد من أهم النظريات التي حاولت تفسير العلاقة بين الجمهور المتلقي ووسائل الإعلام.¹

1 – كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، 2020، ص 145-149

المحور السادس: نظريات دراسة الجمهور

المحاضرة العاشرة

4-نظرية المجتمع الجماهيري والآثار الموحدة (Unified Effects Theory)

مع بداية القرن العشري كانت صورة المجتمع الجديدة أنه يتغير من نظام اجتماعي تقليدي مستقر يربط قيمة الناس ارتباطا وثيقا إلى مجتمع يتميز بتعقيد أكبر حيث يعزل فيه الأفراد اجتماعيا عن بعضهم بعضا. فترى هذه النظرية أن المجتمع الجماهيري يتميز بتعقيد أكبر حيث يعزل فيه الأفراد اجتماعيا عن بعضهم البعض وهي لا تعني المجتمع الضخم كثير العدد وإنما التصنيف يتم على أساس العلاقة القائمة على الأفراد ومن أبرز سماته:

- يتسم الأفراد في المجتمع الجماهيري بالعزلة النفسية عن الآخرين.
 - يسود انعدام المشاعر الشخصية عند التفاعل مع الآخرين.
 - يتحرر الأفراد نسبيا من الالتزامات الاجتماعية العامة.
 - فالمجتمع الجماهيري يتكون من أفراد مرتبط ببعضهم ارتباطا طفيفا نتيجة لضعف الروابط التقليدية وتنامي العقلانية وتقسيم العمل
- تأسيس هذه النظرية يقوم على أساس مفهوم جمهور الأفراد المنعزلين وهذا ضمنا يعني:
- جمهور ا لمتلقين لمضمون الوسائل الإعلامية عبارة عن عدد كبير من أفراد المجتمع ولا يعتبر هذا العدد جماعة أو حشد.
 - غير معروفين لبعضهم البعض ولا للقاء بالاتصال.
 - غير مدرك لذاته وهويته ولا يستطيع اتخاذ خطوات جماعية.
 - تغيير الأعضاء تغييرا مستمرا نسبيا.
 - لا يستطيع خدمة مصلحته وعرضة للاستهداف والتأثير.
 - جمهور متنوع باعتبار الشرائح التي ينتمي إليها وجمهور واحد باعتبار سلوكه تجاه قضية محددة وطبقا عاملة من يريد التأثير فيه.

- ترجع هذه النظرية في تأسيسها إلى عدد من علماء الاجتماع في أواخر الخمسينيات من القرن الميلادي الماضي.

- تؤكد النظرية على التداخل والاعتماد المتبادل بين المؤسسات النافذة في المجتمع ومنها وسائل الإعلام التي ينظر إليها على أنها جزء لا يتجزأ من النظام القائم.

- تقوم بإخضاع أجزاء المجتمع المختلفة وتوحيده تحت سلطة النظام الاجتماعي.

- لا تستطيع أن تقدم نظرات متعددة وناقدة لكنها تسعى لتكييف الأفراد للقبول واقعهم.

ما تقدمه وسائل الإعلام للفرد من منظور هذه النظرية

- تزويد الأفراد بفكرة عن مكانتهم في النظام الاجتماعي
- توفر للأفراد طرقاً للاسترخاء والهروب من المشكلات اليومية
- تعمل على تمكينهم من التعايش مع واقعهم (رتابة في العمل، الحاجة للترفيه، الخضوع لسلطة البيروقراطية، الانكفاء على الذات، الاعتزال، الانغماس في طلب الرزق، ضعف الاهتمام والمشاركة العامة، انحسار التضامن الاجتماعي)

وسائل الإعلام من منظور هذه النظرية هي الوسيلة الأولى في المحافظة على هذا الشكل الاجتماعي:

من خلال تكوين جماهير مضللة ومغربة غين مترابطة

ومن خلال تقديم نظرة مزيفة وغير واقعية للعالم الذي يعيشون فيه

ولذلك تعتبر هذه النظرية أداة تحليل قوية في يد القوى السياسية والاقتصادية في المجتمع عنصر مهم في المحافظة على التوازن النفسي لأفراد الجماهير التي تعيش مصاعب المعيشة اليومية وظروفها

بماذا ترتبط نظرية المجتمع الجماهيري؟

نظرية المجتمع الجماهيري ترتبط بعدة جوانب ومجالات في العلوم الاجتماعية والإعلامية هي:

1. تأثير وسائل الإعلام: تبحث النظرية في كيفية تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية على تشكيل آراء وسلوكيات الأفراد والمجتمعات.

2. العلاقات الاجتماعية: تدرس النظرية كيفية تأثير وسائل الإعلام على العلاقات الاجتماعية وتفاعل الأفراد داخل المجتمع.

3. الثقافة الجماهيرية: ترتبط بفهم كيفية تشكيل وسائل الإعلام للثقافة الجماهيرية ونقل القيم والمعايير الاجتماعية.

4. العزلة الاجتماعية: تفترض النظرية أن الاعتماد المفرط على وسائل الإعلام يمكن أن يؤدي إلى عزلة الأفراد عن التفاعل الاجتماعي المباشر.

5. التغيرات الاجتماعية: تركز على دور وسائل الإعلام في دعم أو معارضة التغيرات الاجتماعية والسياسية.

- نظرية المجتمع الجماهيري ونظرية الآثار الموحدة Uniform Effects

قام كل من (بروم وسيلزنيك L.Broam & P.Selsnick) بمناقشة مسألة تنظيم النظام الاجتماعي الصناعي في مدن العالم الغربي المعاصر، وأجزا الخطوط الرئيسية لفكرة المجتمع الجماهيري بإيجاز بارع في الفقرة التالية:

يتكون المجتمع الحديث من الجماهير بمعنى أنه «قد ظهر جمهور عريض من الأفراد المنفصلين المعزولين الذين يعتمدون على بعضهم البعض في كل الوسائل المتخصصة وإن كانت ننقصهم قيمة أو هدف أساسي يوحد بينهم» وقد أدى ضعف الروابط التقليدية وتنامي العقلانية وتقسيم العمل إلى خلق مجتمعات تتكون من أفراد مرتبطين ببعض ارتباطاً طفيفاً. وفي هذا الشأن، تعنى كلمة الجماهير Mass شيئاً أو معنى أقرب إلى حد ما من كلمة «تجمع» An aggregate ما إلى معنى مجموعة اجتماعية مرتبطة ارتباطاً شديداً.¹ فتقسيم العمل والتمايز بين الأفراد والمعيشة في الحضر

1 - ملفين ل. ديفلير، وساندرا بول - روكيتش: نظريات وسائل الإعلام. ط 1. ترجمة كمال عبد الرؤوف،

الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992، ص 229.

والتخصص الدقيق من سمات المجتمعات الحديثة، وبعد الصراع بين المجتمعات والطبقات أفاق العالم على حروب طاحنة تمثلت في الحربين العالميتين الأولى والثانية أين لعبت الدعاية دورا مهما في قولبة الرأي العام بشكل رهيب عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية للتأثير على الفرد في المجتمع باستجابة متماثلة.

لهذا يصف (جون بيتنر 1986 J.R. Bittner) نظرية الآثار الموحدة Uniform Effects بأنها تنظر إلى جماهير وسائل الاتصال الجماهيرية كمجموعات من الأشخاص غير المعروفين، لهم أنماط حياة منفصلة، ويتأثرون - بشكل فردي - بمختلف وسائل الاتصال التي يتعرضون لها، أي أنها تجربة فردية وليست تجربة جماعية، وكان هذا القبول لفهم أثر وسائل الإعلام يسمى بنظرية «الرصاص السحرية» Magic Bullet أو بنموذج «الحقنة تحت الجلد» The Needle Model Hypodermic¹

سلبيات النظرية

- متشائمة جدا في نظرتها للمجتمع
 - غير قابلة للدراسة الإمبريقية
 - تفسيرها شمولي وعام
 - عبارة عن مجرد تشخيص لما وصلت إليه المجتمعات الحديثة من اعتلال وضعف
 - مبنية على التصور النقدي والحنين إلى المجتمع المحلي الصغير
- من ناحية التأثير الإعلامي:
- تؤكد على السيطرة
 - اتجاه التأثير اتجاه فوقي

1 - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 222.

المحور التاسع: نظريات التأثير المعتدل

المحاضرة الحادية عشر

- نظرية الاستخدامات والإشباع

يطلق عليها البعض نموذج، والبعض الآخر مدخل، ويطلق عليها آخرون منظور.

ويشعر بعض النقاد أن أسلوب المنافع والإشباع أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاتها، وما هو صياغة معادة محدودة الجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي... كما يرون أن البحث باستخدام منظور المنافع والإشباع لم يتولد حتى الآن سوى القليل من القوائم عن الأسباب التي يبرز بها الناس انتقاءهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي، أو قوائم من الإشباعات يقول الناس أنهم يحصلون عليها من اهتمامهم بالإعلام.

ولا يضيف المنظور الكثير على طريق التفسير المنظم وراء ذلك.

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" (كاتز وبلومر Elihu Katz and Blumer Jay) سنة 1944 ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.

ومن وجهة نظر (كاتز وبلومر) فإن مدخل الاستخدام والإشباع يعني ما يلي:

- الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.

- الاحتياجات التي يتولد عنها.

- توقعات.

- من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى:

أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها:

- إشباعات للاحتياجات.

- ونتائج أخرى في الغالب خير مقصودة.

وعليه، فهذه النظرية تستند على الافتراضات الآتية:

- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحده الفروق الفردية.

- التأكد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته فهو يستطيع ان يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الاعلام.

- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- الهدف الأول : التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

- الهدف الثاني: توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

- أما الهدف الثالث، فهو التركيز على أن فهم الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

لقد صنف كثير من الباحثين دوافع المشاهدة على دوافع متعددة، فقد حدد (جربز) هذه الدوافع في: العادة، الاسترخاء، قضاء وقت الفراغ، التعلم • الهروب، البحث عن رفيق، وصنفها (بالمجرين Palmgreen) إلى: تعلم الأشياء، الاسترخاء، تحقيق المنفعة الاتصالية، النسيان المتعة أو الاستمتاع وحددها "روبن" في: ملئ وقت الفراغ، البحث عن المعلومات والمعرفة، الرغبة في تحقيق المتعة، البحث عن رفيق.

ثم عاد "روبن" وصنفها إلى: دوافع نفعية، ودوافع طقوسية، فالمشاهدة النفعية التي تتم بهدف معين، أما المشاهدة الطقوسية فنتم كعادة أو لأسباب تحويلية هروبية.

كما صنف الكثيرون أيضاً الإشباعات التي تتحقق من المشاهدة على النحو التالي:¹

نموذج (لورانس ووينر L. Wenner) 1985 للإشباعات:

- إشباعات المحتوى: ناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الاعلام وتنقسم إلى قسمين رئيسيين:

- 1- إشباعات توجيهية: تتضمن الحصول على المعلومات، تأكيد الذات ومراقبة البيئة.
- 2- إشباعات اجتماعية: يقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بمنظومة علاقاته الاجتماعية.

- إشباعات عملية الاتصال: تنتج عن عملية الاتصال نفسها واختيار وسيلة معينة ولا ترتبط بمضمون الوسيلة وهي تنقسم إلى نوعين رئيسيين:

- إشباعات شبه توجيهية لتخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات والتدعيم المعنوي من خلال التعرض لمواد إعلامية ترفيهية.
- إشباعات شبه اجتماعية، تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.²

1 - كافي مصطفى يوسف، مرجع سابق، ص 214-216.

2 - كمال الحاج، مرجع سابق، ص 102-103.

نقد النظرية

من أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع، نجد:

- أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة، مثل الدوافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات.
- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.
- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعدد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضاً استخدامات غير هادفة.
- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى وظائف ووسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر.¹
- لا تصلح النظرية للتعميم، لأن الاستخدامات والإشباع من وسائل الاتصال تختلف باختلاف الثقافات وباختلاف العوامل السكانية.
- يعتقد بعض النقاد أن النظرية مجرد أسلوب لجمع البيانات.
- يمكن أن يكون لمصطلح الوظيفة الذي تترجمه هذه النظرية أكثر من معنى، فقد يعني هدفاً أو نتيجة أو توقع أو مطلب، مما يؤدي إلى مزيد من الالتباس في مفاهيم النظرية ذاتها وفي أهدافها.²

1 - كافي مصطفى يوسف، مرجع سابق، ص 216-217.

2 - كمال الحاج، مرجع سابق، ص 103.

المحاضرة الثانية عشر

6- نظرية التأثير المحدود (Limited Effects Theory)

إن التاريخ اللاحق لتطور نظرية الإعلام معروف جداً. فقد ابتعدت عن افتراضات "التأثيرات القوية" الأصلية، و"الإبرة تحت الجلد" في أيامها الأولى إلى نموذج تأثيرات أكثر محدودية، ثم إلى نموذج تدفق من خطوتين، مع إدراج قادة الرأي؛ ثم إلى نموذج تدفق متعدد الخطوات؛ ثم إلى انفجار وجهات النظر.¹

تم اقتباس نظرية التأثير المحدود من علم النفس والاجتماع تقول أن الأفراد يمكن أن يؤثروا على الآخرين بطرق غير مباشرة وغير متوقعة. تم تطوير هذه النظرية من قبل العالم الأمريكي جيمس كولز في عام 1984.

نظرية التأثير المحدود (Limited Effects Theory) تتبع من الدراسات التي أجريت في منتصف القرن العشرين وتهدف إلى فهم تأثير وسائل الإعلام على الجمهور وبالضبط مع دراسة لازرسفيلد عام 1940 على سلوك الناخبين، حيث أظهرت أن القليل منهم قد تأثروا بوسائل الاتصال الجماهيري، وأنه ليس هناك أدلة كافية على أن الناس قد غيروا اتجاهاتهم تأثراً بالرسائل الإعلامية، وكانت من نتائج هذه الدراسة التوصل إلى فكرة نظرية (انتقال المعلومات على مرحلتين) أي أن المعلومات تنتقل إلى قادة الرأي من وسائل الإعلام ومن ثم إلى الآخرين. وحسب هذه النظرية أن الأفراد يستجيبون بشكل مختلف للمثير أو المنبه وفق مكوناتهم النفسية واتجاهاتهم الفكرية وحاجاتهم وأن قوة وسائل الإعلام وتأثيرها يجب أن ينظر حسب عمليات الانتقاء. وتركز هذه النظرية على عدة نقاط أساسية:

1 دور الوسائط الاجتماعية

1 - Robert S. , Fortner ; Fackler, P. Mark: **The Handbook of Media and Mass Communication Theory**, Wiley, UK, 2014, pp. 33-34.

التفاعل الاجتماعي: تشير النظرية إلى أن التفاعل الاجتماعي بين الأفراد له تأثير كبير على كيفية تلقي المعلومات الإعلامية. على سبيل المثال، يمكن للأفراد مناقشة المحتوى الإعلامي مع أصدقائهم أو عائلاتهم، مما يؤثر على كيفية فهمهم له واستقبالهم للرسالة الإعلامية.

التأثير الانتقائي: تؤكد النظرية أن الأفراد يميلون إلى اختيار وسائل الإعلام والمحتوى الذي يتماشى مع معتقداتهم وآرائهم المسبقة، مما يقلل من التأثير الكلي لوسائل الإعلام.

2. الوطاء الإعلامي

قادة الرأي: تبرز النظرية دور قادة الرأي - الأشخاص الذين يتمتعون بتأثير كبير في مجتمعاتهم ويمكنهم إعادة تفسير ونقل الرسائل الإعلامية للآخرين، مما يحد من التأثير المباشر لوسائل الإعلام.

المرشحات الشخصية والاجتماعية: الأفراد يعتمدون على مرشحاتهم الشخصية والاجتماعية في تلقي المعلومات، مما يؤثر على مدى تأثير الرسائل الإعلامية عليهم.

3. الخصائص الفردية والسياقية

الخلفيات الثقافية والتعليمية: تؤكد النظرية أن الخلفية الثقافية والتعليمية للأفراد تؤثر على كيفية استقبالهم للمعلومات الإعلامية. الأفراد ذوو الخلفيات المختلفة قد يفهمون نفس الرسالة بطرق مختلفة.

التجارب الشخصية: التجارب السابقة للأفراد تلعب دوراً في كيفية تفاعلهم مع المحتوى الإعلامي، مما يقلل من قدرة وسائل الإعلام على إحداث تغيير مباشر أو شامل.

4. التأثيرات المحدودة والموزونة

التأثير المحدود: بدلاً من النظر إلى وسائل الإعلام كمؤثرات قوية ومباشرة، تنظر النظرية إليها كعوامل تؤثر بطرق متعددة وموزونة بناءً على سياقات اجتماعية وشخصية معقدة.

النماذج الوسيطة: تسعى النظرية إلى فهم التأثيرات المتداخلة والمتعددة للوسائط الإعلامية بدلاً من تفسيرها كتأثيرات خطية مباشرة.

إجمالاً، تشير نظرية التأثير المحدود إلى أن وسائل الإعلام لا تمتلك القدرة الكاملة على تشكيل وتوجيه أفكار وسلوكيات الأفراد بشكل مطلق، وإنما تتأثر هذه العملية بعوامل عديدة تجعل من تأثيرها محدوداً وموزوناً.

نقد النظرية

إن مشكلة نموذج التأثيرات المحدودة هي أنه حافظ على نموذج خطي من السبب إلى النتيجة للبحث والنظرية. لقد فشل في أخذ القوى الاجتماعية في الاعتبار على وسائل الإعلام أو الطرق التي قد يؤثر بها الأفراد على العملية. وظل النموذج واحداً من وسائل الإعلام النشطة والجمهور السلبي. بالإضافة إلى ذلك، ركز نموذج التأثيرات المحدودة بشكل شبه حصري على تأثيرات الموقف والرأي، متجاهلاً أنواعاً أخرى من التأثيرات والوظائف. وأخيراً، ووفاءً للتقاليد السابقة، ركز هذا البحث على التأثيرات قصيرة المدى للاتصال الجماهيري دون التساؤل عما إذا كان التعرض المتكرر أو تأخير الوقت قد يؤثر على الجمهور.

خلال الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين، حاول الباحثون التغلب على هذه الصعوبات. وتم لاحقاً ظهور جهود جديدة لتوسيع مفاهيم تأثيرات الاتصال وتقييم وظائف أخرى غير تأثيرات الجمهور المباشر. تركزت إحدى أكثر مجالات البحث شيوعاً على وظيفة تحديد الأجندة للاتصال الجماهيري.¹

1 - Littlejohn, Stephen W. Op. Cit, p. 282.

المحاضرة الثالثة عشر

7-نظرية الزرع (Cultivation Theory)

تسمى أيضاً، نظرية الغرس الثقافي، ظهرت في سبعينيات القرن الماضي ويُعد جورج غربنر G.Gerbner أبرز منظري هذه النظرية. وهي تتحدث عن كيفية تأثير الثقافة والتقاليد على الأفراد والمجتمعات. تشير النظرية إلى أن الأفراد يتعلمون القيم والمعتقدات والسلوكيات من خلال التفاعل مع البيئة الثقافية المحيطة بهم، مثل الأسرة، المدرسة، والمجتمع. هذا يساهم في تشكيل هويتهم الثقافية وتوجيه سلوكياتهم وتفاعلاتهم مع الآخرين.

ويطرح غربنر مفهوماً موازياً للغرس الثقافي هو الإنماء الثقافي ويمكن وصف الإنماء بأنه العملية التي تقوم بها الثقافة في مجتمع ما، والثقافة هي ذلك الكل الم ركب من الفنون والعلوم والعادات والتقاليد

والعلوم والفنون والديانة، والقانون والمها ارت واللغة، والموسيقى، والسلوك...إلخ. ويمكن وصف عملية

الإنماء أنها نوع من التعلم العرضي بدون وعي وتخطيط نتيجة التعرض لوسائل الاتصال حيث يتعرف

الفرد على حقائق الواقع الاجتماعي التي تصبح جزءاً من الصورة الذهنية المكوّنة لديه.1

فروض نظرية الغرس

أولاً: يعد التلفزيون وسيلة فريدة للغرس مقارنة مع وسائل الاتصال الأخرى:

التلفزيون هو الوسيلة الأكثر حضوراً حتى الآن لساعات طويلة خلال اليوم، وتمد الأطفال برموز وتصورات وتسهم في تنشئتهم الاجتماعية المبكرة، بينما تلعب الوسائل الأخرى دورها بعد أن

يكون الطفل قد اكتسب القيم والعادات والاهتمامات في منزله بمشاركة دور التلفزيون، وبذلك يظهر واضحاً تأثير التلفزيون على الطفل، بنتيجة خصائص التلفزيون المميزة الجاذبة، ووجود التلفزيون داخل المنزل، يساعد على قيام الأسرة على دعم انتقاء الطفل للمواد التي يتعرض لها.

ثانياً: تشكل الرسائل التلفزيونية نظاماً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد في الثقافة:

يرتبط الغرس كعملية ثقافية بتماسك النسق المعرفي والقيمي الموجود في المجتمع، لذا يعتقد الباحثون أن الأفكار والقيم والميزات التي تظهر في البرامج التلفزيونية والمواد هي في الواقع متناغمة ومتناغمة ومتسقة مع بعضها البعض وليست متناقضة أو متنافرة. ويفسر ذلك حقيقة أن هذه المواد التلفزيونية تستند إلى هذه الوسائل وتمثل سياسات الأشخاص الذين يهدفون إلى الوصول إلى أكبر جمهور مستهدف. دون إحداث فرق أو إثارة قضايا إبداعية، أصبح التلفزيون بائعاً يوزع الصور والأفكار الراسخة والمنتشرة في الثقافة الشعبية، لذلك لا يتم فصل التلفزيون عن الثقافة السائدة، ولكنه اتجاه سائد في حد ذاته.

ثالثاً: تحليل المضمون للمواد الإعلامية من أهم مفاتيح فهم عملية الغرس

رابعاً: يركز الغرس على دور التلفزيون في صياغة تفكير الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة

خامساً: تحليل المضمون يهتم بتدعيم الاستقرار والانسجام في المجتمع

توصل عدد من العلماء أن تأثير وسائل الإعلام الأساسي يميل إلى الحفاظ على المعايير السائدة بدلاً من تغييرها، فيشير غرينر وزملاؤه إلى أن التلفزيون يلعب حالياً دوراً مشابهاً لدور القائد العظيم أو الشيخ الحكيم في نقل القصص والأساطير. بالإضافة إلى ذلك، يُعتبر التلفزيون أكثر وسائل الإعلام تأثيراً في نشر الصور النمطية والعادات الثقافية الشعبية. كما يزودنا بمعلومات عن الحياة اليومية والأشخاص والأماكن والسلطة، مع عرضه للجوانب الإيجابية والسلبية، والمشاعر المختلفة مثل السعادة والحزن، والقوة والضعف، والنجاح والفشل. وقد تحول التلفزيون إلى أداة فعالة في عمليات التعليم الاجتماعي والتنظيم الاجتماعي.

نقد النظرية

- تنظر إلى التأثير التلفزيوني بشكل عام من خلال ساعات المشاهدة دون النظر إلى نوعية البرامج التي تتم مشاهدتها.
- لم تأخذ النظرية في اعتبارها المتغيرات الأخرى مثل المتغيرات الديموغرافية.
- ليس هناك علاقة بين مشاهدة محتوى التلفزيون والغرس عند المشاهدين، فالعلاقة لا تنطبق على مشاهدة محتوى جميع مواد التلفزيون، وإنما قد تحدث نتيجة مشاهدة برامج محددة.
- **التفاوت الاجتماعي:** تُعتبر النظرية أن الثقافة تنتقل عبر الأجيال، مما يؤدي إلى تفاوت اجتماعي واقتصادي.
- **التحيز الثقافي:** تُنتقد النظرية بأنها تعزز التحيز الثقافي وتقلل من التنوع الثقافي.
- **التأثيرات البيئية:** تُعتبر النظرية أن البيئة لا تلعب دوراً كبيراً في تشكيل الثقافة، مما يُعتبر انتقاداً كبيراً من قبل الباحثين.

المحور نظريات التأثير المباشر

المحاضرة الرابعة عشر

1-نظرية الرصاصة السحرية (Magic Bullet Theory)

تسمى أيضا نظرية الحقنة تحت الجلد Needle Model The Hypodermic أو الحقنة، ظهرت في أربعينيات القرن الماضي. ولقد كانت نظرية «الطلقة السحرية، تعتمد تماماً على النظريات العامة في مجال علم الاجتماع وعلم النفس وفقاً لتطورها حتى ذلك الوقت. وفضلاً عن ذلك كان هناك مثال واضح هو التأثير الهائل للدعاية خلال الحرب العالمية الأولى، ويبدو أن هذه الدعاية كانت تقدم الدليل الصحيح على أن وسائل الإعلام كانت قوية على نفس النحو الذى وصفها به (لازويل Lasswell H.) وصفا دراميا عندما استنتج أنها كانت «المطرقة الجديدة وسندان الترابط الاجتماعي» كما كانت هناك الحقائق التي لا تقبل الجدل على ما يبدو، والناشئة عن إعلام جماهير ذلك الوقت بأن وسائل الإعلام قادرة على إقناع الناس بشراء السلع بكميات كبيرة، وبشكل متنوع، وقد جاء هذا الاعتقاد إضافة إلى الإيمان بقوتها العظمى. 1 فالرسائل الإعلامية تُحقن مباشرة في عقول الناس، مما يؤدي إلى تأثيرات محددة وفورية.

افتراضات النظرية

ومن أهم الافتراضات التي تقوم عليها هذه النظرية ما يلي:

- أن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الأعضاء في المجتمع الجماهيري الذي يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب.
- أن الرسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد بقوة.
- أن هذه المنبهات تقود الأفراد إلى الاستجابة بشكل متماثل إلى حد ما، وتخلق تغييرات في التفكير والأفعال بشكل متماثل عند كل الأفراد.

1 - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 223.

- أن تأثير وسائل الإعلام قوية ومتماثلة ومباشرة، ويرجع ذلك إلى ضعف وسائل الضبط الاجتماعي مثل التقاليد والعادات المشتركة.

- أن الفرد يتلقى معلومات بشكل فردي من وسائل الإعلام وبدون وسيط.

- أن رد الفعل أيضا فردي ولا يعتمد على تأثر المتلقين على بعضهم¹.

نقد النظرية

اليوم، هذه النظرية لم تعد مقبولة بشكل واسع بين الباحثين في الإعلام والاتصال، فالباحثون الآن يميلون إلى الاعتقاد بأن تأثير وسائل الإعلام أكثر تعقيداً ويتأثر بعوامل متعددة، مثل الخلفية الثقافية والاجتماعية للأفراد، وتفاعلهم النشط مع المحتوى الإعلامي.

إن نظرية الرصاصة السحرية مبنية على فرضية طبيعة الانسان (مثير - استجابة) وليست مبنية على تجارب الأبحاث، وهنا بعض المدارس لم تتقبل هذه النظرية لأنها مبنية على افتراضات بدلا من حقائق علمية، ففي سنة 1938 قام "لازار رسفيلد" وزملاؤه باختبار نظرية الحقنة تحت الجلد في برنامج إذاعي بعنوان "الحرب العالمية" وهو برنامج كوميدي شهير وقد تم إدراج نشرة إخبارية فيه أثارت الذعر وردود فعل واسعة النطاق في جمهور وسائل الإعلام الأمريكية، ومن خلال التحقيقات التي قاموا بها وجدوا أن رسائل وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر أو لا تؤثر على الجمهور.

في سنة 1940 أجرى "لازار رسفيلد" دراسة بعنوان "اختيار الشعب" وهي حول الحملة الانتخابية لفرانكلين روزفلت وتأثير الرسائل الإعلامية. ومن خلال هذه الدراسة دحض "لازار رسفيلد" نظرية الحقنة تحت الجلد، حيث أن الجمهور أكثر تأثرا بالعلاقات الشخصية من الرسائل الإعلامية.

- تتجاهل تفاعل الجمهور: النظرية تفترض أن الجمهور يتلقى الرسائل الإعلامية بشكل سلبي دون تفاعل أو نقد. في الواقع، الجمهور أكثر تعقيداً وتفاعلاً، ويقوم بفرز وتقييم المعلومات بشكل نقدي.

1 - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 212.

- تنوع تأثيرات وسائل الإعلام ووسائل الإعلام لا تؤثر على جميع الأفراد بنفس الطريقة. تأثير الرسائل الإعلامية يمكن أن يختلف بشكل كبير بناءً على العمر، الجنس، الخلفية الثقافية والتعليمية والاجتماعية للأفراد.

- أدلة علمية متناقضة: الدراسات البحثية أثبتت أن تأثير وسائل الإعلام ليس دائماً مباشراً وقوياً كما تقترح النظرية. تأثير وسائل الإعلام قد يكون محدوداً أو يتداخل مع تأثيرات اجتماعية وثقافية أخرى.

- ديناميات الاتصال: النظرية تفترض عملية اتصال أحادية الاتجاه من وسائل الإعلام إلى الجمهور، لكنها لا تأخذ في الاعتبار الطبيعة الديناميكية للاتصال التي تشمل التغذية الراجعة والتفاعل المستمر بين وسائل الإعلام والجمهور.

الخاتمة

تعتبر دراسة نظريات الإعلام والاتصال جزءاً أساسياً من فهم ديناميكيات التواصل في العصر الحديث. لقد شهدنا تطوراً كبيراً في مفاهيم الإعلام منذ بداية استخدام الطباعة، مروراً بالراديو والتلفزيون، وصولاً إلى الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. هذه الرحلة التاريخية ليست فقط رحلة تكنولوجية، بل هي كذلك تحويل فكري وثقافي يؤثر في المجتمعات بشكل عميق.

من خلال تحليل النظريات المختلفة مثل نظرية الفعل الاجتماعي ونظرية التأطير، يمكننا أن نفهم كيف تعكس وسائل الإعلام الواقع، بل وكيف تشكله. تسعى هذه النظريات إلى تفسير كيفية استقبال الأفراد للمعلومات وكيف تؤثر تلك المعلومات على سلوكهم وآرائهم. على سبيل المثال، تُظهر نظرية التأطير كيف يمكن للإعلام أن يسلط الضوء على جوانب معينة من القضايا ليؤثر بالتالي على إدراك الجمهور لها.

علاوة على ذلك، فإن التأثير المفهومي للنظريات الحديثة مثل نظرية الاستخدامات والإشباع يُظهر كيف يتفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام في سياقات مختلفة. فبدلاً من اعتبار الجمهور مجرد مستقبل سلبي للمعلومات، تُبرز هذه النظرية الدور النشط الذي يلعبه الأفراد في اختيار وتفسير المحتوى الإعلامي بما يتلاءم مع احتياجاتهم وأهدافهم.

كما أن هناك اهتماماً متزايداً بدراسة تأثير وسائل الإعلام الرقمية على المجتمعات. فمع توافر المعلومات بصورة غير مسبقة وسرعة انتشارها، يتعين علينا التفكير بعمق في كيفية إدارة هذه الظاهرة. تظهر نظريات الإعلام الجديدة، مثل نظرية الشبكات الاجتماعية، الدور المركزي للوسائط الرقمية في تشكيل العلاقات الاجتماعية والآراء العامة. يمكن القول إن هذه الوسائط ليست فقط منصات لتبادل المعلومات، بل أصبحت مساحات لتشكيل الهويات الثقافية والسياسية.

في ضوء هذه التطورات، قد يبدو من الضروري إعادة التفكير في كيفية تعليم نظريات الإعلام والاتصال. يجب أن تتجاوز البرامج الأكاديمية مجرد عرض للمفاهيم النظرية إلى تقديم أدوات عملية تمكن الطلبة من الإبحار في عالم الإعلام المتغير بسرعة. ينبغي تقديم دراسات حالة حقيقية وتحليلات نقدية تساهم في تنمية مهارات التفكير النقدي وفهم التحديات المعاصرة في مجال الإعلام.

إضافةً لذلك، يجب أن نكون واعين للتحديات الأخلاقية التي تطرحها وسائل الإعلام الحديثة. بما أن المعلومات أصبحت متاحة للجميع، هناك ضرورة ملحة لتعليم الجمهور كيفية التحقق من المصادر والتفكير النقدي فيما يتعلق بالمحتوى الذي يتعرضون له. إن فهم النظريات الإعلامية يمكن أن يساعد في تعزيز الوعي بالإعلام وتمكين الأفراد من مواجهة الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة. في الخاتمة، تُعد دراسة نظريات الإعلام والاتصال أمراً حيوياً لفهم التغيرات المستمرة في عالمنا المعاصر. تحتاج المؤسسات الأكاديمية والمهنية إلى التعامل مع هذه النظريات بشكل جدي والتكيف مع التحولات الرقمية.

يجب أن تبقى هذه الدراسات ذات صلة بالعالم المتغير من حولنا، مما يساعد على بناء مجتمع يتمتع بقدرة أكبر على التفكير النقدي والتفاعل الإيجابي مع المعلومات. مع استمرار تطور وسائل الإعلام، يبقى السؤال مفتوحاً حول كيفية تطور هذه النظريات وكيفية استجابة المجتمعات لتحديات الإعلام في المستقبل. انطلاقاً من هذه الرؤية، فإن استثمار الجهود في دراسة نظريات الإعلام والاتصال سيكون له أثر كبير على تشكيل مستقبلنا الإعلامي والاجتماعي.

ختاماً، إن الإعلام ليس مجرد وسيلة لنقل المعلومات، بل هو عنصر أساسي في بناء المجتمعات وتعزيز الحوار والتفاهم بين الثقافات. بمزيد من البحث والدراسة، يمكننا أن نفتح آفاق جديدة لفهم هذا العالم المعقد والمتداخل.

قائمة المصادر والمراجع

1- باللغة العربية:

- الكتب:
- أرمان وميشال ماتلار: تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة: د. نصر الدين لعياضي، د. الصادق رابح، ط 3، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2005.
- بشير العلاق: نظريات الاتصال مدخل متكامل. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- د. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة.
- كافي مصطفى يوسف: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد، عمان، 2015.
- كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، 2020.
- د. منال أبو الحسن: علم الاجتماع الإعلامي، النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2008.
- فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002.
- ملفين ل. ديفلير، وساندرا بول - روكيتش: نظريات وسائل الإعلام. ط 1. ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992.
- محمد شلبي: المنهجية في التحليل السياسي المفاهيم، المناهج، الاقتربات والأدوات. الجزائر. 1997.
- محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، ط 3، مكتبة الوسطية للنشر والتوزيع، صنعاء، 2019.
- ربحي مصطفى عليان: البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، الأردن، 2003.
-

- المجالات:

- مجلة المعيار، العدد 1، مجلد 22، بتاريخ 2018/01/13
- المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، العدد 1، المجلد 6، جوان 2023/07/17.

2- باللغة الأجنبية:

- الكتب:

- Robert S. , Fortner ; Fackler, P. Mark: **The Handbook of Media and Mass Communication Theory**, Wiley, UK, 2014, pp. 33-34.
- Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw: **The Agenda-Setting Function of Mass Media**, JSTORE.
- Pamela J. Shoemaker and Timothy P. Vos: **Gatekeeping Theory: A Reappraisal**, 1st edit., Routledge, New York., 2009, p. 84.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss, and John G. Oetzel: **Theories Of Human Communication**. Edit. 11. WAVELAND PRESS, INC. Illinois, 2017.
- Ranjit Kumar: **Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners**, 3rd edit., SAGE Publications Ltd, 2011, London, p. 25-26.
- rudolf Arnheim : **Visual Thinking**, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London, 1969.
- Ezekiel S. Asemah, Angela N. Nwammuo, Adeline O. A. Nkwam-Uwaoma : **Theories and Models of communication**, 2nd edit. University of Jos Press, Jos, Plateau State, 2022.
- Denis Mc Ouail, Sven Windahl: **Communication Models for the Study of Mass Communication**, 2nd. Edition, Routledge, 2013 New York.
- Berlo, D.: **The process of communication: an introduction to theory and practice**, Holt, Reinhart and Winston, New York. 1960, p. 33.
- E. M. COPEM: **AN INTRODUCTION TO ARISTOTLE'S Rhetoric**, THE UNIVERSITY PRESS, Cambridge, 1867

3- وبيوغرافيا

- <https://www.jstor.org/stable/2747787?origin=JSTOR-pdf>

- <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/33638>
- <https://www.bara-think-tank.com/post/gatekeeping-theory-origine-et-explication>
- <http://www.bmf.bt/wp-content/uploads/2018/11/Gatekeeping.pdf>
- <https://www.masscommunicationtalk.com/defining-theory-post-positivism-hermeneutic-critical-normative.html>.
- <https://www.mraj3.com/article2888>
- <http://bouzifiwahiba.over-blog.com/article-112995633.html>
- <http://elearning.univ-biskra.dz/moodle2019/course/info.php?id=1906>
- <https://blog.ajsrp.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%AA%D9%87%D8%A7>
- <https://guelma.yoo7.com/t5748-topic>
- https://en.wikipedia.org/wiki/Schramm%27s_model_of_communication
- <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/229207>
- <https://www.communicationtheory.org/lasswells-model/?form=MG0AV3>
- <https://studymasscom.com/communication/berlos-smcr-model-advantages-and-disadvantages/?form=MG0AV3>
- <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/model#0>
- <https://www.alroqey.com/read/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9>