

جامعة اكلي أمحمد أولحاج - البويرة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال



مطبوعة محاضرات مقياس نظريات

الاعلام والاتصال



المستوى: ثالثة اتصال

إعداد: د. حفيظة طالب

أستاذ محاضر قسم ب

السنة الجامعية: 2024 / 2023



الرقم: 14/1/ج ب/ك.ع. 2025/10/14.

البويرة في : 2025/10/14

مستخرج من محضر اجتماع المجلس العلمي

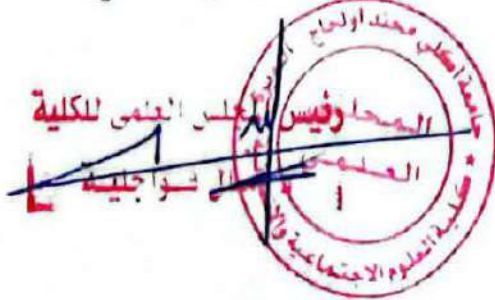
في يوم 2025/10/14

بناء على تقارير الخبرة الايجابية المتعلقة بالمطبوعة
الجامعية الموسومة بعنوان: "نظريات الاعلام والاتصال"
موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس تخصص اتصال

د: طالب حفيظة

صادق المجلس العلمي على المطبوعة

رئيس المجلس العلمي



برنامج المحاضرات:

مقدمة:

المحور الأول: تقديم عام لنظريات الاعلام والاتصال

المحاضرة الأولى: مدخل مفاهيمي: ضبط مفهومي ومصطلحي

المحاضرة الثانية: تأريخ نظريات الاتصال وتصنيفاتها

المحاضرة الثالثة: لمحة عن نظريات الإعلام الفكرية السياسية

المحور الثاني: نظريات التأثير المباشر والمحدود لوسائل الاعلام على الجمهور

المحاضرة الرابعة: نظرية التأثير المباشر (نظرية الطلقة السحرية)

المحاضرة الخامسة: نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين

المحاضرة السادسة: نظرية انتشار المبتكرات

المحاضرة السابعة: نظرية الاستخدامات والاشباع

المحور الثالث: نظريات القائم بالاتصال

المحاضرة الثامنة: نظرية حارس البوابة

المحور الرابع: نظريات التأثير القوي لوسائل الاعلام على الجمهور

المحاضرة التاسعة: نظرية الحتمية التكنولوجية

المحاضرة العاشرة: نظرية دوامة الصمت

المحور الخامس: نظريات التأثير المعتدل لوسائل الاعلام على الجمهور

المحاضرة الحادية عشر: نظرية ترتيب الأولويات

المحاضرة الثانية عشر: نظرية التأطير الإعلامي

المحاضرة الثالثة عشر: نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

المحاضرة الرابعة عشر: نظرية الغرس الثقافي

المحاضرة الخامسة عشر: نظرية فحوة المعرفة

المحور السادس: نظريات الاعلام الجديد

المحاضرة السادسة عشر: نظرية التشكل العضوي لوسائل الاعلام

الخاتمة:

مقدمة:

إنّ نظريات الاعلام والاتصال هي خلاصة الأبحاث التي توصل إليها منظري علوم الاعلام والاتصال، أين ترتبط نظريات الاعلام المعاصرة بطبيعة النّظم السياسية السائدة التي تحدد شكل النّظم الاعلامية تبعا لوظائف وسائل الاعلام والاتصال وعلاقتها بالسلطة السياسية. في حين تتعلق نظريات الاتصال بطبيعة التأثير الذي تحدثه الوسائل الاعلامية على الجمهور من جهة وبطبيعة عنصر العملية الاتصالية الذي تركز عليه في افتراضاتها من جهة أخرى. وفي هذا السياق شهد حقل التنظير في الاعلام والاتصال تعددا وتنوعا في النظريات بفعل تراكم مجموعة من العوامل الأكاديمية والسياسية والتجارية والتكنولوجية والثقافية التي أسهمت في وضع الأسس المنطقية للنظريات.

وتأسيسا على ذلك يعد مقياس نظريات الاعلام والاتصال من الأساسيات التكوينية الأكاديمية، كونه من بين المقاييس البيداغوجية المهمة والضرورية في التكوين المعرفي، والمنهجي، والنّظري لطلبة الاعلام والاتصال حتى يكتسبوا معارف نظرية مرجعية مُؤَسَّسة للدراسات والبحوث التطبيقية التي يقومون بها في مساهمهم التكويني العلمي الأكاديمي.

○ معلومات حول المقياس:

طبيعة المقياس: وحدة التعليم الأساسية

عنوان المقياس: نظريات الاعلام والاتصال

الجامعة: محند آكلي أولحاج- البويرة-

الفئة المستهدفة: طلبة السنة ثالثة اتصال

السداسي: الخامس والسادس

طريقة التدريس: محاضرة وأعمال موجهة

الرصيد: 5

المعامل: 3

الحجم الساعي الاجمالي: 45 ساعة

○ المكتسبات القبلية:

- يفترض أنّ الطالب لديه معارف أولية حول:
- الفرق بين الاعلام والاتصال والعلاقة بينهما وبين المفاهيم المشابهة.
 - عناصر العملية الاتصالية.
 - تاريخ تطور علوم الاعلام والاتصال، وكيفية تبلورها كإحدى العلوم المستقلة بذاتها.
 - نماذج الاتصال الأحادية والتفاعلية.
 - لمحة مبسطة عن بعض نظريات الاعلام والاتصال.

○ الأهداف العامة للمقياس:

- تتمثل الكفاءات المستهدفة من هذا المقياس في تكوين الطالب منهجيا ونظريا في علوم الاعلام والاتصال حتى يكون في نهاية السداسي قادرا على أن :
- ✓ ينظم المعرفة العلمية المكتسبة لديه في مجال الاعلام والاتصال.
 - ✓ يفرق بين المفاهيم الاتصالية المتشابهة.
 - ✓ يفهم خصوصية التنظير في حقل علوم الاعلام والاتصال.
 - ✓ يميز بين نظريات الاعلام والاتصال حسب تأثيرها ومراحل ظهورها.
 - ✓ يتعرف على التأثير المباشر والمحدود والقوي لوسائل الاعلام.
 - ✓ يطبق نظريات الاعلام والاتصال في بحوثه العلمية.
 - ✓ يبني ثقل نظري حول نظريات الاعلام والاتصال بما يسمح له بتحليل وتفسير الظواهر الاتصالية على اختلافها وتعددتها.

○ طريقة التقييم:

طريقة التقييم			
الأعمال الموجهة 50%		المحاضرة 50%	
العلامة/20	عناصر التقييم	العلامة/20	عناصر التقييم
03/20	الحضور	../20	امتحان نهائي كتابي (حضورى) يشمل كل ما تم دراسته خلال السداسي الخامس
08/20	البحث (العرض + الكتابي)		
02/20	المشاركة		
02/20	العمل الشخصي		
05/20	استجاب		
العلامة النهائية للمقياس تقاس بالوزن الترجيحي للمحاضرة والأعمال الموجهة			
نقطة الأعمال الموجهة 0.5 x		نقطة المحاضرة 0.5 X	
../20			

المحور الأول: تقديم عام لنظريات الاعلام والاتصال

يسمح هذا المحور بالتّعرف على خصوصية التنظير في علوم الاعلام والاتصال باعتبارها من بين العلوم المستقلة بذاتها، وبناء على ذلك سيتم تقديم مفاهيم أولية تشمل كل من النّظرية، والنّمودج، والبراديجم حتى يتفادى الطلبة إمكانية الخلط بين المفاهيم أثناء استخدامها وتوظيفها. إضافة إلى عرض أهم عوامل تطور نظريات الاعلام والاتصال بشكل عام، وأهم مراحل تطورها، وكذا تقديم لمحة مبسطة عن أهم النظريات الإعلامية الفكرية السياسية.

المحاضرة الأولى: مدخل مفاهيمي: ضبط مفهومي ومصطلحي

إنّ الدارس لعلوم الإعلام والاتصال يرى بأنّ هذا الحقل قد سيطرت عليه النّظرة الغربية في التحليل لاسيما الأمريكية على اعتبار أنّ المفكرين الأوائل الذين وضعوا اللبنة الأولى لهذا العلم لديهم مشارب فكرية غربية، ممّا جعل بعض البحوث والدراسات العربية المقدمة في مجال الاعلام والاتصال تقع في فخ الترجمة نتيجة الخلط بين المفاهيم والمصطلحات، لذلك لا بد من ضبط المفاهيم وتحديد معانيها حتى يتمكن الطالب من فهم خصوصية التنظير في حقل الاعلام والاتصال، نظرا لتعدد نظرياته ونماذجه وبراديجماته، ويتمكن من التفرقة بينها ومعرفة العلاقة التي تجمعها.

○ الأهداف المحددة:

في نهاية المحاضرة سيتمكن الطالب من أن:

- ✓ يسترجع المكتسبات القبلية التي سبق له تحصيلها في السنوات الماضية، والتي ترتبط على العموم بخصائص ومميزات الاعلام والاتصال كظاهرتين مختلفتين تربط بينهما عناصر مشتركة وعلاقة محددة، إلى جانب تذكر عناصر العملية الاتصالية والنّمادج المفسرة لها
- ✓ يفهم معاني وخصائص ووظائف كل من: النّظرية، والنّمودج، والبراديجم في حقل علوم الاعلام والاتصال حتى يختار في بحوثه ما يوائم طبيعة متغيرات الدراسة.
- ✓ يوظف المفاهيم حسب طبيعة الظواهر الاتصالية المعالجة، حيث يستخدم النّمادج لشرح الظواهر، ويعتمد على افتراضات وأفكار النّظرية أو البراديجم لتفسيرها.

✓ يحلل أوجه التداخل والفروقات بين مختلف المفاهيم. ويستنتج هل يمكن الفصل بينها بشكل قطعي أم لا.

✓ يكون منضبط منهجيا في تصميم بحثه انطلاقا من توظيف المفاهيم حسب سياقاتها المعرفية ووظائفها التوجيهية.

أ. مفاهيم أولية:

1- تعريف النظرية العلمية:

يعود أصل كلمة "النظرية" إلى اللفظ اليوناني Theoria بمعنى يدرك، والمعنى التقليدي لهذا المصطلح يشير إلى أنّ النظرية هي "مجموع من المعرفة العقلية الخاصة المرتبطة منهجيا ومنطقيا". كما تعرف أيضا على أنّها "مجموعة من المصطلحات والتعريفات والافتراضات التي لها علاقة ببعضها البعض والتي تقترح رؤية منظمة للظواهر وذلك بغرض تفسيرها والتنبؤ بمظاهرها أو بمستقبلها"¹.

أما بالنسبة للعلم فهو يشير لغة إلى الكلمة الانجليزية "Science" المشتقة من الكلمة اللاتينية "Scire" ومعناها "أن يعرف"، وكلمة علم في اللغة العربية تحمل معنيين مختلفين هما:

* المعنى الضيق: يرادف العلم التجريبي "Science" على نحو ما يتمثل في علم الفيزياء.

* المعنى الواسع: يرادف المعرفة ومن ذلك قوله تعالى "وقل ربي زدني علما"

والعلم لغة: هو نقيض الجهل وهو "إدراك الشيء على ما هو عليه إدراكا حازما".

أما اصطلاحا فهو يعني: "سلسلة مترابطة من المفاهيم والقوانين النظرية التي نشأت نتيجة للتجريب أو المشاهدات المنظمة". كما أنّه عبارة عن "المعرفة المنسقة التي تنشأ من الملاحظة والدراسة والتجريب والتي تتم بهدف التعرف على طبيعة وأصول الظواهر التي تخضع للملاحظة والدراسة".

وفي هذا الإطار لابد من التفرقة بين العلم والمعرفة فهذه الأخيرة تشير إلى "مجموع الخبرات والمهارات المكتسبة من قبل شخص سواء من خلال التجربة أو التعليم، أو الفهم النظري والعملي للموضوع". ومن هنا يمكن القول بأنّ العلم والمعرفة ليسا مترادفان، فالمعرفة أوسع حدودا ومدلولا وأكثر شمولا وامتدادا من العلم، وتقوم التفرقة بينهما على أساس المنهج وأساليب التفكير التي تتبع في تحصيل المعرفة².

¹- حكيمة وشنان، "النظرية العلمية وعلاقتها بالبحث العلمي: البحث الاجتماعي نموذجا"، مجلة آفاق للعلوم، العدد 7 (2017)، ص 266.

²- محمد الهلة، "قيمة العلم والعمل في الإسلام ودورهما في تحقيق التنمية المستدامة"، مجلة دفتار اقتصادية، المجلد 4، العدد 1 (2013)، ص ص 41، 42.

وتأسيسا على ما سبق ذكره فإنّ النّظرية العلمية هي "ذلك الإطار التصوري الذي يستعمله الباحث في تفسير ظواهر وتفاعلات وملايسات الموضوع الذي ينوي دراسته وفحصه، أين تبدأ النظرية العلمية في الظهور حينما تترابط المفاهيم في شكل قضايا، حيث تصبح هذه القضايا تجريدا للعلاقة بين متغيرات واقعية"³.

2- شروط النظرية العلمية ووظائفها

■ الشروط:

حتى تتصف النّظرية بصفة العلمية لابد لها من أن تتوفر على الشروط الآتية الذكر⁴:

- * أن تكون مبنية على مفاهيم علمية دقيقة.
- * أن تكون قابلة للتجريب والاختبار
- * أن تكون قابلة التكيف مع التجارب والأدلة الجديدة.
- * أن تكون قادرة على التنبؤ.

■ الوظائف:

تقوم النّظرية العلمية بمجموعة من الوظائف يمكن تلخيصها في ما يلي⁵:

- * الوصف: تحديد طبيعة الظاهرة بغرض معرفة ماهيتها وكيونتها (الإجابة عن السؤال ماذا نبحت؟)
- * التفسير: تحليل الظاهرة بمعرفة العلاقة التي تربط بين متغيرات الظاهرة (الإجابة عن السؤال لماذا نبحت؟)
- * التنبؤ: دراسة ما يجب أن يكون مستقبلا، بمحاولة توجيه ومتابعة الظاهرة بما يتماشى والهدف الذي تصبو إلى تحقيقه النظرية، وهي وظيفة صعبة جدا لأن الظواهر الانسانية والاجتماعية مرنة وغير ثابتة وتتميز بالتعقد والتشابك والتغير المستمر.

3- علاقة النظرية بالبحث العلمي

إنّ النظريات والملاحظات هما ركنا العلم، وعلى هذا الأساس البحث العلمي يعمل أيضا على مستويين، المستوى النظري Theoretical Level والمستوى التجريبي Empirical Level، أين يهتم

³ - حكيمة وشنان، مرجع سابق، ص 266.

⁴ - للمزيد أنظر: <https://it-solutions.center/answer/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B7-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%A9%D8%9F>

⁵ - عبد الناصر جندلي، التنظير في العلاقات الدولية بين الاتجاهات التفسيرية والنظريات التكوينية، الجزائر، دار الخلدونية، 2007.

المستوى النظري بتطوير مفاهيم مجردة Abstract Concepts حول أي ظاهرة اجتماعية والعلاقات بين تلك المفاهيم مثل بناء النظريات. بينما يهتم المستوى التجريبي Empirical Level باختبار المفاهيم النظرية والعلاقات بينها لرؤية كيف سيتوافقا مع ملاحظتنا للواقع. مع هدف بناء النظريات الأفضل في النهاية وهو الأمر الذي يجعل العلم يكتسب النضج. وعليه فإنّ النظرية والملاحظة تشكلان أساس البحث العلمي، فعلى سبيل المثال الاعتماد فقط على الملاحظات لعمل الاستنتاجات وإغفال النظرية لا يجعل من البحث العلمي بحثا علميا مقبولا⁶.

4- النظرية الاتصالية والنظرية الإعلامية:

إنّ النظرية الاتصالية تشمل تلك البحوث والدراسات التي تتعلق بالاتصال سواء ما يتعلق منها بمكونات العملية الاتصالية وعناصرها من مرسل، ورسالة، ووسيلة، ومستقبل، أو ما يتعلق بعلاقات التأثير والتأثر بينها. أمّا النظرية الإعلامية فهي خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الانساني وعلاقته مع الجماهير وتأثيره عليها، وهي تهدف إلى تفسير الظواهر الاعلامية ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بنتائجها، ودراسة تأثيرها في المجتمعات، كما أنّ النظريات الاعلامية تركز بدرجة أولى على توصيف النظم الاعلامية في جميع دول العالم.

وفي هذا السياق حدد "وارنر سيفرين" و"جيمس تانكرو" مراحل بلورة وتكوين نظرية الاتصال في النقاط التالية الذكر⁷:

* فحص العلاقة بين متغيرين أو أكثر بينهما ترابط.

* وضع افتراضات لتفسير هذه العلاقة.

* محاولة وضع نموذج يساعد في عملية التفسير والفهم.

* الوصول إلى قانون يحكم الظاهرة.

وفي الأخير يمكن القول بأنّ نظريات الاعلام والاتصال كغيرها من نظريات العلوم الأخرى تسعى إلى تفسير الظواهر والإحاطة بها بغرض الوصول إلى نتائج دقيقة وإضفاء صفة العلمية على البحوث المنجزة.

⁶- أنول باتشيرجي، بحوث العلوم الاجتماعية: المبادئ والمناهج والممارسات، تر: خالد بن ناصر آل حيان، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015)، ص 19.

⁷- للمزيد أنظر: <http://tele-ens.univ-oeb.dz/moodle/mod/resource/view.php?id=58043>

ب. الفرق بين النظرية العلمية والمفاهيم الأخرى:

1- النموذج:

يشكل النموذج الأساس الذي تبنى عليه العمليات المعرفية فهو الذي يحدد آليات العمليات العقلية/ الذهنية وتماسكها في الحكم على الأشياء الخارجة عن الذهن، فالعمليات المعرفية (التعريف- القياس) لا يمكن اتمامها دون تصورات نموذجية مسلم بصحتها يعتمدها العقل للحكم على الأشياء الأخرى التي تحتاج إلى تأكيد أو معرفة. وللعلم فإنّ تطور العلوم ارتبط أشد ارتباط بتطور النموذج، وفي هذا الإطار قد تكون النماذج واقعية مادية، أو فكرية، أو عقلية، أو رياضية⁸.

والنموذج "Model" هو عبارة عن تمثيل نظري مبسط للعالم الحقيقي، وهو أيضا يتم استخدامه بأي طريقة لتمثيل شيء آخر، وتنقسم النماذج إلى نوعين رئيسيين هما: النماذج المادية: وه تلك النماذج التي تمثل الأشياء المادية، كنموذج لعبة سيتم تصنيفها، أمّا النوع الثاني فهو النماذج النظرية والتي تتكون من مجموعة من المفاهيم، حيث تهدف إلى المساعدة في التعرف وفهم محاكاة الموضوع الذي تمثله. وبالنسبة إلى نماذج الاتصال فهي تنتمي إلى النوع الثاني على أساس أنّها تتكون من المصطلحات الأساسية في الاتصال، أين تهدف إلى زيادة فهمنا لعملية الاتصال وعناصرها الأساسية.

إنّ نماذج الاتصال تشرح عملية الاتصال والكيفية التي تتم بها، أين تبدأ بالقائم الاتصال الذي يضع المعاني التي يريد إيصالها للآخرين في قالب رمزي، ويضمها في رسالة إعلامية مستخدما وسيلة من وسائل الاتصال المختلفة ليصل بالمعاني المطلوبة إلى المتلقي أو المستقبل، ثم يأتي بعد ذلك دراسة ردود أفعال أو رجوع الصدى، أو ما تتعرض له الرسالة الاعلامية من تشويه أو تحريف. كل هذه العمليات تشرحها نماذج معينة توصل إليها علماء الاتصال. لذلك أشار كل من "دينيس ماكويل" و"ويندال" إلى أنّ النموذج عبارة عن وصف مبسط في شكل تخطيطي لجزء من الحقيقة بهدف بيان العناصر الأساسية لأي تركيب في العملية الاتصالية⁹.

هنالك خلط وغموض كبيرين فيما يخص توظيف مفهومي النموذج والنظرية، حيث لا يمكن اعتبار النموذج نظرية على الإطلاق، فالنموذج ما هو إلا عملية تصويرية لظاهرة ما أو مخطط وبناء تفسيري بحد ذاته يساعد في تكوين النظرية وتشكيلها.

⁸- زاوي فكري، "النمذجة في العلوم الاجتماعية من المفهوم إلى المؤشرات"، مجلة التدوين، العدد 10 (2018)، ص 24.

⁹- وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي، الاتصال ووسائله الشخصية والجماعية والتفاعلية، (الإمارات: دار الكتاب الجامعي، 2017)، ص

ص 88، 89.

2- البراديجم:

البراديجم لغة (Paradigm) كلمة مشتقة من اللفظ اليوناني (Paradigma) وتعني نموذجاً أو مثلاً، وهي تتركب من شقين، (Para) وتفيد الشمول و(digma) وتعني المثال أو النموذج. أما اصطلاحاً فيقصد به النموذج المعرفي أو النموذج العلمي الوجه، وهو "تلك الانجازات العلمية التي تقبل في زمن معين وتشكل أساساً قوياً لطرح المشكلات العلمية ولطرائق حلها"، وهو كذلك "مجموعة القيم التي يشترك الباحثون في قبولها والتمسك بها، وتمثل هذه القيم في المناهج والمعايير التي تتحدد وفقاً له. لأنّ نموذجاً علمياً واحداً يكون منطلقاً لاكتشافات بحثية عديدة"، وبذلك هو "تقليد علمي منسجم".

إنّ البحث العلمي لطالما رفع الغطاء عن ظواهر جديدة وغير متوقعة، وأنّ العلماء ابتكروا نظريات جديدة جذرية في خضمه، والنتيجة هي أنّ البحث في ظل براديجم لا بد أن يكون طريقة فعالة لإحداث تغيير في البراديجم، وهذا هو بالضبط ما يفعله جديد الوقائع والنظريات. باختصار يرى توماس كون أنّ البراديجم هو "مجموعة القوانين والتقنيات والأدوات المرتبطة بنظرية علمية والمسترشدة بها والتي بواسطتها يمارس الباحثون علمهم ويديرون نشاطهم البحثي وحالما تتأسس تأخذ تسمية العلم العادي". حيث عندما يتشكل البراديجم يصبح علم عادي يشتغل وفقه وأساسه العلماء والباحثين سواء داخل المختبرات أو من خلال الكتب والدراسات، أين يقوم البراديجم بتقديم مختلف أدوات البحث والفرضيات والقوانين والتقنيات الضرورية لتطبيقه من طرف أعضاء جماعة علمية معينة، فتبني هذه الجماعة العلمية لبراديجم الذي نسميه بالعلم العادي يواجه صعوبات ومشاكل يحاول الباحثين حلها وتجاوزها بتوسيع البراديجم، والكشف عن بعض العناصر الأخرى ودمجها في وحدة متكاملة، وإذا لم يتم التغلب على تلك الصعوبات تنشأ أزمة وحينما تنمو وتتطور تجد حلها في براديجم جديد ينبثق ويحظى بقبول وإجماع العلماء. وهذا التحول هو الانتقال من براديجم إلى آخر جديد وهو ما يسمى بالثورة¹⁰.

وبالحديث عن أهم البراديجمات في حقل علوم الاعلام والاتصال نجد¹¹:

* البراديجم السلوكي: الذي يركز على ثنائية "مثير - استجابة" أو فعل ورد فعل بتعبير إعلامي)

* البراديجم الوظيفي: يعمل على إبراز وسائل الاعلام في المجتمع كونها بنيات مرتكزة على إظهار الوظيفة التي تقوم بها هذه الوسائل الإعلامية من أجل استقرار المجتمع، حيث عدم أداء وسائل الإعلام للوظيفة المطلوبة منها سيؤدي ذلك إلى الخلل الوظيفي.

¹⁰- سعاد سراي، "بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مجلة علوم الانسان والمجتمع، المجلد 7، العدد 28 (2018)، ص ص 399-394.

¹¹- هشام بطار، "التأسيس النظري لعلوم الاعلام والاتصال انطلاقاً من البراديجم السببرنطقي دراسة تحليلية على عينة من منشورات Cairn.info"، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 1، العدد 2 (2018)، ص ص 222-229.

* البراديغم التأويلي: حاول تفسير وتأويل مختلف الظواهر بعيدا عن التعميم، كونه ينظر إلى الظاهرة على أساس أنها ليست واحدة وغير قابلة للتكرار.

* البراديغم السيبرنطقي: هو براديغم كمي بالدرجة الأولى، يدرس عملية الضبط والتوجيه في العملية الاتصالية بغرض التحكم فيها، كما يتضمن هذا البراديغم دراسة العديد من الثنائيات (مدخلات - مخرجات)، الاتصال (آلة- آلة)، (آلة- انسان)، (انسان- انسان).

إذن على مستوى التنظير النظرية أقل من البراديغم، والبراديغم هو الأكبر فهو النموذج المعرفي المفسر، كما أنه تمثل حول العالم.

3- المدرسة:

تعني جماعة من العلماء والفلاسفة ينتمون إلى مذهب معين أو يدافعون عن مبدأ أساسي، وقد تحمل في طياتها العديد من النظريات والتيارات الفكرية، وبالتالي المدرسة هي أشمل وأعم من النظرية، كما أنّ العلاقة بين المفهومين هي علاقة تداخل أو علاقة الجزء (النظرية) بالكل (المدرسة)، ولا يمكن بأي حال من الأحوال أن يكون الكل مرادف للجزء والعكس صحيح¹².

4- الاقتراب:

هو الوسيط بيننا وبين الظواهر المختلفة، فهو عبارة عن إطار تحليلي لا يستهدف اكتشاف الظواهر بل تفسيرها جزئيا؛ أي النظر إلى الظاهرة من إحدى زواياها (الاقتصاد- القانون - المصلحة - الاتصال).

وبالنسبة للمقاربة الاتصالية عموما هي تشير إلى تبني الاتصال الفعال والمخطط من خلال الاعتماد على المنهج المستمد من العلوم السلوكية عموما وعلوم الاعلام والاتصال على وجه الخصوص في التأثير على سلوك الآخرين إما بتعديله أو تغييره.

مثال: من بين المقاربات المستخدمة في إدارة العلاقات العامة وتسيير المنظمات والمؤسسات نجد المقاربة الاتصالية التي يتم تبنيها من قبل القادة الإداريين من أجل التخفيف من حدة المقاومة وتعزيز عناصر الثقة التنظيمية المرغوب فيها، إلى جانب تعديل أو تغيير العناصر غير المرغوب فيها¹³.

¹² عبد الناصر جندلي، مرجع سابق، ص 20، 21.

¹³ سمية بن غضبان، "دور المقاربة الاتصالية في إنجاح التغيير التنظيمي"، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 40 (2014)، ص 125.

وعلى هذا النحو يمكن القول بأنَّ المقاربة هي إحدى المراحل التي تؤسس للنَّظرية، فهذه الأخيرة تعتمد على مجموعة من الافتراضات والمفاهيم الدقيقة لتفسير الظاهرة، بينما المقاربة هي طريقة للاقتراب من الظاهرة من خلال التعامل مع موقف أو مشكلة ما (التعامل المبدئي مع المشكلة). وبالتالي النظرية مرتبطة بالأفكار والافتراضات، أمَّا المقاربة مرتبطة بالممارسات.

المحاضرة الثانية: تأريخ نظريات الاعلام والاتصال وتصنيفاتها

يرتبط تطور نظريات الإعلام والاتصال بمجموعة من العوامل التي اجتمعت وأسهمت في تعدد الدراسات والاجتهادات الأكاديمية المفسرة لمختلف الظواهر الإعلامية والاتصالية وعلى هذا الأساس سيتم التركيز من خلال المحاضرة على تطور النظريات الإعلامية المرتبطة بالفلسفة السياسية من جهة ونظريات الاتصال المرتبطة بالتأثير الإعلامي من جهة أخرى.

○ الأهداف المحددة:

في نهاية هذه المحاضرة سيصبح الطالب قادر على أن:

- ✓ يستعيد مكتسباته المتراكمة حول طبيعة الاعلام والاتصال كعلم مستقل بذاته له موضوعه، ونظرياته، ومجالاته البحثية التي تميزه عن باقي العلوم الانسانية والاجتماعية الأخرى.
- ✓ يفهم تاريخ نظريات الاعلام والاتصال وتصنيفاتها حسب معياري النّظام السياسي وعنصر التأثير الاعلامي.
- ✓ يوظف نظريات الاعلام والاتصال ويقوم بتهجينها في بيئة الدراسة حسب متطلبات الجانب الأمبريقي وخصوصية الظاهرة المدروسة.
- ✓ يحلل الظروف المسببة لحدوث الظاهرة الاتصالية ويفك العلاقات الارتباطية بين مجموعة من القضايا المتراكبة.
- ✓ يجد حلول وتفسيرات منطقية للظواهر الاتصالية المختلفة سواء تلك المتعلقة ببحوثه أو تلك المرتبطة بالبيئة المحيطة به.

أ. كرونولوجيا نظريات الاعلام والاتصال

1- تاريخ نظريات الاعلام السياسية

منذ مرحلة العصر اليوناني القديم وحتى نهاية العصور الوسطى تم التركيز فقط على قمة النّظام السياسي وعدم إعطاء أي قدر من الاهتمام للعملية الاتصالية بين قادة الدولة والأفراد. ومع بداية عصر

التَّهْضَةُ بدأت مرحلة جديدة في الفكر السياسي والاجتماعي من خلال طرح المفكرين والفلاسفة لأفكار سياسية واجتماعية ومعرفية في أوروبا مخالفة تماما للنظرية السلطوية تستند أساسا على مبادئ الديمقراطية والحرية والمساواة وهو الأمر الذي ولّد علاقة وطيدة بين الاتصال والسياسة. وعليه فإن طبيعة ومدى تأثير وسائل الاعلام والاتصال على السلطة أو العكس مرتبطة بطبيعة النظام السياسي، وفي المجتمع الحديث حسب ماكس فيبر وسائل الاعلام والاتصال تعد مصدرا هاما لإضفاء الشرعية على السلطة السياسية أو الاخلال بها. وفي هذه النقطة ترى عواطف عبد الرحمان أنّ هنالك شبه إجماع بين أساتذة الاعلام والاتصال باختلاف توجهاتهم على أنّه ليس هنالك أيديولوجية للدولة وأخرى لوسائل الاعلام، بل هنالك أيديولوجية واحدة تحدد الخط السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة¹⁴.

في هذا الصدد لابد من الإشارة إلى أنّه من الصعوبة تقديم مقارنة كرونولوجية للبحث في تاريخ نشوء نظريات الاعلام والاتصال نتيجة تعدد الآراء الفكرية وتعارضها، إلا أنّه يمكن العودة إلى القرن التاسع عشر الذي شهد ظهور بدايات التنظير في الاتصال، والتي شكلت بدورها اللبنة الأساسية لتبلور علم الاعلام والاتصال، وذلك من خلال العديد من المحاولات أبرزها:

■ نظرية تقسيم العمل:

أين رأى مؤسسها آدم سميث في نهاية القرن الثامن عشر أن الاتصال يساهم بطريقة فعالة في تنظيم العمل الجماعي في المصانع من جهة وفي هيكلية العمل الاقتصادي من جهة أخرى. بحيث يعتبر تقسيم العمل وسيلة من وسائل تنظيم الانتاج، وفي هذا السياق عبرت مقولة "دعه يعمل دعه يمر" عن أهمية الاتصال في تسيير العملية الاقتصادية لأنّ حرية الانتاج تعني حرية السوق، والوصول إلى السوق يحتاج إلى الحركة من خلال وسائل الاتصال والتنقل بغية فتح الحدود ونشر الأفكار.

قد يتساءل الطالب ما دخل نظرية مستنبطة من علم الاقتصاد ومرتبطة بالثورة الصناعية التي شهدتها بريطانيا بنظريات علوم الاعلام والاتصال، في هذا الإطار يمكن القول بأنّ الاتصال يحظى بأهمية كبيرة في تسيير مختلف مناحي الحياة العامة وبناء وتشديد الحضارات.

■ نظرية الشبكة والتكامل العضوي:

يعد سان سيمون أول من أسس "الفكر المرتكز على الشبكة" القائم على إعادة التنظيم الاجتماعي، وذلك بالانتقال من "قيادة الأفراد إلى قيادة الأشياء"، فهذه النظرة تتبنى النّظر إلى المجتمع كنظام عضوي

¹⁴ - سعد آل سعود، الاتصال والعالم السياسي، (الرياض: دار الكتاب الحديث، 2010)، ص ص 16- 25.

متداخل الأجزاء وكنظام شبكي. وفي هذا السياق ساهم الفيلسوف البريطاني هيربرت سبنسر في بلورة مفهوم الاتصال كنظام عضوي شبكي وذلك من خلال "الفيزيولوجية الاجتماعية" فمثلا لكل جسم بشري نقطة ارتكاز ألا وهو الدماغ، وبالتالي يجب أن يكون لمجموعة من العائلات أو الأسر نقطة ارتكاز تتمثل في قادة المجتمع. ومن هنا رأى سبنسر أن القيادة يجب أن تتحكم بوسائل الاتصال حتى تستطيع إدارة العلاقات المعقدة بين القيادة والأطراف (أي المجتمع) بطريقة سهلة، بمعنى تقوم الصحافة بهذا الدور الوسيط (بين القادة والمجتمع) من خلال مجموعة وسائل الاتصال (البريد- التيليجراف- وكالات الأنباء).

الملاحظ لهذه النظرية يجد بأنها تملك أساس فكري مستوحى من علم الأحياء وهو الأمر الذي يحيلنا إلى كتاب "أصل الأنواع" للعالم البريطاني تشارلز داروين، أين تأثر بالأخير الكثير من علماء الاتصال الذين اعتبروا الاتصال عامل مهم في السيطرة على الشعوب، انطلاقا من ربطهم بين التفاضل بين الأعراق والتفاضل بين الشعوب مؤسسين بذلك الفكر الاستعماري الذي يقوم على وصاية الدول المتقدمة على الدول النامية وبتعبير أدق حرص الدول المتقدمة على مرور الدول النامية بنفس المراحل التي مرت بها الدول المتقدمة¹⁵.

■ نظرية سيكولوجيا الحشود:

تزامن ظهورها مع بدايات تحرير الفرد من القيود والإكراهات التي كانت مفروضة عليه في ظل غياب الحريات وتسلط الكنيسة، وتزايد النقاشات حول طبيعة الرأي العام السائد في المجتمعات الأوروبية، وأول من أسس مفهوم سيكولوجية الحشود هو السوسيولوجي الإيطالي "سيبيو سيغل" و"غوستاف لوبون" الذين تبني رؤية مشتركة تمحورت حول التحكم التوجيهي والتضليلي في المجتمع التي يقصدان من خلالها أن وسائل الاعلام لا تنشر الحقائق ولا توعي الرأي العام بل تحولهم إلى حشود عمياء يتحركون بناء على توجيههم وبعيدا عن عقولهم.

حيث يرى سيغل أن هذه الحشود تتكون من "مُوجَّهون ومُوجَّهون"، و "مُنومون ومُنومون"، "مُحَرِّكون ومُحَرِّكون" بما يعني أن وسائل الإعلام تحرك وتوجه وتنوم الرأي العام، وهذا راجع حسب سيغل إلى "قوة الإيحاء" التي تتمتع بها الجهة المتحكمة.

وقد أسهمت هذه النظرية في بروز تيار معارض لأطروحة الحشد السيكولوجي على غرار "غابريال تارد" الذي هاجم "سيغل" و"لوبون" واعتبر أن عصر الحشود بقي في الماضي لأن المجتمع بصدد الدخول

¹⁵- أنظر الموقع: <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/259>

في عصر "الجمهور"، فحسبه خلافا للحشد يمكن للفرد الانتماء إلى أي جمهور في ذات الوقت. وبالتالي توجيه الاهتمام إلى "المتلقي" بعد سنوات من التركيز على "القائم بالاتصال" فقط¹⁶.

2. مراحل تطور نظريات الاتصال ذات التأثير الإعلامي:

يمكن اختصار مراحل تطور النظريات الاتصالية منذ تبلور حقل الاعلام والاتصال كعلم مستقل بذاته في أربع مراحل وهي:

■ مرحلة التأثير القوي:

تمتد هذه المرحلة من عشرينيات القرن الماضي إلى بدايات الحرب العالمية الثانية والتي اشتملت فيها الدراسات والأبحاث الاتصالية على دراسة التأثير القوي لوسائل الاعلام والاتصال على الجمهور بالتركيز على مدلول المواد الإعلامية وتوصيفها بالرصاصة السحرية¹⁷، ومن أشهر علماء الاتصال في هذه المرحلة هو هارولد لاسويل وهو أحد المؤسسين لعلم الاتصال، أين اهتم بدراسة الدعاية وأثرها على المجتمعات. أين ركز لاسويل على دراسة عملية الاقناع والتأثير، فقد رأى أنّ الجمهور قابل للتأثر بسهولة نتيجة قوة وسائل الاعلام في التحكم على غرار الصحف، السينما، الراديو¹⁸.

■ مرحلة التأثير الانتقائي:

تبدأ من بداية الحرب العالمية الثانية إلى ستينيات القرن العشرين، أين تميزت مختلف البحوث والدراسات الاتصالية في هذه المرحلة بنقد نظرية الطلقة السحرية، كما تم وضع الأسس الفكرية لعدد من النظريات ذات التأثير الانتقائي والمحدود كنظريات التدفق الاعلامي والاستخدامات والاشباع، وحارس البوابة¹⁹. أين تركزت هذه النظرية على فكرة أنّ تأثير وسائل الإعلام ليس قويا مثلما ترى نظرية الطلقة السحرية وإنما ضعيف ومحدود وانتقائي وبالتالي يمكن للجماهير مقاومة المواد الاعلامية التي لا تناسب ميولاتهم.

■ مرحلة عودة التأثير القوي:

هذه المرحلة تبدأ من ستينيات القرن الماضي إلى غاية الألفية الثانية أين تم الاهتمام من جديد بدور وسائل الاعلام والاتصال القوي وتأثيره في المجتمعات ولكن طبعا ليس بذلك الاهتمام الذي عُرف في

¹⁶- المكان نفسه.

¹⁷- نور الهدى عبادة، "تطور مقاربات وأبحاث جمهور وسائل الاعلام والاتصال"، مجلة مدارات سياسية، المجلد 1، العدد 1 (2017)، ص 187.

¹⁸- هالة بن علي برناط، نظريات الاتصال، في: https://fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/nzryt_ltsl_1.pptx

¹⁹- نور الهدى عبادة، مرجع سابق، ص 187.

الفترة التي سادت فيها نظرية الطلقة السحرية، إضافة إلى النظريات التي ظهرت مطلع الستينات والسبعينات والتي تعرف بنظريات التأثير المعتدل- على غرار نظريات المستحدثات، والأجندة، والغرس الثقافي، برزت أيضا نظريات جديدة درست التأثير القوي للإعلام على غرار الحتمية التكنولوجية ودوامه الصمت، والفجوة المعرفية²⁰.

■ نظريات الاعلام الجديد:

مع بروز ما يسمى بمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي ساد مصطلح جديد على الساحة الاعلامية والاتصالية وهو الاعلام الجديد أو الاعلام البديل، أين استطاعت وسائل هذا الاعلام الاستحواذ على اهتمامات الشعوب وإحداث تحولات وتغييرات عميقة على خصوصيات المجتمعات²¹.

وعلى هذه الأساس واجه الباحثين والدارسين في مجال الاعلام والاتصال إشكالية كبيرة مفادها ما مدى ملائمة النظريات الكلاسيكية لتفسير ظاهرة الاعلام الجديد، وهنا ذهب البعض إلى محاولة تكييف النظريات السابقة كنظريات الاستخدامات والاشباع، والحتمية التكنولوجية، والمستحدثات لتتواءم والتطورات العلمية الحاصلة، في حين ذهب البعض الآخر إلى تكذيب وإبطال نظرية حارس البوابة نظرا لعالمية المعلومة التي أصبحت هي الأخرى تتخطى كل الحدود والقيود. في حين اجتهد بعض الباحثين من خارج تخصص الاعلام والاتصال لتقديم مجموعة من النظريات الرامية لدراسة البيئة الرقمية على غرار نظرية التحول الرقمي، الفجوة الرقمية (نمط من الفجوة المعرفية ولكن في الفضاء الالكتروني)، ونظرية مدخل الشبكة، ونظرية التلاقي والدمج²².

3. عوامل تطور نظريات الاعلام والاتصال:

يمكن ايجاز هذه العوامل في النقاط التالية الذكر:

● العامل السياسي:

يتمثل هذا العامل في الدعاية الذي عرفتها أوروبا بعد نهاية الحرب العالمية الأولى وازدادت تأثيراتها أثناء الحرب العالمية الثانية، أين كانت تلجأ الأنظمة السياسية إلى توجيه الجماهير والتحكم في آرائهم، وهو الأمر الذي دفع بالمفكر الأمريكي هارولد لاسويل إلى دراسة الدعاية وتأليف كتابه الشهير تقنيات الدعاية

²⁰ - التطور التاريخي لنظريات الاعلام والاتصال في: <http://tele-ens.univ-oeb.dz/moodle/course/view.php?id=4031>

²¹ - وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي، مرجع سابق، ص 71.

²² - "المدخل النظرية في بحوث الاعلام الرقمي"، مركز القرار للدراسات الاعلامية، 9 سبتمبر 2021، في: <https://alqarar.sa/4926>

أثناء الحرب العالمية الأولى سنة 1967. كما قد حرصت الحكومة الأمريكية على دراسة الدعاية النازية وبعدها الشيوعية من خلال تأسيس معهد دراسات الدعاية.

• العامل التجاري:

إنّ ظهور الإذاعة كوسيلة اتصال جديدة في بداية العشرينات قد فتحت الباب للتنافس بينها وبين الجريدة فيما يتعلق بجذب واستقطاب الجماهير المتعطشة للأخبار المختلفة، فبعدها كان الإشهار مرتبط فقط بالجريدة، وبيانات التوزيع كافية لمعرفة عدد القراء وضالهم، برزت الإذاعة وصعبت من مهمة دراسة الجمهور، وهو ما دفع بالباحثين والدارسين إلى إعادة النظر في كيفية تأثير الوسيلة الاتصالية على الجماهير.

• العامل الأكاديمي:

مع تطور العلوم الطبيعية والتقنية حاول علم الاتصال خاصة وكل العلوم الانسانية عامة الاستفادة من هذا التطور باعتماد الأساليب الكمية والاحصائية كتوظيف أساليب القياس الحديثة في دراسة الاتجاهات والآراء. وبالتالي التخلي عن البعد الفلسفي التاريخي في دراسة الظواهر الاعلامية والاتصالية وتوظيف البعد التجريبي العلمي.

• العامل الثقافي والاجتماعي:

إنّ انتشار وتعدد وسائل الاعلام والاتصال أحدث تغييرا كبيرا على مستوى البنية الثقافية والاجتماعية والأخلاقية للمجتمعات، ففي الوقت الذي انتظر فيه الباحثين مساهمة الاعلام في جمهرة التعليم ورفع المستوى الثقافي للمجتمعات حدث العكس، وبالتالي استلزم على الباحثين دراسة وتفسير أسباب الخلل الوظيفي الذي وقعت فيه وسائل الاعلام والاتصال²³.

ب. تصنيفات نظريات الاعلام والاتصال:

هنالك تصنيفات عديدة لنظريات الاتصال منها ما هو مرتبط بالاتجاهات الفكرية، ومنها ما هو متعلق بعناصر العملية الاتصالية، ومنها ما هو متصل بطبيعة التأثير الاعلامي.

²³- فريدة بن عمروش، الاتجاهات النقدية في الاعلام والاتصال، مطبوعة بيداغوجية، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الاعلام والاتصال، 2018/2019، ص ص 25-27.

1- تصنيف النظريات حسب المدارس والاتجاهات الفكرية:

يضم هذا التصنيف أربع اتجاهات فكرية وهي:

- النظريات النقدية: وهي تلك النظريات التي تنتمي إلى مدرسة فرانكفورت من أبرز روادها تيودور أدورنو، مارك هوركهايمر، والتر بنيامين وأرمانداتلار. تركز هذه النظريات على دراسة الصناعة الثقافية والتغيير الايجابي للفرد.
- النظريات الإمبريقية (الوضعية): تهدف إلى ضبط وتفسير الظواهر الاتصالية والتنبؤ بها من خلال الملاحظة والتجربة، من بين أهم رواد الاتجاه الوضعي نجد روبرت ميرتون، هارولد لاسويل، بول لازرسفيلد، ويلبر شرام.
- النظريات التأويلية: هذه النظريات مستوحاة من البحوث الأنثروبولوجية، ترى بأن تحليل صناعة الأخبار والخطاب الاجتماعي والصراع الثقافي يتم عن طريق مزج السوسولوجيا والأنثروبولوجيا. من بين رواد هذا الاتجاه البريطانيين ريموند وليامز وستيوارت هول، والأمريكيين خيسوس مارتن باربيرو، ونستور جارسيا كانكليني.
- النظريات المعيارية: تهدف هذه النظريات إلى دراسة القيم والأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية والحتمية القيمة والحتمية التكنولوجية. من بين رواد هذا الاتجاه مارشال ماكلوهان، وعزي عبد الرحمان وغيرهم ،، ،²⁴

2- تصنيف النظريات حسب عناصر العملية الاتصالية:

هذا المعيار من أشهر المعايير المعتمدة في تصنيف نظريات الاعلام والاتصال ويضم:

- النظريات المتعلقة بالجمهور: هذا النوع من النظريات يركز على الجمهور المستهلك للمواد الإعلامية بدوافع نفسية واجتماعية، كمنظريه الاستخدامات والاشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.
- النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال: تركز هذه النظريات على دراسة المرسل أو مصدر الرسالة الذي يسعى إلى تعديل أو تغيير سلوكيات المتلقي. وتندرج ضمن هذا الصنف كل من نظرية الطلقة السحرية، ونظرية الغرس الثقافي، ونظرية ترتيب الأولويات.
- النظريات المتعلقة بالتأثير: تعتمد هذه النظريات على تفسير التأثيرات التي تحدثها الرسائل الإعلامية على الجمهور، وهي تنقسم إلى نظريات: التأثير المباشر، والانتقائي/ المحدود، والمعتدل، والقوي²⁵.

²⁴ - "تصنيفات نظرية الاتصال"، في: <http://tele-ens.univ-oeb.dz/moodle/course/view.php?id=4031>

²⁵ - المكان نفسه.

ممّا سبق نستنتج بأنّ تصنيف وتقسيم النظريات الاتصالية والإعلامية يختلف باختلاف المدارس الفكرية وإدراكات الباحثين والمفكرين لعناصر العملية الاتصالية ووظائفها ومدى تحكمها في مسار الاتصال.

المحاضرة الثالثة: لمحة عن نظريات الإعلام الفكرية السياسية

تعد نظريات الاعلام ذات الفلسفة السياسية من بين النظريات المهمة لفهم طبيعة العلاقة بين وسائل الاعلام والسلطة السياسية وكذا المجتمع، فالوسائل الاعلامية المتعددة تطرح أهم القضايا والأحداث التي تثير اهتمام الجمهور وفي الوقت ذاته تعد أداة من بين أدوات النظام السياسي لصناعة وتشكيل الرأي العام بما يسمح له بالحفاظ على الوضع القائم. لذلك تهتم نظريات الاعلام الفكرية السياسية على غرار النظرية السلطوية، اللبرالية، المسؤولية الاجتماعية وغيرها،،، بوصف وتفسير أدوار وسائل الاعلام بناء على طبيعة النظام الاعلامي والسياسي السائد في أي دولة من الدول،

○ الأهداف المحددة:

من خلال المحاضرة سيتمكن الطالب من أن:

- ✓ يسترجع معارفه المسبقة حول علاقة الاعلام بالسياسة، وتأثير طبيعة النظام السياسي في تحديد شكل النظام الاعلامي.
- ✓ يفهم خصائص ومبادئ النظريات الاعلامية وافترضاها المفسرة لأدوار ووظائف وسائل الاعلام والاتصال المختلفة.
- ✓ يوظف نظريات الاعلام ذات الفلسفة السياسية في معالجة الظواهر الاعلامية والاتصالية المرتبطة بقضايا الحرية الاعلامية، الرأي العام،،، وغيرها.
- ✓ يحلل أسباب ودوافع حدوث الظاهرة التي يقوم بدراستها.
- ✓ يقدم حلول وتفسيرات منطقية للقضايا المعالجة، ويستنتج مجموعة من التوصيات التي تسهم بشكل ولو بسيط في تقديم الإضافة سواء في بحوثه الشخصية أو مذكرة تخرجه.

أ. النظرية السلطوية في الاعلام:

1- تعريف نظرية السلطة:

تعتبر نظرية السلطة الوعاء الفكري للنظام الاعلامي السلطوي، وقد سادت في أوروبا في القرنين السادس والسابع عشر، وهي الفترة التي ظهرت في خضمها الصحف التي استفادت من تطور الطباعة.

تنطلق هذه النظرية من فكرة أنّ الفرد تابع للدولة، وشؤون هذه الأخيرة وسياساتها هي من صلاحيات الحاكم الذي يستمد بدوره قوته ونفوذه من الحق الإلهي. وتعتبر الصحف بناءً على أفكار هذه النظرية أداة لنشر أيديولوجية الدولة باعتبارها أداة ووسيلة لنقل المعلومات وتحقيق غايات الدولة. وبغض النظر عن ما إذا كانت ملكية الصحف عامة أو خاصة فإنّ الدولة تملك وسائل السيطرة عليها وتضمن توظيفها لخدمة أجندها وهو الأمر الذي يحد من حرية التعبير أو مناقشة مخرجات النظام السياسي²⁶.

2- نشأة نظرية السلطة والنظام الاعلامي السلطوي:

تبلورت هذه النظرية في العصور الوسطى على إثر تزايد حدة الصراع بين الامبراطور والكنيسة حول صلاحيات كل منهما، فالأول احتكر بين يديه السلطة المدنية التي تمثلت في كل الامتيازات التي تسمح له بالاستيلاء على الأملاك وفرض الضرائب وفقاً لرغباته، في حين الثانية فرضت سلطتها الدينية على السلوك البشري من خلال محاكمها الخاصة. وكانت كلتا السلطتين تمارس صلاحياتها وفقاً لما يعرف بالتفويض الإلهي الذي يسمح لهما بالتمثيل المباشر لله على الأرض لذلك يتصف كل من الحاكم والبابا بأنهم معصومين من الخطأ وهو ما يجعل إرادتهما تسمو على إرادة المحكومين. ومن جانب آخر أسهم النظام الاقطاعي السائد في انقسام المجتمع إلى ثلاث طبقات وهي: الملك، ملاك الأراضي، وعامة الشعب، وهذا ما أسهم بطريقة أو بأخرى في تغييب الحقوق والحريات الفردية وانعدام حرية الرأي والتعبير. ففي عهد القديس أوغسطين اتخذت الكنيسة شعاراً مستمداً من مقولة المسيح "أجبروهم على الدخول في حضيرتكم" سنداً لمكافحة الالحاد وفرض المسيحية عنوة، مما أدى إلى قمع كل الأفكار والآراء المناهضة لسلطة الكنيسة سواء بالنسبة لعامة الشعب أو حتى بالنسبة للحكام ذاتهم في حال مخالفتهم تعاليم الكنيسة.

أسست هذه الظروف لنشأة النظام السلطوي للصحافة من خلال بروز العديد من الصحف نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر في أوروبا الغربية، وقد ظلت الفلسفة السلطوية السمة المميزة للإعلام الأوروبي طيلة هذه الفترة بسبب الأنظمة الحاكمة التسلطية، فقد كانت أوروبا مقسمة إلى إمبراطوريات تحكمها عائلات مشهورة على غرار آل ثيودور في بريطانيا، والبروربون في فرنسا، وآل هابسبورج في إيطاليا وألمانيا وإسبانيا.

تتمحور فلسفة النظام الاعلامي السلطوي على أفكار ميكيافيللي وأرسطو، وأفلاطون، وهيكل التي تتمثل في حماية وتوطيد سياسة الحكومة وخدمة الدولة نتيجة للحكم الاستبدادي والمطلق الذي كان

²⁶ - محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة: عالم الكتب، ط 3، 2004)، ص ص 419، 420.

سائداً آنذاك، ومن هذا المنطلق فإنّ النّظام السلطوي للإعلام يقوم على أساس جعل الصحافة في خدمة السلطة والدولة لأنّ العمل في الصحافة يعد امتيازاً خاصاً يُمنح بواسطة الإمبراطورية، لذلك الصحف مدينة بالالتزام للحاكم وعدم الخروج عن طوعيته أو انتقاده.

3- مبادئ النّظرية السلطوية في الإعلام:

- الصحافة ملزمة بتأييد كل مخرجات النّظام الحاكم والدفاع عن سياساته من خلال وسيلة الدعاية الاعلامية.
- مهنة الصحافة هي امتياز يقدمه الحاكم وتترتب عليه التزامات تأييد النّظام ودعم سياساته، وفي حال الاخلال بذلك يسحب الامتياز من الفرد ولا يمكنه العمل في الصحافة من جديد.
- تأسيس الصحف الخاصة التابعة لملكية الأفراد واستمرارها في العمل مرهون بدرجة رضا السلطة.
- هامش الحرية الممنوح للصحافة يكون متناسب مع الحالة السياسية للدولة، فالسلطة السياسية هي من تحدد ذلك²⁷.

4- قيود النّظام الاعلامي السلطوي على الصحافة:

تملك الدولة ذات النّظام السياسي والاعلامي السلطوي وسائل السيطرة على الاعلام من خلال نظم الترخيص، القيود التشريعية على الاصدار والتوزيع، فرض قيود الرقابة السابقة واللاحقة على وسائل الاعلام، وحق السلطة في تنظيم المهنة الاعلامية وانتماءات الأفراد لها²⁸.

5- نقد نظرية السلطة:

وفق هذه النّظرية يقتصر دور الصحافة على عملية اخبار المجتمع بقرارات وسياسات الدولة وتأييد السلطة، ومنعها من تقديم الانتقادات وابداء الآراء والتوجهات المناقضة لأيديولوجية النّظام الحاكم، وهو ما فتح المجال واسعا لانتقادها وبروز فلسفة الحرية.

ب. النظرية الليبرالية في الاعلام (نظرية الحرية):

1- تعريف النّظرية الليبرالية:

ظهرت في بريطانيا عام 1688 ثم انتشرت في أوروبا الغربية وأمريكا، تنطلق من فكرة أنّ الفرد يجب أن يكون حراً في التعبير عن آرائه ونشر أفكاره عبر وسائل الاعلام، كما ترفض هذه النّظرية الرقابة أو

²⁷ عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الاعلام، (الهرم: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014)، ص ص 13-17.

²⁸ محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 420.

مصادرة الفكر، ويتمثل الهدف المحوري لنظرية الحرية في مراقبة سياسة الحكومة وأنشطتها بغية الكشف عن عيوبها ومواطن فساده من خلال وسائل الاعلام²⁹.

2- نشأة النظرية الليبرالية والنظام الاعلامي الحر:

تطورت الأحداث التي عاشتها أوروبا في القرون الوسطى بميلاد نظرية الحرية المناهضة للفكر التسلطي الذي ميز الوضع الأوروبي، أين ظهرت أفكار جديدة قائمة على فلسفة الحرية والتي ظهرت جليا في كل من بريطانيا وأمريكا أواخر القرن السابع عشر وبدايات القرن الثامن عشر، بفضل كتابات كل من جون ميلتون، وجون لوك، وفولتير، وجون جاك روسو، وعلى هذا النحو ولدت النظرية الليبرالية أو نظرية الحرية عقب اتحاد هذا العامل الفكري الفلسفي مع العامل السياسي المرتبط بإعادة النظر في التنظيم السياسي والاجتماعي للدولة من خلال منح الفرد مجموعة من الحقوق والحريات، إلى جانب العامل القانوني المتمثل في ظهور القانون الفرنسي عام 1881 الذي نص في لوائحه على حرية الصحافة وألغى الترخيص والرقابة على ما يتم نشره من أخبار.

في هذا الإطار رأى ميلتون أنّ الحرية هي أن تعرف وتقول ما تعرف دون أي قيد، وتنادي بضرورة احترام الرأي المخالف ولو مثله فرد واحد، كما رأى لوك أنّ للانسان حقوقا مطلقة لا يمنحها المجتمع وإنما هي موجودة ومستمدة من الطبيعة لأنّ علاقات الناس ببعضهم البعض هي علاقة كائن حي بأخر وهي قائمة على المساواة، وهو ما جعله يدافع عن الثورة الانجليزية سنة 1688 أين دعا من خلال كتابه "المعالجات" إلى نقل السلطة من الملك إلى البرلمان الذي يمثل الشعب. أما فولتير فقد اعتبر الحرية ليست ممثلة في الإرادة بل هي تنفيذ للفعل المراد. وقد دعم روسو هذا الاتجاه بقوله بالحرية تميز الانسان أكثر من الفهم الذي يوجد في الحيوان إلى حد ما لأنّه ينفاد لدافع الطبيعة في حين أنّ الانسان حر في اتباعه أو مقاومته للأخريين. وهنا تحديدا لا بد من الإشارة إلى أنّ هذه النظرية تعد نتاجا لتطور الفكر والتاريخ معا، فالثورة الفرنسية 1789 قد أعلنت مبدأ حرية الصحافة، أين تضمن ميثاقها حق كل مواطن في كتابة وطبع ما يشاء دون أي قيد عدى ما هو وارد في القانون العام، كما أنّ الدستور الأمريكي الذي تمخض عن الثورة الأمريكية -التي انتهت عام 1783- قد نص هو الآخر في مقدمته على أنّ المواطنين قدموا إلى هذه الأرض بغرض نشر الحرية فيها وتوكيد سيادة الفرد عليها، لذلك مُنِع الكونغرس الأمريكي من حق إصدار أي تشريع يحد من حرية الفرد في التعبير عن رأيه شفويا أو طباعة أو بأي وسيلة أخرى³⁰.

²⁹- محمد جاسم فلاح الموسوي، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك، د س ن، ص 57.
³⁰- منال كيور، "نظرية الحرية، حرية للإعلام أم للتعبير؟"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 7، العدد 1 (2020)، ص ص 67، 68.

وقد ترتب عن هذه الأفكار ميلاد النّظام الاعلامي اللبرالي أو الحر الذي يقوم على أساس وجود وسائل اتصال مستقلة من النّاحية الاقتصادية قادرة على القيام بدور الحارس على السلطة السياسية، وقد طُبّقَ هذا النّظام في الدول الرأسمالية على غرار الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا حيث أنّ وسائل الاعلام والاتصال لم تعد أداة في يد السلطة، بل أصبحت وسيلة للتعبير عن مختلف وجهات النّظر في سوق تتمتع بحرية الفكر، وتهدف إلى معرفة الحقائق والسعي إليها في كل الأوقات والظروف، وأيضا انتقاد السلطة والأحزاب من خلال ممارسة الرقابة على وسائل الاتصال، كما أنّ أي تجاوز تقع فيه الوسيلة الاعلامية هو من حق القضاء، وفي مقابل ذلك حق النشر والتوزيع متاح لكل شخص أو جماعة دون الحصول على أي إذن أو ترخيص³¹.

3- ركائز النّظرية اللبرالية:

ترتكز النظرية اللبرالية على الأسس التالية³²:

- الأساس الديني: بمعنى حرية الصحافة حسب ميلتون مستمدة من الأساس الديني المتمثل في الرب فحسبهم هو رب طهري يريد أن تكون الصحافة حرة حتى يتمكنوا من كشف الحقائق.
- الأساس الطبيعي: فحرية التعبير هي حق من الحقوق الطبيعية للإنسان، وفي هذا الشأن وسع اللبراليون من نطاق مفهوم الحرية، فبينما نظر إليها ميلتون على أنّها مجرد التحرر من الترخيص الحكومي نظر اللبراليون إليها على أنّها منع للتدخل الحكومي بكل أشكاله.
- الأساس النّفعي: أين رأى ستيوارث ميل أنّ حرية التعبير ليست قائمة على أساس طبيعي وإنّما على أساس المنفعة، فالأصل في حرية التعبير أنّها أمر نافع للمجتمع الانساني. وهذا يستند إلى أربع حجج وهي: أولاً: إسكات الرأي يعني إخفاء الحقيقة، ثانياً: الرأي الخاطئ قد يحتوي بداخله على جزء ولو صغير من الحقيقة ولا بد من معرفته للوصول إلى الحقيقة الكاملة، ثالثاً: حتى ولو كان الرأي المتقبل عموماً هو كل الحقيقة فإنّ الناس لن يعتنقوه على أسس عقلية وإنّما كتحيّز ما لم يضطروا للدفاع عنه، رابعاً: ما لم تتعرض الآراء الشائعة للمناقشة من أن لأخر فإنّها تفقد حيويتها وتأثيرها في السلوك والأخلاق.

4- مبادئ نظرية الحرية:

- إلزامية النشر بكل حرية ودون أي رقابة.
- لا وجود لترخيص من أجل النشر.

³¹ - سعد آل سعود، مرجع سابق، ص 87.

³² - محمود يوسف السماسيري، فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، (هوندين: المعهد العالمي للفكر الاسلامي، 2008)، ص

- فتح المجال أمام الاعلام لنقد السياسيين والمسؤولين.
- لا ينبغي القيام بإملاءات على الصحفيين.
- رفع جميع القيود المعرقلة لعملية جمع المعلومات.
- الاستقلالية المالية والمهنية لوسائل الاعلام³³.

5- مظاهر الحرية الاعلامية في النظم الليبرالية:

نجحت الفلسفة الليبرالية بشكل كبير في تحرير الصحافة من سيطرة الدولة، وبالتالي قلصت القيود التي كانت مفروضة على الصحافة، أين تمتعت وسائل الاعلام في دول أوروبا الغربية والولايات المتحدة الأمريكية خلال القرن التاسع عشر وحتى منتصف القرن العشرين بقدر كبير من التعددية والتنوع، كما استطاعت أيضا أن تدير في هذه المجتمعات مناقشات حرة بين كافة الاتجاهات السياسية وأوصلتها إلى الجمهور، وهو ما أسهم بشكل أو بآخر في زيادة الوعي السياسي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي لدى المجتمعات الأوروبية والأمريكية³⁴.

6- الانتقادات الموجهة للنظرية الليبرالية³⁵:

- أصبحت وسائل الإعلام تحت شعار الحرية تُعَرِّض الأخلاق العامة للخطر، وتقحم نفسها في حياة الأفراد.
- المبالغة في الأمور التافهة من أجل تسويق المواد الإعلامية الرخيصة.
- توجيه الإعلام لأهداف سياسية واقتصادية تخدم أجندات الجهات والأفراد المالكين لوسائل الاعلام.
- الحرية المطلقة تعني الفوضى وهو ما يسيء إلى المجتمع ويمزقه.

ت. نظرية المسؤولية الاجتماعية:

1- تعريف نظرية المسؤولية الاجتماعية:

هي نظرية جاءت لإيجاد صيغة أفضل توازنا بين الحرية والمسؤولية، فقد بنيت على أساس الحرية حق وواجب ومسؤولية في الوقت ذاته، لذلك حاولت هذه النظرية التوفيق بين استقلال وسائل الاتصال

³³ - كمال الحاج، نظريات الاعلام والاتصال، (دمشق، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020)، ص 181.

³⁴ - عبد النبي عبد الله الطيب، مرجع سابق، ص 34.

³⁵ - هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الاعلام، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، د س ن، ص 115.

والتزاماتها تجاه المجتمع، فهي ترى أنّ الاعلام مسؤول عن تزويد المجتمع بالمعلومات الصادقة الممثلة لوجهات النظر المختلفة والمتعلقة بسائر الأحداث والقضايا، وعندما لا تتمكن الوسائل الاعلامية من القيام بأدوارها كما يجب فلا بد من تدخل الحكومة والشعب لتصحيح الوضع³⁶. أخلاقية تعتبر أنّه ليس هنالك حرية مطلقة للصحافة وإنّما حرية مسؤولة تقوم على مجموعة من المبادئ والأخلاق الانسانية، حيث على الصحافة أن تحترمها وتتقيد بها حتى لا تزيغ عن رسالتها الاعلامية الأساسية وهي خدمة الصالح العام³⁷.

2- نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية:

على الرغم من أنّ التبلور الفكري بشكل كامل لنظرية المسؤولية الاجتماعية تجسد في أوائل القرن العشرين من خلال تقرير لجنة هيتجنز الذي صدر تحت عنوان: "حرية الصحافة الإطار والمبدأ" إلا أنّ جذورها الفكرية والفلسفية تمتد إلى أبعد من ذلك. فالملاحظ للتجربة الدستورية الأمريكية التي سبقت بروز فلسفة المسؤولية الاجتماعية بأكثر من قرنين يرى أنّها ارتبطت بمحاولات وضع قواعد إجرائية لحرية التعبير، وفي هذا الشأن حدد النظام القضائي الأمريكي الصعيد الممارساتي لما يعنيه نص الدستور "لا يحق للكونغرس إصدار أي قانون يحد من حرية التعبير أو حرية الصحافة".

ومن بين أهم العوامل التي أسست لبروز نظرية المسؤولية الاجتماعية نجد الثورة الصناعية والتكنولوجية التي أثرت بشكل كبير على طبيعة الصحافة، إضافة إلى تزايد النقد الموجه لوسائل الاعلام بسبب نمو حجمها وزيادة احتكاراتها ممّا جعلها عامل ضغط على الحكومة ذاتها، والأهم من ذلك تشكيل المفكرين في الفروض الأساسية التي تقوم عليها النظرية اللبرالية. إلى جانب إرساء قواعد المهنة الصحفية خصوصاً بعد اشتغال الكثير من المفكرين والمتعلمين بهذه المهنة. وعلى هذا النحو بدأت المراجعات النقدية للنظرية اللبرالية ابتداء من عام 1920³⁸، وبلغت ذروتها إلى غاية تشكيل لجنة غير حكومية في الولايات المتحدة الأمريكية تكونت من عدد من المفكرين والأساتذة الأكاديميين برئاسة البروفيسور روبرت هيتجنز وهو رئيس جامعة شيكاغو، أين أجرت اللجنة دراستها على الصحافة الأمريكية بتمويل من مجلة تايم الأمريكية، حيث ساهمت بـ 200 ألف دولار لتقديم تقريرها لدائرة المعارف البريطانية، في كتاب أعدته اللجنة كاملة عام 1947 "صحافة حرة ومسؤولة". وقد لقيت دعوة اللجنة إلى صحافة حرة ومسؤولة صدى

³⁶ - سعد آل سعود، مرجع سابق، ص 88.

³⁷ - سليمة شيقر ونادية شيقر، "المسؤولية الاجتماعية من منظور إعلامي"، ورقة مقدمة في يوم دراسي حول: مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، في:

https://www.researchgate.net/publication/363116720_almswwlyt_alajtmayt_mn_mnzwr_alamy_-drast_fy_tasyf_almfhwmm

³⁸ - عبد النبي عبد الله الطيب، مرجع سابق، ص ص 35، 36 - 42، 43.

داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها في بلدان أوروبا، وعلى رأسها المملكة المتحدة فتشكلت اللجنة الملكية الأولى للصحافة عام 1949، ودعت إلى التزام العاملين في الصحافة بمسؤولياتهم الاجتماعية وتشكيل مجلس للصحافة³⁹.

3- مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية:

يلخص دينيس ماكويل المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الجوانب التالية⁴⁰:

- إنّ وسائل الاعلام المختلفة يجب أن تقبل وتنفذ التزامات معينة تجاه المجتمعات.
- الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.
- يجب أن تكون وسائل الاعلام متعددة وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحق الرد.
- تجنب نشر كل ما يؤدي إلى الجريمة، والعنف، والفوضى الاجتماعية، أو توجيهه إليه إهانات إلى الأقليات.
- إنّ للمجتمع حق على الصحافة في أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها.
- أي تدخل في شؤون وسائل الاعلام والاتصال يمكن أن يكون مبرر تحقيق المصلحة العامة.

4- مفهوم الحرية الاعلامية وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية:

يرى رواد هذه النظرية أنّ الحرية حق وواجب ومسؤولية في الوقت ذاته، فحسبها على وسائل الاعلام خدمة النظام السياسي القائم عن طريق المناقشة الحرة المفتوحة في كافة المسائل التي تهم المجتمع، إلى جانب مسؤوليتها المتمثلة في تنوير الجماهير بالحقائق والأرقام حتى تستطيع هذه الجماهير إصدار أحكام متزنة وصحيحة على الأحداث العامة، كما عليها أيضا مراقبة أعمال الحكومة والشركات والهيئات العامة بغية صيانة مصالح الأفراد والجماعات. وبالتالي وسائل الاعلام حسب هذه النظرية هي متحررة من كل عناصر الإكراه بالرغم من أنّها ليست متحررة من كل الضغوط، كما أنّها حرة في تحقيق الأهداف المنوطة بها وهي حاجات المجتمع، ولتحقيق هذه الغاية لا بد أن تكون لها كل التسهيلات والقوى المادية والقدرة على الوصول إلى المعلومات. وإضافة إلى ذلك ترى نظرية المسؤولية الاجتماعية أيضا أنّه على السلطة السياسية أن لا تسمح فقط بالحرية لوسائل الاعلام بل تعمل على ترويجها والمحافظة عليها، لأنّها هي من

³⁹- ميرال صبري أبو فريخة، المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الاعلامية: المحددات السياسية- الاجتماعية- الاقتصادية- الثقافية لحرية الصحافة، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2013)، ص 28.

⁴⁰- عبد الرحمن صالح، "علاقة السلطة بالصحافة في الجزائر أي مستقبل لحرية الاعلام: قراءة على ضوء المكتسبات الاعلامية الجديدة"، مجلة الباحث في العلوم الاجتماعية والانسانية، المجلد 4، العدد 12 (2020)، ص 344.

تحتكر العنف المادي المشروع لتنظيم المجتمع وعليه هي الجهة الوحيدة التي يمكن أن تضمن عمل وممارسة حرية الاعلام بكفاءة ومسؤولية تجاه الدولة والمجتمع معا⁴¹.

5- وظائف الاعلام حسب نظرية المسؤولية الاجتماعية:

إضافة إلى الوظائف السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتاريخية والتعليمية. حددت لجنة هوتجنز وظائف أخرى يجب أن تقوم بها وسائل الاعلام والاتصال وهي:

- تقديم تقارير صادقة وشاملة وذكية عن الأحداث اليومية.
- أن تعمل الصحافة كمنبر لتبادل التعليق والنقد.
- أن تقدم صورة للجماعات المتنوعة التي يتمون منها المجتمع.
- أن تبرر أهداف المجتمع وقيمه وتوضحهما.
- أن توفر معلومات كاملة عما يجري يوميا.

كما قد أضاف أيضا النقاد البريطانيون مجموعة من الوظائف تتمثل في: إثارة الاهتمام بالقضايا العالمية كالبيئة، والموارد، والسكان، ومشكلات التصحر، والتصدي لأفكار الحروب وعدم الاستقرار والنعرات القومية⁴².

6- واقع تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية:

عقب صدور تقرير لجنة هوتجنز سارعت العديد من الدول إلى تطبيق توصياته وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية التي صدر بها التقرير وبريطانيا التي سارعت إلى تشكيل اللجنة الملكية الأولى للصحافة عام 1949 التي دعت وسائل الاعلام للالتزام بمسؤولياتهم الاجتماعية كما تم تشكيل مجلس الصحافة. ولكن من حيث الواقع لا يوجد اتفاق تام حول مسؤوليات الاعلام ويعود سبب ذلك إلى موقف الإعلاميين الأمريكيين أنفسهم اللذين لا يرغبون في تحديد المسؤوليات بصورة دقيقة وحاسمة خشية أن يؤدي هذا التحديد إلى محاولة إلزامهم بتلك المسؤوليات، وهذا ما ينم على تهرّبهم من المسؤولية، ويضاف إلى ذلك أيضا سيطرة أصحاب رؤوس الأموال على وسائل الاعلام وهو ما يظهر توجيه جماعات الضغط

⁴¹- عبد المجيد رمضان، "مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام: قانون الاعلام الجزائري نموذجا"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 6 (2013)، ص 367.

⁴²- سليمة شيقير ونادية شيقير، مرجع سابق، ص 5.

لوسائل الاعلام. وبالتالي هذه النظرية بقيت حبرا على ورق ولم تطبق لا في الغرب الذي يعد مهدها ولا في العالم بأسره⁴³.

7- الانتقادات الموجهة لنظرية المسؤولية الاجتماعية:

- يرى جون ميرل أنّ المسؤولية الاجتماعية هي بداية التدخل الحكومي في الصحافة لأنّ مفهوم المسؤولية مفهوم نسبي للغاية.
- رغم ظهور المسؤولية الاجتماعية وموثيق الأداء الصحفي ومجالس الصحافة إلا أنّ الانتقاد لا يزال موجها للصحافة الأمريكية والأوروبية.
- الصحافة في المجتمع الحديث لا تزال مستندة في وظائفها على الأخلاقيات النّفعية والمصلحية⁴⁴.

ث. النّظرية الاشتراكية:

1- تعريف النّظرية الاشتراكية:

هي مزيج من ديالكتيك مادي ومذاهب سياسية واقتصاد وفلسفة ومعتقدات أيديولوجية واجتماعية، تسعى إلى إحداث تغييرات جذرية من خلال نشر أيديولوجيتها في كافة أنحاء العالم، لذلك هي ذات منظور ثوري يقدم تصور شامل للعالم الذي تريد تغييره بما يتماشى والمعتقدات الماركسية-اللينينية من خلال تحقيق عالم شيوعي خال من الصراع الطبقي وبالتالي من الدولة التي تعد شرًا لا بد منه⁴⁵.

والأفكار الرئيسية لهذه النظرية وضع أساسها كل من كارل ماركس وفريدريك أنجلز وطبق قواعدها لينين وستالين في الاتحاد السوفياتي سابقا، وهي تتمحور أساسا حول أنّ الطبقة العاملة هي التي تمتلك السلطة في المجتمعات الاشتراكية، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة لا بد أن تسيطر على وسائل الانتاج الفكري التي تشكل وسائل الاعلام الجزء الأكبر منها. وفي هذا الإطار يرى ولبر شرام أنّ الاشتراكيين لا ينظرون إلى وسائل الاعلام الجماهيري على أنّها سلطة رابعة تراقب عمل السلطات الرسمية للدولة (التنفيذية، القضائية، التشريعية) كما تفعله وسائل الاعلام الغربية، بل يعتبرونها أداة لنقل الأيديولوجية الشيوعية والدعاية الجماهيرية للحزب الواحد، وتفسير الأوضاع الداخلية والخارجية وفق وجهات نظر لا تخرج عن مصلحة الحزب الحاكم⁴⁶.

⁴³ - سليلة شيفر ونادية شيفر، مرجع سابق، ص 6، 7.

⁴⁴ - إبراهيم السيد حسنين، أخلاقيات الاعلام وقوانينه، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2014)، ص 143 - 145.

⁴⁵ - عبد الناصر جندلي، مرجع سابق، ص 193، 194.

⁴⁶ - جينفر دهلاس، نظريات فلسفة الاعلام، محاضرات في مقياس نظريات الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2020/2019، ص 7.

2- نشأة النظرية الاشتراكية:

ارتبطت نشأة وميلاد النظرية الاشتراكية بالمفكر الاقتصادي والسياسي الألماني كارل ماركس الذي اهتم بدراسة فلسفة هيغل وتأثر بمؤلفات فيورباخ، وبعد استقراره في بروكسل سنة 1845 وثق علاقة صداقة قوية مع فريدريك أنجلز ومنذ ذلك التاريخ ارتبط اسمهما معا وعملا على تنظيم العصبة الشيوعية شارك في العديد من الاضرابات السياسية والاجتماعية في ألمانيا⁴⁷.

وبالتالي مثل ظهور الفلسفة الماركسية في القرن التاسع عشر ميلادي ثورة وقفزة نوعية في تاريخ الدراسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، ويرجع ذلك إلى اختلافها عن الكثير من الفلسفات التي سبقتها من حيث الطرح والمنهج، فهي تنفرد عنها من خلال ربطها بين النظرية والممارسة أي توحيدها بين الجانبين العملي والنظري. كما أنّ النظرية الماركسية أو الاشتراكية قد برزت بعد اكتمال التغييرات البرجوازية المناهضة للنظام الاقطاعي وانتشارها في معظم العواصم الأوروبية الكبرى كفرنسا وانجلترا، وجاءت كرد فعل على الظلم والاستغلال الذي كانت تتعرض له الطبقة البروليتارية (العاملة) من قبل الطبقة البورجوازية، فأصبحت بذلك تمثل القالب الفكري الذي يعبر عن مصالح الطبقة العاملة وبرنامجها النضالي في سبيل التحرر من الظلم والاضطهاد⁴⁸.

ومن هذا المنطلق ظهرت النظرية الماركسية كضرورة حتمية للدفاع عن وضعية الأحزاب الشيوعية في الدول الاشتراكية في فترة عرفت هزات اجتماعية وسياسية عنيفة في القرن التاسع عشر، نجمت عن رواج مفاهيم الديمقراطية، والتحرر، وتناقضات الاقتصاد الرأسمالي، ولعل أبرز هذه الهزات تلك الحركات اللبرالية والقومية عام 1948 وثورة العمال الباريسيين المعروفة بكمونة باريس عام 1871، وهو ما يشير إلى أنّ الاقتصار على شعارات حقوق الانسان لعام 1789 لم يعد كافيا، ولا بد من الأخذ بعين الاعتبار مطالب الشرائح الاجتماعية الشعبية وخاصة منها البروليتارية الصناعية.

وقد تمكنت هذه النظرية من فرض أفكارها بعد نهاية الحرب العالمية الثانية فانخرط فيها العديد من المثقفين في الحزب الشيوعي ما بين 1945 و1960 واتجهت اهتماماتهم للقضايا الاجتماعية عامة والعمالية خاصة⁴⁹.

⁴⁷- عبد النبي عبد الله الطيب، مرجع سابق، ص 53.

⁴⁸- مختار ديدوش محمد وزيات فيصل، "آليات التحليل الماركسي"، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، العدد 4 (جوان 2019)، ص 220.

⁴⁹- أحمد زاوي ورشيد مياد، المدرسة الماركسية وتفسيرها للظاهرة التاريخية، مجلة رؤى تاريخية للأبحاث والدراسات المتوسطة، المجلد 1، العدد 2 (2020)، ص ص 2، 3.

3- المرتكزات الفكرية للنظرية الاشتراكية واسقاطها على الظاهرة الاعلامية والاتصالية:

• المادية الجدلية: هو المكون الفلسفي للنظرية الاشتراكية، يتلخص هذا المرتكز في اعتبار العالم "كل مكون من مادة متحركة حركة تصاعدية تؤدي إلى حدوث تغيرات متتالية". فهذه النظرية ترى بأن العالم مادة متطورة، وهو عبارة عن كل مترابط في حركة دائمة وتطور مستمر، تنبع هذه الحركة من التناقضات الكامنة في أجزائه، تؤدي إلى صراع بين القديم والجديد صراع ينتهي بالانتصار الحتمي الجديد، وهنا يرى ماركس أن التناقض هو جوهر الأشياء وهو أساس التغيير في كل العمليات والأشياء⁵⁰. وبالتطبيق على الظاهرة الاعلامية والاتصالية نجد أنه في حال تحول الملكية الخاصة (الطبقة البورجوازية) لوسائل الاعلام إلى الملكية العامة لوسائل الاعلام هنا سيتم التحول من النظام الاعلامي اللبرالي إلى النظام الاشتراكي.

• المادية التاريخية: هي أساس التحليل في علم الاجتماع الماركسي على أساسها تم تفسير التطور التاريخي للمجتمعات البشرية، فهو يرى أن المجتمع الذي انطلق من النظام الشيوعي سينتهي حتما إلى النظام الشيوعي، وهذا ما يسمى بالتحتمية الماركسية، فالتاريخ حسب ماركس ما هو إلا تاريخ الصراع الطبقي بين الطبقة الحاكمة والطبقة العاملة⁵¹. وهو بذلك يقسم مراحل التطور التاريخي إلى:

✓ مرحلة الشيوعية البدائية

✓ مرحلة العبودية

✓ مرحلة الاقطاع

✓ المرحلة الرأسمالية

✓ المرحلة الاشتراكية

✓ المرحلة الشيوعية (دكتاتورية البروليتاريا وزوال الدولة)

وفي هذا الإطار يعتبر كارل ماركس وسائل الاعلام سلاحا أيديولوجيا قويا للسيطرة على الجماهير (الطبقة الدنيا) يجعلهم يخضعون للنظام الرأسمالي خضوعا إراديا طوعيا ويسرون وفق مقتضياته، فالطبقة التي تتحكم في وسائل الانتاج (الطبقة العليا) المادي تقوم بالتحكم في وسائل الانتاج العقلي، وبالتالي أفكار الطبقة الدنيا تكون انعكاسا لأفكار الطبقة العليا التي تقوم بانتاج أفكار ومفاهيم تسوغها وتنشرها عبر وسائل الاتصال المختلفة وتصبح هذه الأفكار هي المهيمنة والمؤثرة⁵².

⁵⁰ حسني إبراهيم عبد العظيم، "النظرية السوسيولوجية وقضايا الاعلام والاتصال"، الحوار المتدمن، 2011/06/20، في:

<https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=264036>

⁵¹ عبد الناصر جننلي مرجع سابق.

⁵² حسني إبراهيم عبد العظيم، مرجع سابق، د ص.

4- مبادئ الصحافة حسب النظرية الاشتراكية⁵³:

- طبقية الصحافة: من خلال تأكيد الاشتراكيين على الدور الطبقي للصحافة والصحف، فقد طالب الاشتراكيون بالتعبير عن مصالح الطبقة العاملة بشكل مباشر بدلا من التعبير عنه بشكل غير مباشر كما هو الحال بالنسبة للصحافة الليبرالية.
- حزبية الصحافة: تعتبر الصحافة أداة للتنظيم السياسي مؤكدين على دورها الوظيفي تجاه الحركة الثورية.
- مسؤولية الصحافة وأمانتها: هي سمة أساسية في الصحف الاشتراكية فمن المستحيل نشر الأفكار والمضامين التي قد تهين الشعوب أو تدعو للتمييز العنصري.
- تبادل المعلومات: تهتم الصحافة الاشتراكية بزيادة تبادل المعلومات بين الدول الاشتراكية بعضها البعض والدول النامية.

5- اختصاصات وسائل الاعلام والاتصال حسب النظرية الاشتراكية:

حدد لينين وظائف وسائل الاعلام وأهدافها في النقاط الآتية الذكر:

- السعي إلى زيادة نجاح واستمرارية النظام الاشتراكي
- يكون حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال لأعضاء الحزب المتعصبين والموالين أكثر من الأعضاء المعتدلين.
- خضوع وسائل الاعلام للرقابة الصارمة.
- يجب أن تقدم وسائل الاعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقا للمبادئ الشيوعية ووجود قوانين موضوعية تحكم التاريخ.
- إنّ الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الاعلام من أجل تطويعها لخدمة الشيوعية الاشتراكية⁵⁴.

6- حرية الاعلام في ظل الفلسفة الاشتراكية:

يختلف مفهوم حرية الاعلام في ظل الفلسفة الاشتراكية عن مفهوم حرية الاعلام في الفلسفة الليبرالية والمسؤولية الاجتماعية، فالغرب ينظرون بصفة عامة لوسائل الاعلام الاشتراكية على أنّها أدوات

⁵³ - عبد النبي عبد الله الطيب، مرجع سابق، ص ص 62- 65.

⁵⁴ - أمال محمد ربيع وهبة أحمد أحمد أحمد، "نظريات فلسفة الاعلام وتطبيقاتها في عصر التحول الرقمي"، مجلة كلية التربية، الجزء 3، العدد 28 (2022)، ص ص 257

في يد الدولة، بينما ينظر الشيوعيون إلى وسائل الاعلام الغربية على أنّها أدوات في يد الطبقة الرأسمالية، وفي هذا الاطار يرفض الاشتراكيون المفهوم الغربي لتجربة الصحافة حيث يقول لينين بأنّ الصحافة تكون حرة فقط حينما تتحرر من سيطرة الطبقة البورجوازية ورأس المال. والحرية حسب الفلسفة الاشتراكية هي التي تتفق مع مصالح الشعب العامل والتي تؤدي إلى تقوية النظام الاشتراكي، كما أنّ الفلسفة الاشتراكية ترى أنّه لا مجال للمعارضة والنقد عبر وسائل الاعلام حيث يرى لينين أنّه لماذا تسمح الحكومة التي تؤمن بأنّ ما تفعله صحيحا بأن تنتقد، فلا يجب أن تعطي المعارضة سلاحا قد يكون أكثر تدميرا من البنادق. والصحافة في ظل النظرية الاشتراكية لا تنظر للأخبار على أساس أنّها الأحداث وما يتصل بها من أشياء كما تراها الليبرالية، فهي تنظر لها من خلال مضمونها الاجتماعي وما تحتويه من أفكار، والمادة الاخبارية الوحيدة المسموح بنشرها هي المادة التي تخدم البناء الاشتراكي. لذلك يرى ستالين أنّ الحرية العقلية لا تتحقق إلا إذا تم القضاء على الاستغلال وانتهى ظلم فريق من الناس لفريق آخر، فالحرية الحقيقية توجد إذا اختفت البطالة وانعدم التسول وإطمئن الفرد على رزقه في يومه وغده⁵⁵.

7- نقد النظرية الاشتراكية:

تعد هذه النظرية امتدادا للنظرية السلطوية ولكن من منطلق فلسفي مادي يقوم على الملكية العامة لوسائل الانتاج (المادي والعقلي)، فهي تركز للاستبداد لأنّها تقوم على إدارة المجتمع ككل وبالتالي التحكم في وسائل الاعلام من قبل الطبقة العاملة التي يمثلها الحزب الشيوعي⁵⁶.

ج. النظرية التنموية في الاعلام:

1- تعريف النظرية التنموية:

تنسب هذه النظرية إلى عمل دينيس ماكويل عام 1987 الذي يدعو إلى دعم وسائل الاعلام لجهود الحكومة الرامية لتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية، تهتم هذه النظرية بتنظيم حرية الاعلام بما يخدم التنمية الوطنية، ويذهب بعض المفكرين على غرار أوكونا وأومينوغا إلى تشبيهها بالنظرية التسلطية من حيث سيطرة الحكومة على الصحافة لتحقيق أجندتها التنموية، حيث يفترضون أنّ النظرية التنموية جاءت لسد الفراغ الذي أصبح ملحوظا وبشكل متزايد مع اتساع فجوة الهوة بين الدول المتقدمة والدول النامية، ويؤكدون أيضا أنّ النظريات السابقة لم تجذب الدول النامية بشكل إيجابي، ومن هنا جاء البحث عن نظرية يمكنها شرح الوضع الاعلامي في الدول النامية. والغرض الأساسي من هذه النظرية هو استخدام الصحافة لخدمة الصالح العام للأمة من خلال جعل وسائل الاعلام تعمل كأدوات حكومية تستخدم في

⁵⁵ عبد النبي عبد الله الطيب، مرجع سابق، ص 60، 61.

⁵⁶ أمال محمد ربيع وهبة أحمد أحمد أحمد، مرجع سابق، ص 257، 258.

تحقيق النّمو الاقتصادي، والاستقرار السياسي والتنمية الثقافية، وحماية السيادة الوطنية، وبالتالي ترى هذه النّظرية أنّ وسائل الاعلام يجب أن تكون في طليعة التنمية بحيث لا تكون أدوات للتنمية بل تقود التنمية وتُحددها⁵⁷.

2- نشأة النّظرية التنموية:

مع منتصف القرن العشرين نالت العديد من دول العالم الثالث استقلالها لاسيما في أفريقيا وآسيا، أين ظهرت العديد من الدول حديثة الاستقلال تختلف عن الدول المتقدمة من حيث الامكانيات المادية والاجتماعية، وبالتالي كان لابد لها من إيجاد أنموذج إعلامي يختلف عن النظريات التقليدية ويتناسب مع الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية، لذلك ظهرت هذه النّظرية في ثمانينيات القرن العشرين في إطار جهود اليونسكو، أين برزت الدعوة لإقامة نظام دولي جديد باعتباره من اللوازم الأساسية لمواجهة الاختراق الثقافي ودمج سياسات الاتصال في استراتيجيات التنمية.

وقد اتخذ مفهوم الاعلام التنموي مكانته في العالم سنة 1976 في اجتماع لخبراء الاتصال لدول عدم الانحياز في تونس، أين توجت تلك الجهود بتقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال "تقرير ماكبرايد" الذي قدم لليونسكو في فيفري عام 1980. وقد ركز هذا التقرير على مشكلات الاتصال في العالم الثالث وتم اعتبار الاتصال مورد من موارد التنمية ووسيلة لضمان المشاركة السياسية الحقيقية وقاعدة معلومات مركزية لتحديد الاختيارات السياسية وأداة لخلق الوعي بالأولويات القومية. وقد اكتسبت هذه النّظرية وجودها المستقل من نظريات الاعلام الأخرى بفضل اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتّغيير الاجتماعي⁵⁸.

وعلى هذا الأساس فرض مفهوم التنمية نفسه في الخطاب السياسي والاقتصادي والاجتماعي على المستويات الوطنية والدولية، وفرض تأثيره أيضا على النّظم والبنى الاجتماعية بما فيها النّظام الاعلامي الذي أصبح يضطلع بممارسة مجموعة من السياسات الرامية لخدمة أهداف التنمية، فوسائل الاعلام تعد من بين أدوات التوعية والارشاد والتوجيه والتعليم الذي يستهدف إعادة بناء الوطن والمواطن من خلال برامج التنمية المتوالية.

ومع تزايد عدد الدول النامية ازداد الاهتمام بدراسة الاعلام التنموي في أدبيات النّظم الاعلامية المقارنة، فخصوصية الدول حديثة الاستقلال وظروفها تحد من تطبيق النظريات الاعلامية الأخرى لاسيما

⁵⁷- Mayen-Julia Paul Inyang and others, "Development Communication Process and Theories: An Overview", *An Interdisciplinary Journal of Human Theory and Praxis*, Vol 3, N° 1 (2020), p72.

⁵⁸- فطيمة لبصير، "الاعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية"، مجلة العلوم الانسانية، المجلد ب، العدد 47 (2017)، ص 56.

الديبرالية والمسؤولية الاجتماعية نتيجة غياب بعض الشروط الضرورية للاعلام المتطور مثل البنية التحتية لوسائل الاعلام، الاحترافية المهنية للصحفيين، المصادر الثقافية وطبيعة الجمهور، وتبعية الدول النامية للدول المتقدمة فما يخص الوسائل التكنولوجية⁵⁹.

3- عوامل ظهور النظرية التنموية:

توجد عوامل عديدة أسهمت في بروز هذه النظرية وهي كالتالي⁶⁰:

- الفجوة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والتي ظهرت بعد الحرب العالمية الثانية، حيث خلفت انعكاسات اقتصادية ونفسية وثقافية على سكان أوروبا، أين تم الاهتمام بمسؤولية الاعلام لترميم الدمار الذي خلفته الحرب.
- استقلال العديد من الدول وخاصة في جنوب العالم ومعاناتها من الفجوة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية بالمقارنة مع دول الشمال، أين ظهر دور الاعلام ليقص هذه الفجوة.
- ظهور نظرية التحديث الغربية التي حاولت الوقوف في وجه نموذج النمو الاشتراكي بجعل الدول النامية تنتقل من النظام التقليدي البريتوري إلى النظام الحديث جعلها تصل إلى مستوى الدول الأكثر نمواً.
- التراكم العلمي في بحوث الاعلام والاتصال الذي أبان عن إمكانيات واسعة يتمتع بها الاعلام في الاسهام نحو التغيير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي.
- ظهور تكنولوجيا المعلومات التي تعد عنصراً أساسياً في الاعلام، والتي أصبحت إحدى صور التسريع التنموي، وغيّرت بدورها نمط الاتصال بين أفراد المجتمع.

4- أفكار النظرية التنموية⁶¹:

- وسائل الاعلام التنموية يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتوافق مع السياسة الوطنية القائمة.
- إنّ حرية وسائل الاعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.

⁵⁹ - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص ص 229، 230.

⁶⁰ - نجلاء سيد عبد الرحمان وآخرون، "الاعلام التنموي ودوره في خدمة المجتمع المصري وتنميته (الواقع والمأمول)"، مجلة الدراسات والبحوث البيئية، المجلد 10، العدد 1 (2020)، ص ص 54، 55.

⁶¹ - هبة أحمد أحمد، مرجع سابق، ص ص 258، 259.

- يجب أن تعطي وسائل الاعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة في محتوى ما تقدمه.
- حرية الصحفيين والإعلاميين في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.
- إنّ للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الاعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية.

5- الاعلام التنموي: خصائصه، أنواعه، أهدافه

الاعلام التنموي هو استخدام وسائل الاتصال المكتوبة والمسموعة والمرئية في تطوير مسار المجتمعات من حالة هي عليها إلى حالة أفضل وأحسن، وذلك عن طريق الدراسة الموضوعية للواقع والتخطيط والمتابعة. كما أنّ الاعلام التنموي هو فرع أساسي ومهم من فروع النشاط الاعلامي يعمل على إحداث التحول الاجتماعي بهدف التطوير والتحديث، وهو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الاعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق وأهداف الحركة التنموية ومصصلحة المجتمع العليا. وعلى هذا الأساس يتصف الاعلام التنموي على أنه⁶²:

- إعلام متعدد أبعاده لتشمل الأبعاد الصحية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية.
- اعلام مرتبط بالواقع في معالجته لقضايا المجتمع.
- إعلام متطور ومعاصر.

ينقسم الاعلام التنموي إلى نوعين:

- ✓ الاعلام الجماهيري: يشمل الصحف المطبوعة والالكترونية، التلفزيون، الاذاعة.
- ✓ الاعلام المباشر: الاعلام الصادر عن منظمات المجتمع المحلي والذي يشمل لقاءات مفتوحة مع أفراد المجتمع المحلي وإصدارات مطبوعة ومسجلة.

وتختلف وتنوع أهداف الاعلام التنموي من مجتمع إلى آخر، لكن يبقى الهدف الأساسي عام وواضح وهو التأثير على الجماهير ومحاولة إقناعهم وتوعيتهم بأهمية التنمية وضرورة الاسراع بها، إلى جانب سعيه إلى خدمة قضايا المجتمع بالتركيز على حاجيات أفرادهم ومصالحهم الحيوية، إلى جانب أهداف أخرى تتمثل في⁶³:

- فهم وإدراك ما يحيط بالإنسان من ظواهر وأحداث.

⁶²- محمد فوزي كنانة ووفاء ضيف الله، "الاعلام التنموي والتخطيط الاعلامي: آليات ضرورية لتحديث المجتمع"، مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 5، العدد 2 (2018)، ص ص 181، 182.

⁶³- نجلاء سيد عبد الرحمان محمد وآخرون، مرجع سابق، ص ص 54.

- نقل التراث الثقافي من جيل إلى آخر.
- تنمية الحس الوطني والقومي لدى الآخرين.
- كشف الأخبار الهدامة والداعية إلى تعميق التخلف في المجتمع.
- تنمية الحس الديمقراطي وممارسة الديمقراطية.
- التركيز على دور الشباب وقضاياهم.

6- سمات الاعلام التنموي في الدول النامية:

يعد الاعلام التنموي جزءا لا يتجزأ من المنظومتين الاقتصادية والسياسية في الدول النامية لارتباطه بسلطة الدولة والمال، نظرا لتبعيته شبه الكاملة للدولة والقوى الاقتصادية الفاعلة والمسيطرة، كما أنّ السيطرة الاقتصادية على الوسائل الاعلامية لا يمكن تمييزها عن السيطرة السياسية وأنّه تطابق بين الاثنين، حيث لا تتمتع المؤسسات الاعلامية لدول العالم الثالث بالمكانة المناسبة كأداة سياسية مهمة في إحداث التغيير السياسي والتنمية الاقتصادية والاجتماعية كما هو الحال في الدول المتطورة،

وهنا يشير الاعلامي الأمريكي ميشال هابت إلى أنّ المؤسسات الاعلامية الحديثة ليست نابعة من داخل معظم بلدان العالم الثالث وهي تقدم نموذجا لنظم إعلامية واقعة تحت السيطرة الكاملة أو الجزئية للحكومات، إلى جانب تبعيتها التكنولوجية والثقافية الاعلامية، وتتجلى هذه التبعية في: الاعتماد على الدول المتطورة في:

- كل ما يتعلق بتأمين البنية الأساسية للاتصال من مرافق، ومعدات، وتسهيلات في الانتاج والتوزيع.
- استخدام المواد الاعلامية اللازمة لها من المؤسسات الأجنبية والتي لا تلائمها أحيانا من حيث السياق الاقتصادي، والتاريخي، والاقتصادي، والاجتماعي، والثقافي من خلال التدفق الاعلامي الحر في اتجاه واحد والذي يعكس حالة عدم التوازن في النظام الاعلامي الدولي الراهن⁶⁴.

7- الانتقادات الموجهة للنظرية التنموية:

لقد اهتمت هذه النظرية بربط الاعلام بالواقع ومحاولة تخليصه من التبعية، وتأكيد على أهمية تدخل الدولة في العملية الاعلامية بحجة الأولوية التنموية للدول النامية، وهو الأمر الذي مهد الطريق للاستبداد الذي يعوق التنمية ذاتها كما أثبت واقع الدول هذه⁶⁵.

⁶⁴- نجلاء السيد عبد الرحمان محمد وآخرون، مرجع سابق، ص 60.

⁶⁵- أمال محمد ربيع وهبة أحمد أحمد أحمد، مرجع سابق، ص 259.

ح. نظرية المشاركة الديمقراطية في الإعلام:

1- تعريف النظرية:

تعد هذه النظرية من بين أحدث الإضافات لنظريات الاعلام وأصعبها تحديداً، فقد برزت من واقع الخبرة العملية كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الاعلام، وقد قامت كرد فعل على الطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الاعلام ذات الملكية الخاصة من جهة وكرد على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة التي قامت على معيار المسؤولية الاجتماعية من جهة أخرى، وانتشرت نظرية المشاركة الديمقراطية بشكل خاص في الدول الرأسمالية.

يعبر مصطلح المشاركة الديمقراطية عن معنى التحرر من وهم الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية والذي أصبح مسيطراً على الساحة، وقد اعتبرت نظرية المشاركة الديمقراطية النظرية الليبرالية فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها. كما رأت أنّ نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة. فالنقطة الأساسية في هذه النظرية تتمثل في الاحتياجات والمصالح والآمال للجمهور الذي يستقبل وسائل الاعلام، حيث تركز هذه النظرية على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقتة ومجتمعه، ترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الاعلام ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل، والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع. ووسائل الاعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها، وتقدم فرصاً للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلاً من المسيطرين عليها⁶⁶.

2- نشأة نظرية المشاركة الديمقراطية:

تم اقتراح نظرية المشاركة الديمقراطية اعترافاً بالتطورات الاعلامية الجديدة وزيادة الانتقادات للاحتكارات العامة والخاصة، والهيمنة على وسائل الاعلام فمنذ بداية الستينات ازدادت المطالبة بوسائل إعلام شعبية بديلة تعبر عن مختلف احتياجات المواطنين، وبدأت تبلور أفكار نظرية المشاركة الديمقراطية لوسائل الاعلام على مستوى القاعدة الشعبية وظهرت بسبب عدم الرضا عن النظريات

⁶⁶ - جما قوعيش، مقاربات الاعلام المعاصرة - قراءة في الأسس والمنطلقات، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 8، العدد 1 (2014)، ص 78.

المعيارية التقليدية (السلطوية- اللبرالية- المسؤولية الاجتماعية- الاشتراكية)، وقد طرح هذه النظرية دنيس ماكويل عام 1987⁶⁷.

3- مبادئ نظرية المشاركة الديمقراطية:

- إن للمواطن، الفرد، الجماعات حق الوصول إلى وسائل الاعلام واستخدامها، ولهم الحق كذلك في أن تخدمهم وسائل الاعلام طبقا للاحتياجات التي يحددها.
- إن تنظيم وسائل الاعلام ومحتواها لا ينبغي أن يكون خاضعا للسيطرة المركزية.
- إن سبب وجود وسائل الاعلام أصلا هو لخدمة جمهورها وليس من أجل المنظمات التي تصدرها هذه الوسائل أو المهنيين العاملين بوسائل الاعلام.
- إن الجماعات والمنظمات والتجمعات المحلية ينبغي أن يكون لها وسائلها الاعلامية.
- إن وسائل الاعلام صغيرة الحجم والتي تتسم بالتفاعل والمشاركة أفضل من وسائل الاعلام المهنية الضخمة التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد.
- إن الاتصال أهم من أي يترك للإعلاميين أو الصحفيين.

4- مفاهيم وسمات نظرية المشاركة الديمقراطية:

تستخدم نظرية المشاركة الديمقراطية مفاهيم عديدة مثل: الصحافة البديلة، التلفزيون المجتمعي، الوسائط الصغيرة في المناطق الريفية، ملصقات الحائط لوسائل الاعلام المخصصة للنساء أو الأقليات. المشاركة والتفاعل، لذلك ترفض هذه النظرية رأسمالية السوق كشكل مؤسسي مهيمن، إضافة إلى معارضة التحكم المهني من أعلى إلى أسفل. وفيما يخص السمات فيمكن اختصارها في النقاط الآتية الذكر:

- الاهتمام باحتياجات ومصالح وتطلعات المتلقي النشط وحقه في: الحصول على المعلومات، والرد، واستخدام وسائل الاعلام للتفاعل مع المجتمع.
- تشجيع الاتصال الأفقي ومن أسفل إلى أعلى في وسائل الاعلام.
- ترى أن الاعلام له دور داعم بدلا من الدور الحاسم.
- تدعو إلى تشجيع التنظيم الذاتي لوسائل الاعلام.
- تعتبر الاعلام أداة الديمقراطية القوية.
- هذه النظرية قابلة للتطبيق أكثر على الوسائط الاعلامية الجديدة.

⁶⁷- تامر نادي، الديمقراطية التشاركية للإعلام- المفهوم والنظرية، ملتقى الباحثين السياسيين العرب، في: <https://arabprf.com/?p=3256>

- تؤيد فكرة سيطرة الحكومة على بعض الجوانب إذا لم تتصرف وسائل الإعلام كما ينبغي، من خلال عملية التسجيل، والترخيص، والرقابة، ومن خلال إعداد إرشادات لوسائل الإعلام⁶⁸.

5- أهداف نظرية المشاركة الديمقراطية:

تهدف نظرية المشاركة الديمقراطية إلى تمكين الجمهور من المشاركة والحصول على بدائل إذا لم يكن راضي على وسيلة واحدة، إلى جانب تفعيل أدوار الصحافة لمراقبة عمل الحكومة، وتدعيم مفاهيم المساواة والتواصل المفتوح وهو الأمر الذي سيقضي على تهميش بعض الفئات والجماعات داخل المجتمع،

6- الانتقادات الموجهة لنظرية المشاركة الديمقراطية:

من بين أهم الانتقادات الموجهة إلى هذه النظرية هو تركيزها على فكرة الديمقراطية وهذه الأخيرة يمكن استخدامها في سياقات مختلفة، إضافة إلى جانب الغموض الذي يحيط بمفهوم الديمقراطية وأسسها المعيارية. كما أنه على الرغم من تعدد الوسائل التكنولوجية إلا أنها لم تتمتع بالديمقراطية كما رآته هذه النظرية وبالتالي لم يتم تحقيق أهداف الإصلاح الاعلامي في ظل استمرار خدمة وسائل الاعلام أجندة الجهات المالكة⁶⁹.

المحور الثاني: نظريات التأثير المباشر والمحدود لوسائل الاعلام على الجمهور

مع تطور وسائل الاعلام والاتصال وتزايد حجم الجماهير المتابعة لها اتضح بشكل جلي تأثير وسائل الاعلام على الجمهور، وهو الأمر الذي دفع بالباحثين إلى تكثيف الدراسات والبحوث الخاصة بتفسير وظائف وسائل الاعلام والاتصال وعلاقتها بالجمهور، مما أدى إلى بروز العديد من النظريات الاتصالية.

المحاضرة الرابعة: نظرية التأثير المباشر (الطلقة السحرية)

مع تطور وسائل الاعلام والاتصال وتزايد حجم الجماهير المتابعة لها اتضح بشكل جلي تأثير وسائل الاعلام على الجمهور، وهو الأمر الذي دفع بالباحثين إلى تكثيف الدراسات والبحوث الخاصة بتفسير وظائف وسائل الاعلام والاتصال وعلاقتها بالجمهور، مما أدى إلى بروز العديد من النظريات الاتصالية. ونظرية الطلقة السحرية أو الحقنة تحت الجلد هي أولى النظريات التي وضعت اللبنة الأولى لعلم الاتصال كحقل مستقل بذاته في عشرينيات القرن الماضي، أين رأت بأن الرسالة التي تقدمها وسائل الاعلام لديها

⁶⁸ - صونية عبديش، مدخل إلى علوم الاعلام والاتصال، مطبوعة بيداغوجية، جامعة الجزائر 3، 2022 / 2023، ص 92.

⁶⁹ - تلمر نادي، في: <https://arabprf.com/?p=3256>

تأثير قوي على الجمهور. وما ساعد على بروزها بشكل واضح هو مجريات الأحداث التي واكبت الحرب العالمية الأولى وتأثير الدعاية وقت ذاك على توجهات الجمهور القارئ للجرائد والمستمع للراديو.

○ الأهداف المحددة:

في نهاية المحاضرة سيكون الطالب قادر على:

- ✓ تذكر مكتسباته القبلية حول الدعاية الاعلامية وأثرها على توجهات الجمهور، من خلال استرداده للمعلومات المتعلقة بالحرب العالمية الأولى وفعالية الرسائل الدعائية آنذاك.
- ✓ فهم ميزات نظرية الطلقة السحرية وافترضاها المفسرة للظواهر الاتصالية والاعلامية.
- ✓ توظيف نظرية الطلقة السحرية وتهجينها مع بيئة الدراسة.
- ✓ تحليل خلفية الرسائل الاعلامية الرامية للتأثير في سلوك الأفراد.
- ✓ تقييم مدى صلاحية النظرية في تفسير الظواهر الاتصالية الجديدة.

1- تعريف نظرية الطلقة السحرية:

ظهرت هذه النظرية خلال الحرب العالمية الأولى على يد المفكر الأمريكي هارولد لاسويل، تفترض بأن لوسائل الاعلام تأثير مباشر وقوي مثل تأثير الحقنة تحت الجلد⁷⁰. فالرسائل الاعلامية التي تقدمها هذه الوسائل هي بمثابة منبهات ومؤثرات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد بقوة وتجعلهم يدركونها بشكل متقارب⁷¹، وحسب هذه النظرية وسائل الاعلام قادرة على تكوين الرأي العام وجعل الجماهير تغير رأيها بتبني وجهة نظر القائم بالاتصال. وفي هذا الاطار رأى هارولد لازويل أنّ الجماهير عبارة عن ذرات منفصلة من ملايين القراء والمستمعين والمشاهدين وهي مهيأة دائما لاستقبال الرسائل، أين كل رسالة تشكل منبها قويا ومباشرا يدفع المتلقي للاستجابة بالشكل الذي يحقق هدف القائم بالاتصال، وتسمى هذه النظرية أيضا بالرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد⁷².

1- نشأة نظرية الطلقة السحرية:

تم طرح هذه النظرية من قبل هارولد لاسويل بعد الحرب العالمية الأولى، فمع اكتساب الراديو والأفلام والاعلانات شعبية كبيرة بين ثلاثينات وخمسينات القرن العشرين بدأت تظهر تأثيرات وسائل الاعلام على سلوك الناس بشكل واضح، فقد كان استخدام أدولف هتلر وسائل الاعلام لنشر الدعاية

⁷⁰ - مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الإتصال، (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، د س ن)، ص 211.

⁷¹ - محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (الأهرام: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003)، ص ص 246، 247.

⁷² - حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص 221.

النازية في ألمانيا وخلق قوة موحدة عازمة على غزو أوروبا، فبالنسبة للملاحظين العاديين بدا الناس عاجزين حقا عن مقاومة وسائل الاعلام، حيث لأول مرة تم صياغة الرسائل الاعلامية مع وضع الجمهور المستهدف في الاعتبار لتحقيق استجابات متجددة، وهو الأمر الذي دفع علماء السلوك إلى دراسة تأثيرات وسائل الاعلام بشكل جدي، وبالتالي كانت نظرية الابرّة تحت الجلد واحدة من النماذج الأولى التي تمخضت عن بدايات الدراسات الاعلامية، ومع ذلك اعتمدت النظرية على الاستدلال الاستقرائي التقليدي الذي تدعمه الملاحظة بدلا من الاستدلال الاستنباطي الحديث المدعم بالاختبارات المنهجية⁷³.

ويعود ظهور المفاهيم الأولى لنظرية الطلقة السحرية عام 1927 إلى كتاب هارولد لاسويل "تقنيات الدعاية خلال الحرب العالمية الأولى، أين قدم رؤية شاملة لحرب 1914-1918 واعتبر أنّ وسائل الاعلام قد غدت أدوات ضرورية في إدارة الرأي العام من طرف الحكومات خاصة مع القفزات الواسعة التي شهدتها تطور الوسائل التكنولوجية⁷⁴.

لقد سيطرت نظرية الطلقة السحرية على الفكر حول جودة وكمية تأثير رسائل وسائل الإعلام على أعضاء الجمهور المستهدف. ومع اكتساب الراديو والأفلام والإعلانات شعبية كبيرة بين ثلاثينيات وخمسينيات القرن العشرين، بدا تأثير وسائل الإعلام على سلوك الناس واضحا للغاية، وفي بعض الحالات مخيفا للغاية. أين حفزت إعلانات الصحف والمجلات الاستهلاكية الأمريكية، وجذبت حتى الأشخاص المقتصدین إلى المتاجر الكبرى المتألقة. وألهمت خطابات الرئيس فرانكلين د. روزفلت الإذاعية المعروفة باسم "الدردشات بجانب الموقد"، ملايين المواطنين لدعم سياسات الصفقة الجديدة في الوم أ أعقاب الكساد العظيم الذي عرفته⁷⁵.

2- النظريات التي استمدت منها نظرية الطلقة السحرية أفكارها:

- نظرية فرويد: ترى أن سلوكيات الفرد تنبع من اللاوعي واللاشعور أو من العقل الباطن، وقد رأت نظرية الرصاص السحرية أنّ الرسالة الاعلانية والدعائية تتوجه إلى لا وعي الفرد. مثلا: لترويج سلعة معينة يتم ربطها بشخصية مشهورة يتمنى المتلقي في أعماقه التشبه بها⁷⁶.

⁷³-Chinenye Nwabueze and Ebere Okonkwo, "Rethinking the Bullet Theory in the Digital Age, International", *Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, Volume 4, Issue 2 (2018), pp 2,3.

⁷⁴- أرمان وميشال أتالار، تاريخ نظريات الاتصال، تر: نصد الدين العياضي والصادق رايح، (بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2004)، ص 47.

⁷⁵- Obinna Johnkennedy Chukwu and Omokhuebey Evelyn Ogo, "Relevance of Bullet Theory in the Era of Social-media: Paradigms, Trends and the Implication"s, *ISRG Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, Volume 2, Number 6 (2024), p 166.

⁷⁶- فاطمة الزهراء سعداوي، نظرة حول نظريات التأثير لجمهور وسائل الاعلام، في:

http://saadaouifatima.blogspot.com/2017/04/3-fatima_2.html

• النظرية النفسية: والتي كانت شائعة في فترة بداية العشرينيات، وهي مرتبطة بالمنبه والاستجابة، تفترض أنّ لكل فعل رد فعل، وأنّ كل منبه يحقق استجابة مؤكدة، واعتبرت هذه النظرية وسائل الاعلام منيها تتعرض له الجماهير وتستجيب له بشكل أو بآخر. لذلك تركز نظرية الطلقة السحرية على التأثير القوي لوسائل الاعلام واستجابة الجماهير للرسائل الإعلامية⁷⁷.

• نظرية المجتمع الجماهيري: تفترض هذه النظرية أنّ المؤثرات المصممة ببلاغة يمكن أن تصل إلى كل عضو في المجتمع الجماهيري عن طريق وسائل الاعلام المختلفة، وأنّ كل فرد يمكن أن يدركها بنفس الطريقة العامة، وأنّه من الممكن أن تحدث استجابة متماثلة تقريبا من كل الأفراد. ومن هنا استلهم لازويل افتراضه المتعلق باستجابة الأفراد لوسائل الاعلام بشكل متشابه تقريبا⁷⁸.

3- افتراضات نظرية الطلقة السحرية:

- أنّ وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الأعضاء في المجتمع الجماهيري الذي يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب.

- أنّ هذه الرسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد بقوة.

- أنّ هذه المنبهات تقود الأفراد إلى الاستجابة بشكل متماثل إلى حد ما، وتخلق تغييرات في التفكير والأفعال بشكل متماثل عند كل الأفراد.

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

- أنّ الفرد يتلقى معلومات بشكل فردي من وسائل الاعلام وبدون وسيط.

- أنّ رد الفعل أيضا فردي ولا يعتمد على تأثير المتلقين على بعضهم.

4- انتقادات نظرية الطلقة السحرية:

اعتبر الكثير من العلماء أنّ نظرية الحقنة تحت الجلد ضعيفة جدا لأنها كانت تنظر إلى الناس كمتلقين سلبيين للرسائل الاعلامية التي تنتزع إرادتهم الشخصية بواسطة حقن رسائلهم، إلا أنّ الجماهير في واقع الأمر تتكون من أفراد يختارون ويرفضون ويقيمون ويتفاعلون مع الأحداث، وهو ما أدى إلى إعادة النظر في

⁷⁷ - عاطف علي العبد ونهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2011)، ص 282.

⁷⁸ - أسامة بن المساعد المحيا، "نظريات التأثير الإعلامية"، ص 9. في:

<file:///C:/Users/pc1/Downloads/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D>

هذه النظرية من خلال نماذج ونظريات معدلة ومخفضة من حدة تأثير وسائل الاتصال الذي تعتقده⁷⁹. أين تم الاهتمام بالمتلقي كطرف مؤثر في العملية الاتصالية.

المحاضرة الخامسة: نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين

يقصد بنظريات الاعلام ذات التأثير المحدود تلك النظريات التي ظهرت في أربعينيات القرن الماضي، والتي فندت أطروحة هارولد لاسويل فيما يتعلق بالتأثير المباشر لوسائل الاعلام، وافترضت أن الجمهور انتقائي في تعرضه للمعلومات والرسائل الاعلامية المختلفة، أين اهتمت نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين، بدراسة الطرف الثاني من العملية الاتصالية وهو المتلقي، حيث حسبها الجمهور هو من يؤثر في مضامين وسائل الاعلام.

○ الأهداف المحددة:

سيتمكن الطالب من خلال المحاضرة من:

- ✓ تذكر أهم مرحلة من مراحل تطور علوم الاعلام والاتصال وهي الانتقال من المرحلة الوصفية إلى المرحلة التجريبية، وذلك بفعل تطور الدراسات والأبحاث العلمية التي أسست لظهور نظريات جديدة أكدت على التأثير المحدود لوسائل الاعلام.
- ✓ فهم خصائص ومبادئ وافتراضات نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين.
- ✓ معرفة كيف تتم العملية الاتصالية حسب هذه النظرية.
- ✓ تحليل درجة تأثير وسائل الاعلام على الجمهور.
- ✓ تحديد مدى صلاحية النظرية في تفسير ظواهر الاعلام والاتصال.

1- تعريف نظرية تدفق الاعلام على مرحلتين:

يقصد بهذه النظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين: من خلال تلقي الناس للمعلومات التي تبثها وسائل الاعلام، ومن خلال تفسيرات قادة الرأي لهذه المعلومات، ففي السابق كان يعتقد بأن لوسائل الاعلام التأثير القوي والمطلق على الجماهير بيد أن هذه النظرية أثبتت العكس، فالرسائل تنتقل من وسائل الاعلام إلى قادة الرأي ومن ثم إلى الجماهير، فحسبها الاعلام المباشر لا يؤثر في المتلقي بشكل

⁷⁹- بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015)، ص 176.

مباشر أو بعبارة أخرى يكون تأثيره محدودا على عكس إذا انضم له قائد الرأي الذي يملك النفوذ المادي والمعنوي والذي يفسر الرسائل الاعلامية بالطريقة التي يراها على أساس تكوينه الثقافي. وهذه النظرية تندرج ضمن الصنف المتعلق بنوع التأثير الاعلامي الذي تحدثه وسائل الاعلام⁸⁰.

تؤكد هذه النظرية على مركزية قادة الرأي والاتصالات الشخصية في تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية. فتأثير تدفقات الاتصال الجماهيري يمر بمرحلتين أو خطوتين. تحدث الخطوة الأولى على مستوى تأثير رسائل وسائل الإعلام على قادة الرأي، "المؤثرين" الذين عادة ما ينتهون إلى وسائل الإعلام عن كثب. يفسر هؤلاء المؤثرون ما يجمعونه من وسائل الإعلام وينقلونه إلى أعضاء الشبكات الاجتماعية القريبة منهم، وهي الخطوة الثانية في تدفق الاتصال. وقد دعمت البحوث التجريبية هذا النموذج، مؤكدة على قوة الشبكات الاجتماعية في مجالات متنوعة مثل الإعلان وانتشار التكنولوجيا⁸¹.

2- نشأة نظرية التدفق الاعلامي على مرحلتين:

أول ظهور لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين هو ما بلورته نتائج الدراسة التي أعدها الباحثون في جامعة كولومبيا الأمريكية بول لازرسفيلد وبيرنارد بيرلسون وهيلين جوديت بعنوان "اختيار الشعب The People's Choice" التي أجريت على الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1944 لعينة سكان مدينة إيري كاونتي، والتي كان من أهم نتائجها التي لفتت نظر واهتمام الباحثين هي أنّ قادة الرأي كان لهم الأثر الأكبر في اتجاهات الناخبين أكثر من الأثر الذي كان متوقعا أن تحدثه وسائل الاعلام الجماهيري خاصة الإذاعة والصحف، وفسر الباحثون هذه النتيجة بقولهم إنّ الرسالة الاعلامية لم تكن ذات تأثير مباشر في الناخب وإنما يكون التأثير عبر متغير وسيط هو "قادة الرأي"، حيث يتعرض الأخير لمضمون وسائل الاعلام ويتأثر بها ثم ينقلون هذا التأثير بدورهم إلى الجماهير عبر قنوات اتصالية متنوعة أهمها الاتصال الشخصي⁸².

وإلى جانب ذلك قام لازرسفيلد بدراسة ثانية عام 1955 تحت عنوان التأثير الشخصي حول سلوك المستهلك في عالم الأزياء وبهذا خلص لازرسفيلد وكاتز إلى أنّ العلاقات الاجتماعية غير الرسمية تقوم بدور أساسي في تحديد الطريقة التي يستجيب بها الفرد تجاه الرسالة، وهذا ما مثل مرحلة ثانية من مراحل الاتصال الجماهيري ونموذجا آخر للاتصال تحت فكرة "انتقال المعلومة عبر مرحلتين Tow Step Flow" ليكون بذلك قادة الرأي حلقات وصل بين وسائل الاعلام وجماعاتهم ليتطور الاتصال إلى تعدد العوالم ولترسل الرسالة عبر عدة طرق مستهدفة قادة الرأي الذين ينقلونها بدورهم ليظهر فعل القيادة أو السيطرة

⁸⁰ - هشام رشدي خير الله، مرجع سابق، ص 100.

⁸¹ - Aziz Douai, "Tow- Step Flow of Communication Theory", *Encyclopedia of Social Networks*, 2011, p 888.

⁸² - محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الاعلامي، (الرياض: العبيكان للنشر، 2014)، ص 111.

كعامل أساسي في انتقال المعلومات، ذلك بارتباط قائد الرأي بالتسلط على جماعة ما مع رضا أفرادها بذلك من خلال تمكن فرد ما من ضبط جماعة وتنظيمها وذلك بصفة معلنة أو إيجابية⁸³.

فقد ساهمت نتائج انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1940 بين ويندل ويلكي المرشح الجمهوري والرئيس فرانكلين روزفلت المرشح الديمقراطي والتي أسفرت عن نجاح الأخير للمرة الثانية رغم معارضة وسائل الاعلام السائدة في هذا الوقت له، ساهمت نتائج هذه الانتخابات في إثارة التساؤلات حول القوة الطاغية لوسائل الاعلام ومدى انفرادها في هذا المجال، والبحث عن العوامل التي أدت إلى هذه النتائج على الرغم مما كان يعتقد حينئذ حول أسطورة تأثير وسائل الاعلام. فقد حاولت الدراسة التي قام بها لازرسفيلد تحليل خطب الحملة الرئاسية وغيرها من الرسائل السياسية التي قدمتها الصحف والمجلات، حيث قام الباحثون بمتابعة آراء عينة من السكان على فترات قبيل وأثناء الحملة الانتخابية أين تم التوصل إلى⁸⁴:

- إن عملية تكوين الرأي الانتخابي ليست عملية فردية ولكنها عملية جماعية وتفسير ذلك أنّ الناس الذين يعيشون أوضاع اجتماعية متقاربة تجمعهم عادة مصالح ومشاعر واحتياجات مشتركة، وينعكس ذلك على اتجاهاتهم وآرائهم منها السياسية فيما يتعلق بالشخص أو الحزب الذي يؤيدونه في الانتخابات.
- الاتصال الشخصي كان العامل المؤثر في تكوين رأي الناخبين وليس وسائل الاعلام كما كان معتقدا.
- كشفت الدراسة عن وجود أفراد داخل جماعة يتميزون عن سواهم بكونهم أكثر اتصالا بوسائل الاتصال الجماهيرية من صحف ومجلات وإذاعة هم من ينقلون مضمونها إلى باقي أفراد الجماعات يطلق عليهم تسمية قادة الرأي.
- غالبية أفراد العينة لا يحصلون على معلوماتهم من وسائل الاعلام مباشرة وإنما من خلال اتصاليهم المباشر بقيادة الرأي في الجماعات التي ينتمون إليها.

3- افتراضات نظرية تدفق الاعلام على مرحلتين:

في دراسة أجراها "ألبيو كاتز عام 1947 قدم التصور التالي لافتراضات نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين⁸⁵:

- إنّ قادة الرأي والناس الذين يتأثرون بهم ينتمون إلى نفس الجماعة الأساسية، سواء كانت الأسرة أم الأصدقاء أم زملاء العمل.

⁸³ - وهيبه حنان عزوز، "الفضاء الالكتروني، إعادة النظر في قادة الرأي"، مجلة قيس للدراسات الانسانية والاجتماعية، المجلد 3، العدد 2 (2019)، ص 692.

⁸⁴ - حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص ص 250 - 252.

⁸⁵ - المرجع نفسه، ص 253.

- إن قادة الرأي والأتباع يمكن أن يتبادلوا الأدوار في ظروف مختلفة، فقائد الرأي في المجال السياسي قد يكون تابعا في المجال الديني أو الرياضي مثلا.
- يكون قادة الرأي أكثر تعرضا واتصالا بوسائل الاعلام فيما يتعلق بتخصصهم.
- تؤكد فرضية انتقال المعلومات على مرحلتين على اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة وسائل اتصالية، وكذلك اعتبار أنّها تمثل ضغوطا على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي.

4- مفاهيم نظرية تدفق الاعلام على مرحلتين:

- قادة الرأي: هم الأشخاص الذين لا يمررون المعلومات والآراء للآخرين فقط، ولكنهم أيضا يقومون بدور الحاجز والوسيط لتأثيرات الاعلام الجماهيري، على سبيل المثال، قد تكون والدتك قائدة رأي في منحنى معين في حياتك، وليكن مثلا الحزب السياسي المفضل لك، وتؤثر على اختيارك في التصويت الانتخابي، وفي السياق نفسه قد تكون أنت قائدا للرأي في منحنى معين في حياة والدتك مثل اختيار ألوان الملابس، وبالتالي تؤثر عليها في اختياراتها عند الشراء⁸⁶. وفي هذا الإطار يَعرّف أفريت روجرز قادة الرأي بأنهم الأشخاص من ذوي النفوذ في مجال استحسان الأفكار أو استهجانها، ويعرفون أيضا بأنهم الأشخاص ذوو التأثير الكبير في معلومات وآراء ومواقف وسلوك أشخاص آخرين في مجتمع ما ولهم دورهم في تشكيل الرأي العام في الجماعة التي ينتمون إليها، إذ يمكنهم أن يوصلوا لأعضاء الجماعة المعلومات التي تؤثر في اتجاهات الأفراد وتشكيل الرأي العام للجماعة. تطلق عليهم تسميات عديدة ك: قادة الفكر- مفاتيح الاتصال- الزعماء الرسميون- مهندسي الأسلوب- أصحاب التأثير. وحتى يتمكن قادة الرأي من التحكم في اتجاهات الآراء الجماعية لابد من تمتعهم بالصفات التالية: الذكاء- النضوج الفكري والاجتماعي- الجاذبية- الكاريزما- المهارات الاتصالية- الاتصال المباشر والمستمر⁸⁷.

- انتقال المعلومات: الرسالة الاعلامية تمر على قادة الرأي قبل وصولها إلى الجمهور المستهدف، حيث قادة الرأي يتعرضون للرسائل ثم ينقلونها إلى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية وبخاصة الاتصال الشخصي⁸⁸.

⁸⁶ - مارك بالناقر وآخرون، نظريات ومناهج الاعلام، تر: عاطف حطيبة ومنال أبو الحسن، (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2017)، ص ص 84،

⁸⁵

⁸⁷ - طارق ثابت، "قادة الرأي والفكر ودورهم في التأثير والتغيير والتعريف بقيم الرسالة المحمدية من خلال وسائل الاعلام الجديدة (شبكة الأنترنت أنموذجا)"، مجلة العميد، العدد 2 (2013)، ص ص 207-209.

⁸⁸ - باية بوزة وواء بن طراد، "الأطر النظرية المفسرة للإعلام الشبكي بين الفعالية والمحدودية"، مجلة معالم للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد 1، العدد 1 (2022)، ص 6.

• الجمهور: حسب هذه النظرية يتأثر الجمهور بوسائل الاعلام بطريقة غير مباشرة، ويرجع ذلك إلى تفسير قادة الرأي للرسالة الاعلامية أكثر من التفسير المقصود للرسالة من مصدرها الأصلي وهي وسائل الاعلام، كما تعتبر هذه النظرية العلاقات الشخصية المتداخلة ووسائل اتصالية تمثل ضغوطا على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي⁸⁹. كما أنّ جمهور وسائل الاعلام حسب هذه النظرية يبدي انتقائية في الاستخدام وهو الأمر الذي يحد من قوة تأثير وسائل الاعلام الجماهيرية⁹⁰.

5- الانتقادات الموجهة لنظرية تدفق المعلومات على مرحلتين⁹¹:

- تتجاهل النظرية حقيقة مهمة وهي القدر الكبير من المعلومات يصل إلى الجماهير مباشرة وأنّ ما يصلهم عن طريق قادة الرأي أقل.
- لا تميز بين أنماط نشر المعلومة وبين التأثير، فقائد الرأي قد ينقلها ويؤثر وقد لا ينقلها ويؤثر.
- ترى النظرية أنّ القادة يتلقون المعلومات من وسائل الاعلام فقط والواقع أنّ المصادر أشمل.
- تعتبر النظرية أنّ قادة الرأي نشطون في البحث عن المعلومة وأنّ الجماهير سلبية والواقع والقادة في تغير مستمر ويختلفون من حيث القوة والقبول.

المحاضرة السادسة: نظرية انتشار المبتكرات

تسعى نظرية انتشار المبتكرات إلى دراسة كيفية انتشار الأفكار الجديدة وتبنيها أوساط الجمهور الواسع، وهذا من خلال دراسة السلوك الإنساني ودرجة الاقبال على المبتكر، حيث تسهم وسائط الاعلام والاتصال المختلفة في زيادة المعرفة وحجم المعلومات المتدفقة حول المبتكر، أين يكون للاتصال الشخصي دورا فعالا في تشكيل المواقف حول المبتكر.

○ الأهداف المحددة:

تمكن عناصر المحاضرة الطالب من:

- ✓ فهم افتراضات وأفكار نظرية انتشار المبتكرات.
- ✓ المقارنة بين قادة الرأي في نظرية انتشار المبتكرات ونظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين.

⁸⁹- عدلان مرزوق، مطبوعة بيداغوجية، جامعة الجزائر، كلية علوم الاعلام والاتصال، 2019 / 2020، ص 84.

⁹⁰- وهيبه حنان عزوز، مرجع سابق، ص 693.

⁹¹- أسامة بن مساعد المحيا، مرجع سابق، ص 15.

- ✓ تحليل الأسباب والدوافع التي تؤدي إلى تبني المبتكر الجديد.
- ✓ القدرة على توظيف النظرية في بحوثه ودراساته العلمية.
- ✓ تحديد مدى ملائمة النظرية في ظل البيئة الرقمية.

1- تعريف نظرية انتشار المبتكرات:

هي نظرية تدرس كيف ولماذا وإلى أي درجة تنتشر بها الأفكار والتكنولوجيا عبر الثقافات المختلفة، وأول من قام بدراسة مفهوم انتشار المبتكرات هو عالم الاجتماع الفرنسي غابريال تارد عام 1890 والألماني فريدريك راتزل والأسترالي ليو فروينيس وغيرهم، إلا أن هذه النظرية تنسب إلى إيفريت روجرز: الذي ألف عام 1962 كتاب تحت عنوان "انتشار المبتكرات"⁹². وقد عرف كل من روجرز وشوميكر انتشار المبتكرات أو نشر المستحدثات على أساس أنها "عملية تتعرض من خلالها فكرة أو شيء أو سلوك مستحدث للنشر من خلال وسيلة معينة بين أفراد نظام اجتماعي محدد، كما تم النظر إلى الابتكار أو المستحدث على أنه "فكرة جديدة أو أسلوب أو نمط جديد تم استخدامه في الحياة، ففكرة تنظيم أسرة أو إدخال أساليب جديدة في الزراعة أو استحداث وسيلة اتصالية مثل: الهاتف المحمول، كل ذلك يعد ابتكاراً"⁹³.

تبنى نظرية انتشار المبتكرات نهجا معاكسا للنظريات السابقة فهي لا تركز على إقناع الأفراد بالتغيير، بل ترى أن التغيير يتعلق في المقام الأول بتطور أو إعادة اختراع المنتجات والسلوكيات بحيث تصبح أكثر ملائمة لاحتياجات الأفراد، فحسب النظرية ليس الأفراد من يتغيرون بل الابتكارات ذاتها من تتغير⁹⁴.

ونظرية انتشار المبتكرات قريبة الشبه من نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، غير أنه يسمح بالمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال، إذ أنه يرى أن تدفق المعلومات ينساب عبر أفراد عديدين، ولا يتغير مفهوم قيادة الرأي في نظرية انتشار المبتكرات عن مفهومه في نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين ولكنه يضيف تفصيلات أكثر حول شخصية قائد الرأي على غرار: تعرض قادة الرأي لوسائل الاعلام أكثر من أتباعهم- هم أكثر ابتكارية من أتباعهم لأنه لديهم أفكار جديدة وقدرة على ابتكار الحلول وتبني المستحدثات أكثر من غيرهم- يتمتعون باتصال مع وكلاء التغيير مثل المسؤولين عن برامج التنمية

⁹²- مروة مصطفى شمس، "الاتجاهات الأساسية في نظرية التسويق الاجتماعي: دراسة استطلاعية"، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد 5 (2016)، ص ص 249، 250.

⁹³- سلطان محمد ناصر القاسمي، "مستوى استخدام القوائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد دراسة مسحية على المؤسسات الحكومية في سلطنة عمان"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، ديسمبر 2016، ص 12.

⁹⁴- Tahir Ahmad Wani and Syed Wajid Ali, "Innovation Diffusion Theory Review & Scope in the Study of Adoption of Smartphones in India", **Journal of General Management Research**, Volume 2, Issue 2, 2015, p 100.

والجهات الرسمية- يحتلون مراكز اجتماعية متميزة نظرا لوضعهم العلمي والاقتصادي، والاجتماعي، والمهني- هم الأكثر انفتاحا عن العالم والأكثر تقبلا للأفكار الجديدة والتغيير عن غيرهم،،، إلخ⁹⁵.

2- نشأة نظرية انتشار المبتكرات:

يعد إيفريت روجرز مؤسس هذه النظرية وهو عالم ومفكر متخصص في مجال علم الاجتماع، كان اهتمامه آنذاك منصب على تحديث المجتمع الريفي الأمريكي وجعله مواكب للتغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي جعلت من الولايات المتحدة الأمريكية قوة عظمى بعد الحرب العالمية الثانية، فقد ركز روجرز على كيفية تبني المستحدثات أو الابتكارات الجديدة. وفي عام 1970 قدم لنا روجرز وشوميكر أنموذجهما على أنه وجهة نظر مركبة لانتشار المبتكرات في النظام الاجتماعي، حيث تعد اسهاما كبيرا لفهمنا لانتشار الرسائل الاتصالية وتأثيرها، ويتم انتشار المبتكرات حين تنتشر فكرة أو شيء معين من نقطة الأصل إلى المناطق الريفية المحيطة بها أو من شخص إلى آخر خلال منطقة واحدة⁹⁶.

3- عناصر تدفق المعلومات الخاصة بالابتكار:

حدّد روجرز وشوميكر عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بالابتكار من نموذج ديفيد بيرلو، وذلك على النحو التالي:

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

وفي هذا الإطار يفترض هذا النموذج انّ قنوات وسائل الاعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، في حين تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول الابتكار الجديد⁹⁷.

⁹⁵- حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، مرجع سابق، ص ص 254، 255.

⁹⁶- عبد الأمير الفيصل، "الاشباع المتحققة عبر الانترنت، وعلاقتها بالابتعاد الأسري"، مجلة مداد الآداب، المجلد 1، العدد 13 (2017) ص 559.

⁹⁷- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص ص 255، 256.

4- ميزات المبتكر حسب روجرز وشوميكور:

حسب هذه النظرية يعتبر تبني المبتكر متغير أساسي ترتكز عليه سيرورة انتشار المبتكرات التكنولوجية انطلاقاً من مرحلة عرض المبتكر على المستخدم إلى غاية قبول أو رفض تبني المبتكر التكنولوجي، وعليه يقتضي أن يتميز المبتكر بمميزات تجعله قابلاً للتبني من قبل المتبني المستخدم، وقد حدد روجرز هذه المميزات في خمس عناصر رئيسية وهي: أهمية المبتكر- فائدته النسبية- مدى انسجامه مع قيم الجماعة- درجة تعقده- وضوحه⁹⁸.

5- عناصر نظرية انتشار المبتكرات⁹⁹:

- المبتكر أو الابتكار: هو أي فكرة جديدة تدخل النظام الاجتماعي مثل استخدام الأنترنت.
- الاتصال: عبر قنوات الاتصال أو الاتصال الشخصي.
- الوقت: يعني أنّ انتشار المبتكرات سيتم عبر مرور الزمن فالوقت ضروري لانتشار المبتكرات وفي تبني الناس لها.
- الأعضاء في القطاع الاجتماعي: فالمبتكرات موجهة إلى أفراد في مجتمع ما تربطهم مجموعة من العلاقات.

6- مراحل عملية انتشار المبتكرات¹⁰⁰:

- المعرفة: إذ يتم التعرف على نوعية الابتكار والحصول على نوعية المعلومات حول وظائفه.
- الاقناع: إذ يحدد الفرد موقفاً مؤيداً أو معارضاً للابتكار.
- القرار: إذ يمارس الفرد أنشطة تدفعه إما إلى تبني الابتكار أو رفضه.
- التدعيم أو التثبيت: يسعى الفرد إلى تدعيم قراره حول الابتكار ولكنه قد يتخلى عن أحد وسائل الاتصال السابقة إذا ما تعرض إلى وسائل جديدة، ويكون الوقت عنصر ضروري في كل مرحلة من المراحل السابقة.

⁹⁸ - اسماعيل بن ديبلي، "سوسيولوجيا الاستخدامات وأطر مقاربتها في علوم الاعلام والاتصال قراءة في التمثلات، الاستخدام، والتملك"، مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط، العدد 4 (2014)، ص ص 181، 182.

⁹⁹ - عبد الأمير فيصل، مرجع سابق، ص 559.

¹⁰⁰ - المرجع نفسه، ص 560.

7- مراحل عملية تبني الأفكار والأساليب المستحدثة¹⁰¹:

يرى روجرز أنّ عملية تبني أفكار جديدة ومستحدثة بشكل عام هي عملية عقلية يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالابتكار إلى أن ينتهي به الأمر إلى تبنيها، وتشمل هذه العملية المراحل التالية الذكر:

- مرحلة الوعي بالفكرة: يسمع الفرد بالفكرة أم المبتكر لأول مرة، ويمكن أن يكون هذا الوعي عفوي أو مقصود، وهذه المرحلة ذات أهمية كبيرة، كونها مفتاح الطريق إلى المراحل الأخرى في عملية قبول وتبني المنتج.
- مرحلة الاهتمام: تولد في هذه المرحلة لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع الفكرة والسعي إلى مزيد من المعلومات بشأنها، ويصبح أكثر ارتباطاً بالفكرة مقارنة بالمرحلة السابقة.
- مرحلة التقييم: في هذه المرحلة يقوم الفرد بالموازنة بين معرفته ومعلوماته عن الفكرة المستحدثة وموقفه وسلوكه وتوقعاته المستقبلية، إلى أن نتهي به الأمر إلى رفض الفكرة أو اخضاعها للتجريب.
- مرحلة التجريب: تساعد هذه المرحلة الفرد على تحديد مدى فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة، فإذا ما اقتنع بفائدتها فإنه يقرر أن يتبناها ويطبقها على نطاق واسع، وإذا لم يقتنع بجدواها فإنه يقوم برفضها.
- مرحلة التبني: تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي فالرد قد انتهى إلى قرار بتبني الفكرة المستحدثة بعد أن اقتنع بفائدتها، ولكن في بعض الحالات قد يترك الفكرة المستحدثة لأسباب معينة.

8- عوامل التحكم في سرعة انتشار المبتكرات:

- النفقة المادية.

- الانسجام مع القيم السائدة.

- درجة التعقيد من حيث الفهم والاستخدام.

- القابلية للتقسيم والتجزئة.

- قابلية التداول "الوضوح وسهولة النشر".

9- تصنيف الأفراد على أساس الوقت الذي ستغرقونه لتبني المبتكر¹⁰²:

- المبتكرون: أولئك الذين هم على استعداد لتحمل المخاطر وأول من جرب أفكارًا جديدة.

¹⁰¹- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص ص 258، 259.

¹⁰²- صالح أونييني، نظرية انتشار الابتكارات: المبادئ والممارسات، 2023/09/26، في:

[/https://businessyield.com/ar/terms/diffusion-of-innovations-theory](https://businessyield.com/ar/terms/diffusion-of-innovations-theory)

- المتبنون الأوائل: الأفراد المهتمون بتجربة التقنيات الجديدة وتحديد فائدتها في المجتمع.
 - الغالبية المتقدمة: أولئك الذين هم جزء من عامة السكان ويمهدون الطريق لاستخدام الابتكار في المجتمع السائد.
 - الأغلبية المتأخرة: مجموعة فرعية من عامة السكان تتبع الأغلبية المبكرة في تبني الابتكار كجزء من حياتهم اليومية.
 - المتقاعدسون: الأفراد الذين يتخلفون عن عموم السكان في تبني المنتجات المبتكرة والأفكار الجديدة، يرجع هذا في المقام الأول إلى نفورهم من المخاطرة والصلابة في أساليبهم.
- في النهاية إنّ انتشار الابتكار من خلال المجتمع السائد يجعل من الصعب على الأفراد ممارسة حياتهم اليومية دون توظيف تلك المستحدثات. لذلك يشعر الناس بأنهم مضطرون للبدء في استخدامها.

10- نظرية انتشار المبتكرات في البيئة الرقمية:

إنّ نظرية انتشار المبتكرات تنطبق تماما على ما يحدث في شبكة الأنترنت وخاصة منصات التواصل الاجتماعي خاصة بعد جعلها متاحة للجميع من أجل الاطلاع على الابتكارات والمعلومات، أين يتفق الباحثين على أنّ الأنترنت تصل إلى الجمهور بمعدل أسرع بكثير من أي وسيلة اتصال أخرى، كونها تقوم على ميزة أنّ المستخدمين يستطيعون التعرض للمعلومات بالطريقة التي تناسبهم بسبب سهولة المواقع الإلكترونية التي يستخدمونها في الوصول إلى المعلومات، وهذا ما ينطبق تماما على نظرية انتشار المبتكرات. وبذلك فإنّ الثقافة الإلكترونية تساهم في زيادة التواصل والانتشار الثقافي، كما تساعد في البحث الفني والمشاركة للدارسين اللذين لديهم الاستعداد إلى الابتكار وتوليد الأفكار الجديدة التي تتسم بالإبداع والانتشار، وفي هذا الإطار تقدم نظرية انتشار المبتكرات تفسيراً سوسيولوجياً لكيفية انتشار الأفكار والمنتجات الجديدة ولكيفية تبنيها من طرف الأفراد، ويذهب روجرز إلى أهمية الاتصال باعتباره أحد العناصر الأساسية المكونة لعملية الانتشار ويتم استغلال ذلك في انشاء المحتوى عبر اليوتيوب على سبيل المثال، فهذه النظرية ترى أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تكون فعالة في زيادة المعرفة بالمبتكرات الجديدة، وتبعاً لهذه النظرية فإنّ وجود مبتكرات جديدة يتم إدخالها إلى النظام الاجتماعي يكون لها قبول تدريجي مع مرور الوقت وفقاً للمتغيرات والظروف التي تخص البيئة الاجتماعية التي يتم إدخال تلك المبتكرات إليها¹⁰³.

¹⁰³ - حفيظة جولي وعبد القادر بغداد باي، "اليوتيوب وصناعة المحتوى رؤية في ضوء نظرية انتشار المبتكرات"، مجلة الفكر المتوسطي، المجلد 12، العدد 2 (2024)، ص 367.

11- الانتقادات الموجهة للنظرية:

- أصبح من الواضح أنّ النظرية مبنية على بحث بدأ ومازال يركز بشكل أساسي على الانتشار والتبني عن طريق الأفراد بدلا من حدوث ذلك داخل المنظمات.
- هنالك حاجة للوصف الكامل للتفاعل بين المبتكرات، المتبني، النسق الاجتماعي، ومؤثرات التبني الأخرى، خاصة كيف ترتبط وحدات النظرية هذه بانتشار المبتكرات داخل المنظمات¹⁰⁴.
- تعرضت هذه النظرية لانتقادات شديدة أيضا فيما يخص مكانة التقنية حيث أشار إيربول بأنّ روجرز ساهم في ترويج تصور خاطئ لمفهوم الانتشار، مفاده أنّ انتشار اختراع ما لا يتم إلا بعد أن يكون هذا الاختراع جاهز للتبني، حيث يبرز الطابع السلبي للمستخدم الذي يقبل بالاختراع أو يرفضه¹⁰⁵.

المحاضرة السابعة: نظرية الاستخدامات والاشباع

نظرية الاستخدامات والاشباع من بين النظريات التي ركزت على المتلقي واعتبرته عنصرا نشطا وفعالا في العملية الاتصالية، وهي من أهم نظريات التأثير المحدود لوسائل الاعلام على الجمهور، حيث ركزت على الكيفية التي يستخدم بها الجمهور وسائل الاعلام انطلاقا من دوافعه وحاجاته، وهو ما يميزها عن نظريات الاعلام والاتصال الأخرى.

○ الأهداف المحددة:

تساعد المحاضرة الطالب على:

- ✓ استيعاب الأفكار الرئيسية لنظرية الاستخدامات والاشباع.
- ✓ معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الاعلام وحاجات الجمهور
- ✓ تحليل دوافع وحاجات الفرد إلى استخدام وسائل الاعلام والاتصال.
- ✓ استنتاج مدى قدرة النظرية على بناء تعميمات منطقية في تفسير الظواهر الإعلامية والاتصالية.
- ✓ القدرة على توظيف النظرية في دراسة البيئة الرقمية.

¹⁰⁴ - مروة مصطفى مصطفى شميمس، مرجع سابق، ص 251.

¹⁰⁵ - اسماعيل بن ديبلي، مرجع سابق، ص 182.

1- تعريف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية ومنظمة، حيث خلال أربعينيات القرن العشرين أسهم إدراك عواقب الفروق الفردية والسلوك المرتبط بوسائل الاعلام إلى ظهور منظور جديد لدراسة العلاقة بين الجماهير ووسائل الاعلام، بإعادة النظر في دور الجماهير كعنصر سلبى غير فعال كما رآته نظرية الطلقة السحرية، واعتبارها عنصراً فعالاً في العملية الاتصالية من خلال انتقاء رسائل ومضامين ووسائل الاعلام¹⁰⁶. هذه النظرية تهتم بوجهة نظر المستخدم لوسائل الاعلام وكيفية استخدامها والاشباعات التي يتم تحقيقها. فحسب هذه النظرية ووسائل الاعلام تشكل مورداً لتلبية احتياجات الجمهور المختلفة وتحول السؤال من: ما الذي تفعله وسائل الاعلام بالجمهور؟ إلى ما الذي يفعله الجمهور بوسائل الاعلام، حيث نظرية الاستخدامات والاشباعات بنت تحليلها على فكرة أنّ حاجات الفرد مرتبطة بوسائل الاتصال التي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع التعرض لوسائل الاتصال، أين يتوقع أن تحقق وسائل الاتصال اشباع حاجات الفرد، كما قد تنجح أو لا تنجح هذه الوسائل في اشباعها، تسمح هذه النظرية بالتعرف على أهداف استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام¹⁰⁷.

لفهم كيفية تأثير وسائل الإعلام على الجمهور علينا أن نفهم سبب استخدامنا لها أو سبب اختيارنا لأنواع معينة من المحتوى. فوفقاً لكشرمار وستريزاكوكا فإن نظرية الاستخدامات والاشباعات، تسعى للإجابة على أسئلة مثل ما سبب استخدام الأفراد لوسائل الإعلام أو دوافع اختيارهم لمحتوى إعلامي معين، وهي في الواقع كيفية استخدامهم لها. فالجمهور يستخدم وسائل الإعلام ويركز على إشباع احتياجاته لا على الآثار التي يخشاها. وتحاول نظرية إيليهو كاتز للاستخدامات والاشباعات شرح العلاقة بين رضا المستخدم واختياره للوسائط المتعددة، ووفقاً لهذه النظرية، من الضروري التركيز على محتوى وسائل الإعلام الجماهيرية لتلبية الاحتياجات وتوفير الرضا¹⁰⁸.

2- نشأة نظرية الاستخدامات والاشباعات:

ولدت نظرية الاستخدامات والاشباعات من نظرية التأثير النسبي التي استقهاها بول لازرسفيلد في بحثه في ثلاثينيات القرن الماضي من أجل تلبية طلب اجتماعي شكله القلق أو حتى الخوف من مخاطر

¹⁰⁶- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 239.

¹⁰⁷- مصطفى علي سيد عبد النبي، "الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والاشباعات"، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد 23 (2019)، ص ص 41، 42.

¹⁰⁸- Flora Hajdarmataj and Alaaddin F. Paksoy, "Uses and Gratifications Theory in Social Media Applications: Today's Active Users, Characteristics and Obtained Gratifications", **Current Studies in Communication Sciences-1** (2022), p 25.

الأفلام السينمائية على الأطفال، وفرضته رغبة ملاك المحطة الإذاعية والمعلنين في معرفة سبب الاقبال على بعض البرامج الاذاعية وتجلبت بعد انتشار أعمال مدرسة تورينوتو في الاتصال، وعلى رأسها أعمال مارشال ماكلوهان الذي نقل الاهتمام من المحتوى إلى الوسيلة كحامل للرسالة¹⁰⁹. وقد طرح إيهو كاتز مدخل الاستخدامات والاشباعات عام 1959 في مقال رد فيه على رؤية "برنار برلسون" الذي حكم على أبحاث حقل الاعلام بالموت، في حين رد عليه كاتز بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالاقناع هو الذي مات، كون تلك الفترة عرفت الاهتمام ببحوث الاقناع، وكيفية تمكن وسائل الاعلام من التأثير على الجمهور، في حين أظهرت النتائج آنذاك ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في اقناع الجمهور. ثم تطور مفهوم الاستخدامات والاشباعات في دراسة بلومر وكاتز سنة 1959 والتي أجريت على دراسة الانتخابات العامة البريطانية عام 1964، والتي تم من خلالها التعرف على أسباب المشاهدة وعدمها للحملات الانتخابية، بعدها سنة 1984 تم تحديد كل من كاتز، وبلومر، وقوروفيتش أنّ مدخل الاستخدامات والاشباعات يقوم على دراسة الجوانب النفسية والاجتماعية للأفراد، لمعرفة الاحتياجات والتوقعات من وسائل الاعلام والمصادر الأخرى¹¹⁰.

وعلى هذا النحو يمكن رصد الملامح العامة لتطور دراسات الاستخدامات والإشباعات من خلال عرض المراحل التالية¹¹¹:

- المرحلة الوصفية: هذه المرحلة بدأت في الأربعينيات من القرن العشرين، وامتدت خلال الأربعينيات والخمسينيات، واهتمت بتقديم وصف لاتجاهات الجماعات المختلفة لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق بانتقاء مضمون محدد يتعرضون له، وكان من أشهر دراسات هذه المرحلة دراسة (هيتزوج) عام 1942.
- المرحلة الاستكشافية: وامتدت هذه المرحلة خلال عقدي الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين، وهي مرحلة ذات توجه ميداني؛ حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (إياهو كاتز) 1959، ودراسات (بيرلسون) 1959، ودراسات (ريموند باير) 1964.

¹⁰⁹ - نصر الدين العياضي، "التفكير في عدة التفكير: مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات والاشباعات في البيئة الرقمية"، مركز الجزيرة للدراسات، 2020/12/24، ص 3.

¹¹⁰ - ابتسام رايس علي، نظرية "الاستخدامات والاشباعات" وتطبيقاتها على الاعلام الجديد (مدخل نظري)، "مجلة دراسات"، المجلد 8، العدد 25 (2016)، ص 206.

¹¹¹ - ممنوح السيد عبد الهادي شتلة وحنان كامل حنفي مرعي، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، دراسة ميدانية على عينة الشباب الجامعي المصري، دورية اعلام الشرق الأوسط، العدد 11، خريف 2015، ص 5، 6. في: https://jmem.gsu.edu/files/2014/07/JMEM-2015_ARABIC_Shtlh_Kamel.docx

• المرحلة التفسيرية: وهي مرحلة النضج، وكان التركيز فيها على الإشباع المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتميزت دراسات هذه المرحلة بإعداد قوائم عن الإشباع المتحققة من العملية الاتصالية، وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي، وحتى الآن، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (ماك كومبوس) 1977، ودراسات كلّي من: (Joseph Conway & Alan Rubin) (1991:463-443).

3- أفكار نظرية الاستخدامات والإشباع¹¹²:

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الاعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حالاته.
- تنافس وسائل الاعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات.
- الجمهور وحده هو القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدام وسائل الاعلام.
- الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام.
- الأفراد يستخدمون وسائل الاعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم الاجتماعي والتطور.
- يختار الأفراد من مضمون وسائل الاعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم سواء كان متعلق بالمعلومات الأساسية أو التسلية أو التعلم.

4- عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

❖ **الجمهور النشط:** حيث تنظر نظرية الاستخدامات والإشباع إلى الجمهور على اعتبار أنهم أعضاء ومشاركون ايجابيون ونشطون وفاعلون في الاتصال يسعون لإشباع حاجاتهم ودوافعهم المختلفة والمتنوعة من خلال الاختيار بين الرسائل المختلفة والانتقاء من بين الرسائل المتعددة بطرق وأساليب واعية وهادفة ومقصودة. ويحمل مصطلح الجمهور النشط حسب بلومير العديد من المعاني أبرزها:

- * **النفعية:** يستخدم الجمهور وسائل الاعلام وفقا لاحتياجات التي تقدمها.
- * **العمدية:** استهلاك الجمهور للمواد الاعلامية يكون موجهًا بدوافع مسبقة.

¹¹² - مصطفى علي سيد عبد النبي، مرجع سابق، ص 42.

* الانتقائية: بمعنى يختار أعضاء الجمهور ما يستهلكه من وسائل الاعلام، أين يعطي مزيد من الانتباه إلى بعض الأجزاء من المحتوى عن أجزاء أخرى بشكل انتقائي.

* مناعة التأثير: لا يريد الأفراد أن تسيطر عليهم وسائل الاعلام وبالتالي هم يتمتعون بالنشاط بغرض تجنب أنواع معينة من تأثيرات وسائل الاعلام.

* الاستغراق: يحدث على مستويات عديدة من خلال التفاعل الادراكي، والشعوري،

❖ **الأصول الاجتماعية والنفسية لوسائل الاعلام:** بحيث هنالك متغيرات عديدة اجتماعية ونفسية تؤثر في استخدامات الجمهور لوسائل الاعلام الجماهيري بطرق معقدة ومتماسكة في الوقت نفسه، أين يختلف استخدام وسائل الاعلام تبعاً لاختلاف هذه العوامل عن الأفراد.

❖ **حاجات ودوافع استخدام وسائل الاعلام:** الاحتياجات الانسانية الأساسية للأفراد تولد دوافع الاتصال والقيام بسلوك معين بهدف اشباع تلك الاحتياجات، ويختار الأفراد بين الاتصال الشخصي والجماهيري لإشباع تلك الحاجات.

وتصنف نظرية الاستخدامات والاشباعات دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام إلى¹¹³:

• دوافع نفعية: تشمل دوافع اكتساب المعرفة والمعلومات، التعرف إلى المعلومات وجميع أشكال التعلم.

• دوافع طقوسية: وهي التي تستهدف تضييق الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة الاعلامية والهروب من المشكلات.

❖ **الاستخدام:** الجمهور هو الذي يستخدم الوسيلة الاعلامية وليس العكس، فهو الذي يشاهد المضمون الاعلامي، أو يقرأه، أو يسمعه، وكل ذلك يتم بإرادته واختياره.

❖ **الفروق الفردية:** وهي الاختلافات التي تكون بين الجمهور، قد تكون فروق شخصية مثل العمر، والجنس، والمستوى الاجتماعي، والتفاوت الاقتصادي، والتباين التعليمي، إلى جانب الفروق في الميول والاتجاهات بين الجمهور كالفروق السياسية، والرياضية، والثقافية، والترفيهية وغيرها،،،، حيث أنّ هذه الفروق الشخصية والاختلاف من حيث الميول والاتجاهات بين فئات الجمهور تؤثر إلى حد كبير في طبيعة المضمون الذي يتعرضون له ونوع الرسالة التي يبحثون عنها.

❖ **الاشباعات:** وهي النتيجة التي يتلقاها الجمهور من مضمون وسائل الاعلام استجابة لحاجاته ودوافعه من التعرض لهذه الوسائل، إذ الجمهور له دوافع وحاجات من تعرضه الانتقائي لوسائل الاعلام، ويبحث

¹¹³ - منى أحمد المصري، "الكتاب والأدباء الأردنيون والاشباعات المتحققة لهم من وسائل الاعلام التقليدية والرقمية"، أطروحة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2010، ص 15.

عن إشباعات لهذه الدوافع وتلك الحاجات، وهذه الاشباعات إما أن تكون كلية أو جزئية، فإذا كانت الاشباعات متحققة فهي كلية، وإن كانت الاشباعات ناقصة فهي جزئية¹¹⁴.

وقد قسم لورانس وينر الاشباعات إلى نوعين رئيسيين¹¹⁵:

- إشباعات المحتوى: ترتبط بالمحتوى الذي يقدم في الوسائل الاعلامية وهي تنقسم إلى:
 - اشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة المحيطة بالفرد والحصول على المعلومات.
 - اشباعات اجتماعية: تتمثل في ربط المتلقي للمعلومات التي يحصل عليها بعلاقاته الاجتماعية.
- إشباعات العملية: ترتبط اشباعات العملية بالوسيلة الاعلامية نفسها وتنقسم إلى:
 - إشباعات شبه توجيهية: مثل الحد من الخوف والقلق، وتعزيز الشعور بالذات والدفاع عنها.
 - اشباعات شبه اجتماعية: حيث تتمثل بزيادة علاقة الفرد بالشخصيات الاعلامية، وتزيد للأشخاص لدراسة المنعزلين اجتماعيا.

5- تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباعات على الاعلام الجديد:

حسب الباحث "راين بين" التفاعلية التي تميز شبكة الانترنت تتمتع بمستوى أكثر قوة من تفاعلية وسائل الاعلام التقليدية، وكون الفرد يتعرض لوسائل الاعلام الجديد بشكل مقصود بغرض اشباع حاجاته فهي تعتبر مناسبة للدراسات الحالية حول الوسائط الاعلامية الجديدة، فظهور الويب في التسعينات طرح انشغالات بحثية جديدة في حقل التنظير في مجال الاعلام والاتصال، نظرا لاهتمام الدراسات بالاشباعات التي تتحقق من هذه الوسائط، أين توصلت دراسة قام بها "بيرس" و"دان" حول استخدام الحواسيب المنزلية ومقارنتها مع وسائل الاعلام الأخرى في تلبية مجموعة متنوعة من الحاجات وذلك بالاستناد على نظرية الاستخدامات والاشباعات وقد توصل الى النتائج التالية:

- القليل من يملك أجهزة الكمبيوتر آنذاك.
- الكمبيوتر يعتبر مصدر للترفيه والتسلية والاسترخاء والمتعة.
- يساعدهم استخدام الكمبيوتر على نسيان مشكلات الحياة اليومية ويقلل الشعور بالوحدة ويملاً الفراغ، كما يعتبر وسيلة للتفاعل مع الأصدقاء والعائلة¹¹⁶.

¹¹⁴ - محمد بن سعود البشر، مرجع سابق، ص 133، 134.

¹¹⁵ - أيوب موسى شلث وزكية الحسني، "استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والاشباعات المحققة منه: دراسة ميدانية"، مجلة الدراسات الاعلامية، المجلد 9، العدد 24 (2023)، ص 173، 174.

¹¹⁶ - ابتسام رايس علي، مرجع سابق، ص 209.

وقد تعددت البحوث التي اعتمدت على نظرية الاستخدامات والاشباع مع تعدد الخدمات التي تقدمها المواقع الالكترونية في شبكة الأنترنت وتزايد عدد المدونات الالكترونية وارتفاع عدد مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفايسبوك، اليوتيوب، والتدوين المصغر كموقع التويتر، إضافة إلى تزايد استخدام وسائل الاتصال التقليدية للتكنولوجيا المعاصرة، أين قامت هذه البحوث بمقارنة الاستخدامات والاشباع التي يحققها الجمهور من الوسائل التقليدية وتلك التي يحققها من الوسائل الحديثة، وذلك انطلاقاً من الامكانية التقنية التي تمنحها هذه المواقع للمستخدم بحيث يستطيع أن يشارك في إنتاج المحتويات المتداولة فيها ويحتمل أنه يستطيع أن يتحكم فيها من حيث الاستخدام¹¹⁷،

فاليوم تعد الانترنيت ووسائلها المختلفة أهم مصادر المعلومات بالنسبة للعديد من الأفراد والمواطنين في مختلف أنحاء العالم، مقارنة بوسائل الاعلام التقليدي، فوسائل الاعلام الجديد تحتل أهمية كبيرة في حياة مختلف الشباب نظراً لخصائصها المتميزة المتمثلة في مواكبة الجديد وميزة التفاعل وخدمة فضول الأفراد، وفرص الترفيه التي تقدمها.

وفيما يخص مفهوم الجمهور فقد مر بمراحل عديدة تنوعت واختلفت حسب الوسيلة الإعلامية السائدة، وذلك منذ ظهور ما يعرف بالصحافة المطبوعة وإلى غاية انتشار البث المباشر عبر الأقمار الصناعية الذي رافقه التوسع المتسارع في استخدام الشبكة العنكبوتية، وقد أطلق على هذه المرحلة تسمية ثورة تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي لم تكتمل معالمها ولم يتضح بعد تأثيرها على مفهوم الجمهور، كما ظهرت مصطلحات حديثة أعطت لهذا الجمهور أبعاد جديدة تتجاوز الحدود الجغرافية والسياسية والثقافية لأنها باختصار أصبحت عالمية. ومن هذه المصطلحات نجد: مستخدمي الأنترنت، جمهور الويب، الجمهور على الخط أو خارج الخط، الجمهور الإلكتروني، الجمهور ذو القدرة على التواجد في كل مكان وزمان وغيرها، فالميديا الجديدة قد تخطت الحدود المكانية والزمانية وبذلك تخطى جمهورها أيضاً هذه الحدود بفضل التقنيات التي أتاحتها تكنولوجيات الاتصال الحديثة. فالجمهور أصبح بإمكانه أن يختار ما يريد ويتفاعل مع الرسالة الإعلامية ومصدرها وهذا ما جعل منه مستهلكاً إيجابياً مبادراً وليس مجرد متلقي سلبي. كما أنّ الميديا الجديدة قد وفرت تنوعاً ملفتاً للمضامين الإعلامية وأتاحت العديد من الخيارات إلى جمهورها، ومكنته من أن يكون مشاركاً في الأحداث مما أكسبه قدراً من الوعي خاصة على المستوى السياسي ليعبر عن آرائه بكل حرية من خلال التعليق، والتعليق، والمناقشة وإنتاج بعض المحتويات الإعلامية ومشاركتها، وبذلك أصبح مستقبلاً ومنتجاً للمضامين الإعلامية في الآن ذاته. وفي هذا السياق يمكن القول أيضاً أنّ الميديا الجديدة قد تكيفت مع رغبات واحتياجات جمهور غير متجانس

¹¹⁷- نصر الدين العياضي، مرجع سابق، ص 5.

بغية استقطابه، فوفرت بيئة خاصة بكل فرد، على حدة وفقا لميولاته واحتياجاته ورغباته وذلك بتقديم محتوى مشخص¹¹⁸.

إنّ جمهور الويب قد رفع سقف أولوياته وتطلعاته لأنّه جمهور متطلب والبيئة الرقمية قادرة على تحقيق هذه التطلعات والحاجات بفضل التقنيات التي أتاحتها تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، وبالتمعن في الحاجات المعرفية نجد أنّها تتحقق لجمهور الميديا بفضل خاصية العمق المعرفي هذه الأخيرة تتيح له خلفيات عن مختلف الأحداث والوقائع من خلال النصوص الترابطية التي توفر له إمكانية الولوج إلى صفحات تنشر مواضيع ذات الصلة، كما ساعدت خاصية المساحة المفتوحة الميديا الجديدة على التخلص من ضيق المساحة التي تعاني منه الصحف التقليدية، وأفرزت ما يسمى بالإشباع الاعلامي نظرا لكم الهائل من المعلومات التي توفرها لمستخدميها. أما بالنسبة لحاجات الفرد الاتصالية والاجتماعية فتحققها له الميديا الجديدة من خلال مختلف الشبكات الاجتماعية التي تضمن له التواصل مع الغير والبحث عن الأخبار، والتنشئة الاجتماعية واكتساب صداقات جديدة إلى جانب الترفيه والهروب من الواقع¹¹⁹.

يرى البعض أنّ كثيرا من النماذج والنظريات التي استخدمت في دراسة علاقة الجمهور بوسائل الاعلام بشكل عام قد لا تصلح لدراسة علاقة الجمهور بوسائل الاعلام الجديدة، إلا أنّ البعض الآخر يرى أنّ على الباحثين أن يعيدوا التفكير في هذه النظريات والنماذج وتطويعها لتلائم مع الإشكاليات والمخرجات الجديدة بدلا من التخلي عنها تماما، ومن هذا المنطلق أنجزت دراسات عديدة انطلاقا من منظور الاستخدامات والاشباعات في محاولة لاستكشاف ما يحققه مستخدمو الأنترنت من إشباعات خاصة لدى فئة الشباب والأطفال على اعتبار أنّهم من أكثر مستخدمي تكنولوجيا الاعلام والاتصال، فإضافة إلى الدراسات الأولى التي حاولت تطبيق النظرية منذ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي ركزت على قضايا الهوية، سلوكيات الصداقة الإلكترونية، الخصوصية الثقافية والاعتراب الاجتماعي والثقافي، ويؤكد في هذا الإطار "السيد بخيت" بروز اتجاه قائم على دراسة وسائل التواصل الاجتماعي في إطار النماذج التقليدية، وأنّ معظم الدراسات المنجزة اعتمدت على مدخل الاستخدامات والاشباعات، للتعرف على معدلات التعرض، الدوافع ومختلف الاشباعات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتصنيفها إلى إشباعات الوسيلة وإشباعات المحتوى وربطها ببعض المتغيرات الديمغرافية كالجنس، السن، والمكانة الاجتماعية. وبالتالي أصبح لزاما اعتماد مصطلح الجمهور النشط، ومصطلح المستخدمين الذي ينطوي

¹¹⁸- حميدة بن معزوز ونورة عرقوب، "نظرية الاستخدامات والاشباعات في الميديا الجديدة محاكاة أم مواكبة؟ (مدخل نظري)"، مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 3، العدد 3 (2023)، ص 79.
¹¹⁹- المرجع نفسه، ص ص 80، 81.

على معنيين أساسيين لوصف الأفراد بالقدرة على اتخاذ قرار الاستخدام، والقدرة على انشاء المضامين الاتصالية والتفاعل مع مختلف الوسائط الجديدة.

وفي هذا الصدد يرى الباحث جون غيرينج أنه يمكن القيام بإعادة صياغة نظرية الاستخدامات والاشباعات بشكل يجعلها تواكب المستحدثات التكنولوجية، وقد تصدرت في هذا السياق معظم البحوث والدراسات التي تناولت الاتصال الرقمي، فوسائل الاعلام الجديدة لم تحدث تغييرات في طرق جمع المعلومات وتوزيعها فحسب، بل إنَّها غيرت من طبيعة العلاقة القائمة بين وسائل الاعلام وجمهورها، كما أنَّها أوجدت ممارسات ومفاهيم جديدة مثل التفاعلية وتجزئة الجمهور/ المستخدم، والمضامين الاتصالية عبر الأنترنت، واللاتزامنية. وهنا يمكن الإشارة إلى أنَّ دراسة مواقع التواصل الاجتماعي في إطار نماذج تقليدية اعتمد معظم باحثيها على مدخل الاستخدامات والاشباعات ويمكن تفسير ذلك من خلال¹²⁰:

- محاولة تسليط الضوء والاهتمام لاكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاعلام والاتصال الجديدة وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط.
- شرح دوافع التعرض لهذه الوسائل ومحاولة جردها والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- استنباط مختلف الاشباعات التي تحققها الوسائل الإعلامية والاتصالية الجديدة ومحاولة تصنيفها بغرض فهم عملية الاتصال الإلكتروني.

وبناء عليه تركزت دراسات استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لاستكشاف معدلات التعرض، الاستخدام، دوافعه والاشباعات المحققة، ومحاولة حصر الحاجات النفسية والاجتماعية التي تخلق دوافع الاستخدام، بالإضافة إلى اختيار علاقة المتغيرات الديمغرافية بكل معدلات الاستخدام، والدوافع، والاشباعات.

5- الانتقادات الموجهة للنظرية¹²¹:

- يشعر بعض النقاد أنَّ نموذج الاستخدامات و الإشباعات أقل من أن يكون نظرية مستقلة بذاتها، وما هو إلا صياغة محددة لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي، فحسب الافتراض الرئيسي لهذه النظرية احتياجات الأفراد والمكافآت التي يحصلون عليها تؤثر في أنماط اهتمام النَّاس بمحتوى الإعلام، و المنافع التي يحققونها باستخدام ما يحصلون عليه من معلومات، و هذه تعتبر احدي الفروض المبسطة لنظرية الفروق الفردية.

¹²⁰ - جمال الدين مدفوني، "نظرية الاستخدامات والاشباعات: من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 3، العدد 3 (2019)، ص ص 81-83.

¹²¹ - للمزيد أنظر: http://constantine3.blogspot.com/2013/12/blog-post_10.html

- عدم التحديد الواضح لمفهوم "النشاط activity" الذي يتصف به جمهور المتلقين في علاقته بالاستخدام والإشباع.
- لعل أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباعات تكمن في الطابع الوظيفي لهذا المدخل، و هو ما يعنى بتكريس الوضع القائم ومن سلبيات ذلك أن صنّاع القرار يمكنهم التذرع بأنّ التنظيم الحالي لوسائل الإعلام تنظيم وظيفي بالنسبة لأفراد الجمهور يحقق لهم ما يريدونه، و من ثم لا ضرورة لأي تغيير في هذا التنظيم، كما تخدم هذه النّظرية منتجي المضمون الهابط الذين يدعون أن هذا المضمون ما هو إلا مجرد الاحتياجات الفعلية لأعضاء الجمهور و من ثم فلا حاجة لتغيير هذا المضمون.
- تركز النّظرية على أسس وظيفية، تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف، وذلك من منظور فرد يستخدم الرسائل الإعلامية، في حين أنّ الرسائل الإعلامية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد، وتحقق اختلالاً وظيفياً لبعض الآخر، ولذا فكل الانتقادات الخاصة بالوظيفية تنطبق على النّظرية.
- لا تصلح نظرية الاستخدامات والإشباعات للتعميم، لأن الاستخدامات والإشباعات من وسائل الإعلام تختلف باختلاف الثقافات كما تختلف باختلاف العوامل الديمغرافية.

المحور الثالث: نظريات القائم بالاتصال

يركز هذا النوع من النّظريات على مصدر الرسالة الإعلامية، بحيث يتم التركيز على كيفية صناعة الرسالة والمراحل التي تمر بها حتى تذاع وتُنشر في وسائل الاعلام والاتصال والعوامل المؤثرة فيها.

المحاضرة الثامنة: نظرية حارس البوابة

من بين أبرز النّظريات التي ركزت على دراسة القائم بالاتصال نجد نظرية حارس البوابة لرائدها كورت لوين، الذي افترض أنّ الرسالة الاعلامية قبل نشرها أو إذاعتها للجمهور تخضع للعديد من التعديلات المفروضة من قبل حراس البوابة، من منطلق أنّ ليس كل ما يقال ينشر أو يذاع أو يكتب وإنما يخضع لمعايير المراجعة والحذف والقص. وتطبيق هذه المعايير يمكن أن يكون نتيجة ضغوطات قد تأتي من داخل المؤسسة الاعلامية أو خارجها وتمتد إلى الجهات العليا.

○ الأهداف المحددة:

في نهاية المحاضرة سيكون الطالب قادر على أن:

- ✓ يستوعب عملية حراسة البوابة الاعلامية، والمراحل التي تمر بها المادة الاعلامية قبل نشرها في وسائل الاعلام والاتصال.
- ✓ يوظف نظرية حارس البوابة الاعلامية ويكيفها حسب بيئة الدراسة والمعطيات المحيطة بالظاهرة.
- ✓ يحلل بناء على افتراضات النظرية الأسباب التي تدفع بحراس البوابة إلى تعديل المواد الاعلامية. ويحدد مدى صلاحية هذه الافتراضات في ظل البيئة الرقمية.
- ✓ يجمع بين افتراضات نظرية حارس البوابة في الاعلام التقليدي وخصوصية البيئة الرقمية.
- ✓ يقترح إضافات جديدة تسمح بتهجين نظرية حارس البوابة في الفضاء الالكتروني الافتراضي.

1- تعريف نظرية حارس البوابة:

توحي نظرية حارس البوابة في أبسط معانيها إلى أن الرسالة الاعلامية تمر بمجموعة من المراحل قبل إذاعتها في وسائل الاعلام والاتصال، وفي كل مرحلة من هذه المراحل يوجد أشخاص يقومون بتحديد ما يجب نشره وما لا يجب نشره، هؤلاء الأشخاص يطلق عليهم تسمية "حراس البوابة"، وبالتالي كل مرحلة توصف بأنها بوابة تمر عبرها الرسالة وتخضع خلالها لتعديلات عديدة قبل النشر سواء بحذف أو تعديل أو تغيير محتوى الرسالة¹²².

2- نشأة نظرية حارس البوابة:

تعتبر الدراسة التي نشرها الباحث الأمريكي ديفيد مانج وايت في الأربعينات تحت عنوان "حارس البوابة وانتقاء الأخبار" أول دراسة اهتمت بمجال القائم بالاتصال، ولكن الفضل في تأسيس ما يعرف بنظرية حارس البوابة يعود إلى دراسات كورت لوين عام 1947 التي تعتبر من أبرز الدراسات المنهجية التي طرحت في مجال حراسة البوابة. فحسب لوين طول الرحلة التي تقطعها المادة الاعلامية حتى تصل إلى الجمهور هنالك نقاط أو (بوابات) يتم فيها اتخاذ القرار بما يدخل أو ما يخرج من معلومات، وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تزداد على وسيلة الاعلام ازدادت المواقع التي يصبح فيها متاحا للفرد أو ثلة من الأفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل كما هي أو عقب إدخال تعديلات عليها، أين يملك من يديرون هذه البوابات سلطة التقرير، وباختصار حارس البوابة هي عبارة عن دراسة تجريبية منتظمة لسلوك الأفراد الذين يسيطرون في نقاط مختلفة على مصير الأخبار¹²³.

¹²² - محمود بن سعود البشر، مرجع سابق، ص 108.

¹²³ - عبد الرزاق الديلمي، مرجع سابق، ص ص 138، 139.

وقد أدت نهاية الحرب الباردة وانهيار الاتحاد السوفياتي دور كبير في تفعيل نظرية حارس البوابة في ميدان الاعلام والاتصال بالنظر إلى دخول العالم في مرحلة سياسية جديدة مثلها الأحادية القطبية وهو ما أسهم في إعادة نمذجة العالم سياسيا وإعلاميا¹²⁴.

ولقد ازدهرت هذه النظرية في الدول التسلطية أين سادت النظم الاعلامية السلطوية وتحكمت في مختلف جوانب الاعلام والاجتماع وتحكمت في تقرير الأخبار النافعة والخادمة للمجتمع والعكس من ذلك، كما أنّ توجه الاقتصاد العالمي نحو الاقتصاد الحر والمفتوح وانتشار الأفكار الليبرالية لم يسهم في انحسار أفكار نظرية حارس البوابة أو ممارستها، بل اتخذت النظرية من حيث الممارسة أشكال عديدة بفعل الاحتكارات التي مارسها الشركات متعددة الجنسيات على الاعلام لخدمة مصالحها وأجندتها، واستغلال وسائل الاعلام من قبل النخب الحاكمة لأغراض دعائية سواء في الدول النامية أو الدول المتقدمة، وهو الأمر الذي يحد من حرية التعبير والاعلام وتحويل الفرد إلى مجرد مستهلك للأفكار والقيم مثل استهلاكه للسلع والمنتجات¹²⁵.

3- افتراضات نظرية حارس البوابة:

تقوم نظرية حارس البوابة على مجموعة من الافتراضات وهي كالتالي¹²⁶:

- إنّ المعلومات والأخبار ضمن سلسلة مترابطة يقع ضمن حلقاتها أفراد لهم القدرة على حجب انسياب الرسالة أو القيام باضفاء تعديلات عليها.
- يعتبر الأفراد المسؤولون على اتخاذ القرارات بشأن مرور الرسالة، بمثابة حراس لنظم أخرى سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية، وفي الغالب هم جزء من النسق العام لهذه النظم، سواء إرادتها بدافع الانتماء، أو إكراهها بفعل ضغوطات مختلف السلطات العليا ضمن المؤسسة الاعلامية ذاتها أو من خارجها.
- إنّ تحكّم حراس البوابة في المعلومات النهائية التي ستصل إلى الجمهور يجعل منهم المسؤولين الأولين على تحديد وترتيب أهم القضايا من وجهة نظرهم، وبالتالي التحكم في رؤيتنا للواقع.

¹²⁴- فاطمة صابو، "الأداء الوظيفي لحراس البوابة في البيئة الاعلامية الجديدة"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 90، العدد 3 (د س ن)، ص ص 34.

¹²⁵- حياة درقالي ونوال بومشطة، "نظرية حارس البوابة وتطبيقاتها على الاعلام الجديد -مدخل نظري-"، مجلة العلوم الانسانية والحضارة، المجلد 4، العدد 1 (2022)، ص 10.

¹²⁶-المكان نفسه.

4- القائم بالاتصال وحراس البوابة:

يعتبر القائم بالاتصال حسب نظرية حارس البوابة أحد عناصر العملية الاتصالية سواء كان مديعا أو صحفيا أو أي شخص يسعى لتوجيه رسالة للآخرين¹²⁷، كما يعتبر القائم بالاتصال داخل المؤسسة الاعلامية عنصرا فاعلا في العمل وهو مدين إلى مجموعة من السياسات التي يرسمها المالكون لهذه الوسيلة الاعلامية والتي تتفق مع هدف إنشائها، أين يعتبر التزام القائم بالاتصال بهذه السياسات ضرورة لاستمرار عمل المؤسسة. أما بالنسبة لحراس البوابة فهم جماعات من الأشخاص الذين يتحكمون في سير المواد الاعلامية في قناة الاتصال¹²⁸. وهم أفراد الجمهور الذين يؤثرون في إدراكات وميولات واهتمامات الأفراد الآخرين، فعند تغطية أي حدث فإن أول حارس في هذه الحالة هو الفرد الذي يعيش ويشاهد الحدث، أين يقوم لا شعوريا بانتقاء أشياء معينة يسردها ويهمل أخرى، والحارس الثاني هو الصحفي الذي ينتقل إلى عين المكان حتى يحصل على الخبر من شاهدي العيان ويقوم هو الآخر بانتقاء الأخبار والحقائق التي ينشرها، أما حارس البوابة الثالث فيتمثل في الوسيلة الاعلامية التي توازن بين طبيعة الخبر ومضمونه وسياسة القناة ثم تنقله إلى المحرر ومن ثم إلى سكرتير التحرير وبعدها إلى رئيس التحرير وفي الأخير إذاعته إلى جمهور المتلقين.

وفي هذا الإطار يمكن القول بأن لكل مؤسسة إعلامية خطها ومنظورها الاعلامي وثقافة داخلية تستند إلى مجموعة من المعايير المرتبطة بالاحتياجات الاقتصادية والسياسة التنظيمية وطبيعة الأخبار التي تهتم بها، والجمهور الذي تستهدفه، وواجبات والتزامات الاعلام كسلطة رابعة، وهو الأمر الذي يلزم الصحفيين والمحررين ومديري الأخبار وغيرهم تحديد الأخبار التي يتم عرضها، وبذلك يصبح الموظفون في المؤسسات الاعلامية حراس البوابات الذين يسمحون بتدفق بعض المعلومات ومنع تدفق بعضها. وفي هذا الشأن يستخدم العديد من الاعلاميين العرب مصطلح حارس البوابة وهي ترجمة حرفية للكلمة اللاتينية Gatekeeper، في حين يرى الدكتور صالح أبو صبع توظيف مصطلح "المغربل" أكثر دقة من حيث التعبير مقارنة بمصطلح حارس البوابة¹²⁹

5- وظائف حارس البوابة وخصائصه¹³⁰:

تتمثل وظائف حارس البوابة في النقاط التالية:

¹²⁷ - المرجع نفسه، ص 35.

¹²⁸ - "العلاقة بين حارس البوابة القائم بالاتصال"، مركز آراء للاعلام والتنمية، في:

<https://kenanaonline.com/users/arakmedia/posts/730689>

¹²⁹ - بشرى حسين الحمداني، "دور حارس البوابة في تدعيم مهنية الصحافة الاستقصائية: دراسة تحليلية لموقع نيريج للصحافة الاستقصائية العراقية"، مجلة كلية الاسراء الجامعة للعلوم الاجتماعية والانسانية، المجلد 1، العدد 2 (2019)، ص ص 67، 68.

¹³⁰ - عبد الرزاق الديلمي، مرجع سابق، ص ص 140، 141.

- تحديد المعلومات عن طريق تحرير هذه المعلومات قبل بثها.

- زيادة كمية المعلومات، عن طريق توسيع بيئتها الاعلامية.

- إعادة ترتيب أو إعادة تفسير المعلومات.

أما بالنسبة لخصائص حارس البوابة فيمكن عرضها في الآتي:

- المصدقية: يعتمد قياس مصداقية القائم بالاتصال على الخبرة وزيادة الثقة.

- الجاذبية: هناك محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في التشابه والتماثل.

- قوة المصدر: قد لا يملك البعض المصدقية أو الجاذبية، ولكن يظل لهم التأثير في تغيير اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم نظرا لوجودهم في موقع قوة.

6- العوامل المؤثرة في حارس البوابة¹³¹:

● معايير المجتمع وقيمه وتقاليده: للنظام الاجتماعي تأثير كبير على القائمين بالاتصال، فقد يضيحي أحيانا القائم بالاتصال عن سبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليده، وأحيانا أخرى بمثابة تدعيم للقيم والتقاليد واحترام الشخصيات الاجتماعية.

● المعايير الذاتية للقائم بالاتصال: تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا هاما مثل: النوع، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية، التعليم، والانتماءات الفكرية والعقائدية، واحترام الذات، فالانتماء يؤثر في طريقة التفكير واتخاذ القرارات.

● المعايير المهنية للقائم بالاتصال: يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوطات المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الاعلامية التي ينتهي إليها وهي كالتالي:

✓ سياسة المؤسسة الاعلامية: لكل وسيلة اعلامية سياستها الخاصة وتظهر هذه السياسة في إهمال أو تحريف قصص اخبارية معينة، ويتعلم العاملون في الوسيلة الاعلامية السياسة التحريرية عن طريق الاستيعاب التاريخي دون تعليمات مباشرة.

✓ مصادر الاخبار: يتمثل تأثير المصادر على القيم الاخبارية والمهنية فيما يلي:

- تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه إلى أخبار معينة بطرق عديدة.

- تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسلها وتقييمهم.

¹³¹- خيرة مكرتار، دور حارس البوابة في ظل الاعلام الجديد، الساوره للدراسات الانسانية والاجتماعية، العدد 5 (2017)، ص ص 312- 314.

- تصدر وكالات الأنباء سجلا يوميا بالأحداث المتوقع حدوثها.

- تقلد الصحف الصغرى الصحف الكبرى في أسلوب اختيار المضمون.

✓ علاقات العمل وضغوطه: يرتبط القائم بالاتصال مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق جماعة أولية، يتحدثون فيما بينهم وهو ما يجعل الصحفي مندمجا في هذه الجماعة ومستعدا لدعمها، كما يتضح التنافس حول السبق الصحفي وكسب الثقة.

• **معايير الجمهور:** لاحظ الباحثان شولمان وإثيل أنّ الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال والعكس صحيح، حيث يؤثر الجمهور بتقبله للخبر على القائم بالاتصال ونوعية الأخبار التي يقدمها وتوقعات القائم بالاتصال عن ردود افعال هذا الجمهور.

7- حارس البوابة في الاعلام التقليدي والجديد:

إنّ أبرز خاصية تميز وسائل الاعلام التقليدية هو الطابع المركزي والمؤسساتي لها، كونها ملك للدولة أو مؤسسات إعلامية خاصة أو أفراد معينين، وبالتالي هي خاضعة لمعايير الرقابة، والقيود والاستغلال، والتوجيه لما يخدم مصالح أجنادات الجهات الحاكمة والجماعات الضاغطة، وبالتالي كان هنالك سعي حثيث للسيطرة على مضمون الرسائل الاعلامية سواء من خلال القيود القانونية والمؤسساتية التي فرضت على ممارسي المهنة الصحفية في الاعلام التقليدي.

فالمعلومة قبل نشرها للجمهور تمر بمجموعة من المراحل التي اصطلح عليها في المجال الاعلامي بالقص والحذف واللصق مع ما يتناسب وأيديولوجية وخط الوسيلة الاعلامية ومع ما يناسب جمهور المتلقين وبيئة تواجد الاعلامي، وعليه فإنّ الدور الوظيفي لحراس البوابة في الاعلام التقليدي يبدأ من لحظة وقوع الحدث ويستمر على طول المسافة التي تقطعها الرسالة الاعلامية قبل وصولها إلى المتلقين¹³².

ومع بروز ما يسمى بالاعلام الجديد يذهب العديد من الباحثين إلى القول بفناء نظرية حارس البوابة نظرا للمتغيرات الجديدة التي فرضتها وسائل هذا النوع الجديد من الاعلام، فمع تشكل المجتمعات الافتراضية وزوال النمط المركزي للتحكم في المعلومة ونشرها، أصبح بمقدور الجميع التفاعل والتواصل وممارسة الاعلام دون الحاجة للقيود التقليدية التي كانت مفروضة في السابق على القائم بالاتصال والمعلومة. فحسب الكاتب مصطفى بادوي بن عبد الله الاعلام الجديد فتح كل الزوايا وأوجه الحقيقة

¹³² - محمد لمين يونز وفايزة بوزيد، "وظيفة القائم بالاتصال في البيئة الاعلامية الجديدة" قراءة في مستجدات نظرية حارس البوابة"، ورقة بحثية مقدمة في يوم دراسي حول: البيئة الاعلامية الجديدة: مظاهر التحول، جامعة المسيلة، 11 أفريل 2017، ص ص 3، 4.

وكشف الأبعاد والخطوط المحرمة في الاعلام التقليدي وهي ذاتها تلك الأبعاد المتحكم فيها من قبل حراس البوابة، لذلك لم تعد المؤسسات الاعلامية قادرة على احتكار المعلومة كما كان سائدا في السابق.

ولكن في مقابل ذلك لا يمكن الحديث بشكل قطعي عن فناء افتراضات نظرية حارس البوابة فبنية الاعلام الجديد لم تلغي عملية حراسة البوابة الاعلامية وانما كيفتها وفق متغيرات البيئة الجديدة وفواعلها، فالأشخاص المنتجين للمضامين الاتصالية يتأثرون بالعوامل الأربعة سابقة الذكر، فقط بسبب استخدام الكثير لتلك الوسائل لا يبدو تأثير حراس البوابة الجدد على المضامين الاتصالية البارزة. ومن بين الأشكال الجديدة لحراسة البوابة الالكترونية نذكر الميزات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي على سبيل المثال القدرة على التبليغ على المضامين المنشورة، إلى جانب مثلا إدارة موقع اليوتيوب أو الفايستوك التي تقوم بمراقبة المحتوى المنشور وحذف كل ما لا يتطابق مع سياسة النشر التي تفرضها. وعليه بإمكاننا الحديث عن معطيات جديدة تؤثر في حراسة البوابة الالكترونية مكملة لتلك التي طرحها كورت لوين، فصحيح تراجعت القيود المهنية مع زوال الطابع المؤسسي المركزي لوسائل الاعلام وتزايد قدرة رواد الاعلام الجديد على ممارسة المهنة الاعلامية والمشاركة فيها، إلى جانب تصاعد دور معايير الجمهور وأرائه في التحكم بالرسالة الاعلامية¹³³.

8- طبيعة حراسة البوابة في البيئة الرقمية:

بالرغم من السمات الخاصة والتميزة للبيئة الإعلامية الإلكترونية فإن حراس البوابة في هذه البيئة لا يزالون يقومون بنفس المهام التي يقوم بها حراس البوابة في البيئة التقليدية سواء في جمع المادة الإعلامية أو تقييمها أو تحريرها أو تصميمها أو إخراجها وقد حدث تغير في أولويات بعض المراحل عن غيرها وزادت أهمية بعضها عن غيرها، كما أضيف إليها مراحل أخرى باعتبار أن للبيئة الإعلامية الرقمية سماتها الخاصة والتي تفرض مهام جديدة على حراس البوابة العاملين بها، بحيث لم يعد يقتصر عملهم على اتخاذ قرار بنشر مادة معينة وحجب غيرها، إذ أصبح عليهم اتخاذ عدة قرارات أخرى تتعلق بطبيعة النصوص المصاحبة للمادة والروابط المتضمنة فيها، والصور الرقمية الخاصة بها، ونوعية الأصوات المصاحبة لها والرسوم الجرافيكية والخرائط وقواعد المعلومات المناسبة لها، وروابط البريد الإلكتروني وخلفية الكاتب. وفي هذا الشأن خلصت غالبية الدراسات الإعلامية في هذا المجال إلى أن حراس البوابة الإلكترونية يستثمرون جل وقتهم في تحديد ومعالجة الحزمة المعلوماتية والإخبارية التي يقدمونها للجمهور أكثر من تركيزهم على عملية جمع المادة الإعلامية، الميدانية، وهو ما يوفر أمامهم فرصا أكبر لممارسة قدر أكبر من اختيار المادة الإعلامية وتنوع طرق عرضها، إضافة إلى حرص حراس البوابة

¹³³-المرجع نفسه، ص 6-8.

الرقمية على إعادة تغليف وتفسير المعلومات التي يلتقطونها من المصادر الأخرى التي يقومون بتطويرها بذواتهم¹³⁴.

9- الفرق بين حارس البوابة في الاعلام التقليدي والاعلام الجديد:

- عدد أفراد حراس البوابة: ضئيل في الاعلام الجديد بينما يصل حراس البوابة إلى المئات في الاعلام التقليدي ولكل منهم دور وظيفة يقومون بها بناء على تعليمات وتوجيهات المؤسسة الاعلامية نفسها.

- عدد بوابات الحراسة: مقارنة بالاعلام التقليدي قلص الانترنت من عدد بوابات الحراسة فلم يعد الأمر الضروري مرور المادة الاعلامية بأكثر من مصدر لتصل للجمهور.

- طريقة توصيل الأخبار والمعلومات: قلص الانترنت طريقة وصول المادة للجمهور، فأصبح بإمكان شخص واحد إيصال المادة والمعلومات إلى الجمهور باستخدام أحدث التقنيات والبرامج الحديثة مثل برامج (point caste) وهي آلية تساعد حراس البوابة والجمهور على المشاركة.

- المضمون الرقمي وحراس البوابة: مع تزايد الاعتماد على المعالجة الرقمية للمعلومات في البيئة الالكترونية تغيرت مراحل عمل حراس البوابة التقليدية في طريقة انتاج المعلومات.

- الاشكال والصيغ الاعلامية: أثرت البيئة الاعلامية على طبيعة العمل الاعلامي والتحريري إذ أصبح أقل رسمية روتينية مع تراجع تأثير العوامل المؤسسية والتنظيمية والسياسية.

- علاقة حراس البوابة بالجمهور: في الاعلام الالكتروني الجديد أصبح حراس البوابة أقرب إلى الجمهور إذ أصبحت العلاقة تتم بشكل أكثر تفاعلية وتبادلية نظرا لزيادة هامش التواصل بين الجانبين¹³⁵.

يتيح التواصل المباشر بين مصادر الإعلام الجديد والجمهور ميزات التفاعلية، التبادلية، التشاركية في انتاج المحتوى الإعلامي، من هنا أصبح ليس من الدقة وصف المسار بأنه بين مرسل ومستقبل أي مصدر ومتلقي، بل هو المسار التفاعلي، وفي هذا المسار المباشر لا يظهر حارس البوابة التقليدي ظهورا تقليديا يتم معاينته، لكن أحد لا يستطيع تجاهل حضوره في المصدر نفسه وفي الجمهور أيضا. فبالنسبة للمصدر أي مصدر يستطيع يقوم بإنشاء رسالة، أو حتى حينما يقوم بنقل رسالة من مصدر آخر فإنه يقوم بممارسة الرقابة الذاتية من خلال عملية معقدة تتفاعل فيها محددات نفسية وقيمية وذاتية، ولتلك المحددات صلة بتوقعات الجمهور وردود فعله. ومحددات أخرى تتعلق بالسلطة

¹³⁴- مالية مكيري، "حراسة البوابة الإعلامية: مقارنة مفاهيمية في ظل البيئة الإلكترونية"، مجلة المعيار، المجلد 22، العدد 1 (2018)، ص ص 415، 416.

¹³⁵- بشرى حسين الحمداني، مرجع سابق، ص ص 73، 74.

والقوانين وعواقب التعبير. وفي كثير من الأحيان يبدو الجمهور كحارس بوابة من خلال المحددات الذاتية (القبلية) التي يضعها المرسل في عين الاعتبار أثناء صياغة الرسالة الإعلامية، والأخرى البعدية التي تبدو كرد فعل بعد نشر الرسالة، ما قد يؤدي إلى تعديل الرسالة، وأحيانا سحبها نهائيا وهذا الأمر يتكرر حدوثه في المواقع الإلكترونية لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي لطلبك ثمة خيارات في هذه المواقع تتيح إمكانية شطب أو تعديل الرسالة أو إظهارها لأفراد أو مجموعات معينة دون الجمهور العام¹³⁶.

10- الانتقادات الموجهة للنظرية:

الباحث في الاتصال لا يمكنه المراهنة على نجاح النظرية، ذلك أنها ولدت في حقبة تاريخية معينة في الماضي عندما كانت القنوات الاعلامية محتكرة لجهات مختصة مع عدم وجود الانترنت، ضف إلى ذلك أنّ صلاحيات حارس البوابة قد تقلصت مع مرور الزمن خصوصا بعد تعدد القنوات الاعلامية، دون أن ننسى فقدان ثقة الجمهور نحو المؤسسات الاعلامية. وبالتالي شبكة الانترنت أضافت تحديات جديدة وغيرت من طبيعة حارس البوابة¹³⁷.

المحور الرابع: نظريات التأثير القوي لوسائل الاعلام على الجمهور

إنّ تطور وسائل الاعلام والاتصال وتعددها أثر بشكل كبير على تطور الأبحاث والدراسات الإعلامية ذات الجانب المتعلق بعنصر التأثير، خاصة مع ظهور كتابات ماكلوهان ونيومان التي درست التأثير القوي لوسائل الاعلام والاتصال على الجمهور من خلال فكرة الوسيلة هي من تحدد طبيعة المجتمعات، ومن تصنع اتجاه الرأي السائد لدى الغالبية.

المحاضرة التاسعة: نظرية الحتمية التكنولوجية

تفترض نظريات الاتصال ذات التأثير القوي أنّ المواد الاعلامية التي تقدمها وسائل الاعلام والاتصال الجماهيرية هي ذات نفوذ وتأثير قوي على الجماهير، فنظرية الحتمية التكنولوجية تركز على قوة الوسيلة وتعتبرها رسالة في حد ذاتها، لها تأثير كبير على توجهات الأفراد باعتبارها امتداد لحواس الانسان. حيث بعدما أقرت نظريات التأثير المحدود وضعف ومحدودية وسائل الاعلام في التأثير على الجمهور أعادت نظرية الحتمية التكنولوجية الأهمية لوسائل الاعلام كفاعل له أثر قوي على سلوكيات الجماهير.

¹³⁶- عزام أبو الحمام، "نظرية حارس البوابة الإعلامية في ظل البيئة الجديدة لتكنولوجيا الاتصال"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 1ن العدد 4 (2017)، ص ص 282، 283.

¹³⁷- عزوز نش، مرجع سابق، ص 13.

○ الأهداف المحددة:

في نهاية المحاضرة سيكون الطالب قادرا على أن:

- ✓ يصف التأثير القوي لوسائل الاعلام حسب ما أبانت عنه نظرية الحتمية التكنولوجية.
- ✓ يفهم ويستوعب الافتراضات الرئيسية لنظرية الحتمية التكنولوجية.
- ✓ يوظف نظرية الحتمية التكنولوجية في معالجة القضايا ذات الصلة بالوسيلة الاعلامية على غرار الأنترنت مثلا لمعرفة تأثيراتها وتداعياتها على سلوك الجماهير.
- ✓ يقارن بين فكرة القرية الماكلوهانية وخصوصية المجتمع الافتراضي.
- ✓ يستنتج مدى ملائمة النظرية في تفسير تأثير وسائل الاعلام الجديدة على الجمهور المستخدم لها.

1- تعريف نظرية الحتمية التكنولوجية:

تعتبر نظرية الحتمية التكنولوجية أو الحتمية التقنية من بين أحدث وأبرز النظريات التي أحدثت ثورة علمية في حقل علوم الاعلام والاتصال في ستينات القرن الماضي، فقد كان لها الأثر البالغ على مجمل الدراسات الاعلامية خاصة تلك التي اهتمت بدراسة ومعالجة وسائل الاعلام، ويعد مارشال ماكلوهان هو من وضع الجذور الأولى لمبادئ هذه النظرية بعدما تبني الفكرة من أستاذه المفكر والمؤرخ الاقتصادي "هارولد أنيس"، أين ركز في نظريته على دور وسائل الاعلام وطبيعتها وتأثيراتها في المجتمعات بشكل عام، أين نظر إلى وسائل الاعلام من زاويتين اثنتين الأولى من حيث أنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم، والثانية في أنها جزء من التطور الحاصل في التطور العلمي التكنولوجي. كما يرى ماكلوهان أنه لا يمكن النظر إلى مضامين الرسائل الاعلامية بعيدا عن الوسيلة الاتصالية ذاتها، فالكيفية التي تقدم بها الرسالة الاعلامية والجمهور المستهدف يؤثران على ما تقوله الوسيلة الاعلامية مركزا على أهمية الاختراعات التكنولوجية ومدى التأثير الذي تحدثه في المجتمعات، وأنّ وسائل الاعلام تحدد طبيعة المجتمع والكيفية التي يعالج بها مشاكله معتبرا بذلك أنّ الوسيلة ما هي إلا امتداد للإنسان ولجهازه العصبي، فجهاز التلفزيون يمد أعيننا بالأخبار والإذاعة تمد آذاننا والآلات الحاسبة مساوية لامتداد الوعي لدى الانسان ومن هنا تبرز الأهمية التكنولوجية¹³⁸.

تناول ماكلوهان تحليل التأثيرات التي تحدثها وسائل الاعلام في الناس والمجتمع من خلال مؤلفاته مثل العروس الميكانيكية 1951، ومجرة جوتنبرغ 1962، فهم وسائل الاتصال 1964، الاعلام هو الرسالة

¹³⁸- محمد براي، "الشباب والتواصل الافتراضي بين الحتمية التقنية والضرورة القيمية - رؤية سوسيولوجية"، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، العدد 14 (د سن)، ص 134.

1967، الحرب والسلام في القرية العالمية 1968، وفي سياق متصل اعتبر ماركس ماكلوهان أنّ كل حقبة زمنية تستمد شخصيتها المميزة من الوسيلة الاعلامية المتاحة في ذلك الوقت، فقد أطلق على الفترة من القرن الثامن عشر إلى القرن العشرين بعصر الطباعة، ليأت بعدها عصر الطباعة كون أنّ الوسائل الالكترونية تجعل الاتصال سريعا، لدرجة أنّ الشعوب على اختلاف مواقعها تنصهر في بوتقة واحدة، فحسبه الوسائل الالكترونية تقضي على الفردية والقومية ونمو مجتمع عالمي جديد¹³⁹.

لقد طرح ماركس ماكلوهان أفكار نظريته أول مرة سنة 1962 في كتابه مجرة غوتنبرغ، واعتبرت نظرية الحتمية التكنولوجية من النظريات المادية التي اهتمت بتأثير تكنولوجيا وسائل الاعلام والاتصال في شعور وتفكير الأفراد وعلى التطور التاريخي للمجتمعات، يفترض في نظريته أنّ تكنولوجيا الاتصال تكبل حرية الانسان الذي يصبح تابع لها¹⁴⁰.

2- افتراضات نظرية الحتمية التكنولوجية:

- الوسيلة هي الرسالة: يرى ماركس ماكلوهان أنّ الفكرة المؤكدة بوضوح هي أنّ الوسيلة هي التي تتحكم في نشاط الناس وعلاقاتهم الاجتماعية وأنّ مضامين الرسائل لا تؤثر في طبيعة العلاقات، وتتضمن فكرة الوسيلة هي الرسالة أنّ مضمون أي وسيلة هو دائما وسيلة أخرى، فإذا نظرنا إلى الكتابة نجد أنّ مضمونها هو الكلام والكلمة المكتوبة هي مضمون المطبوع الذي هو مضمون التلغراف، ومضمون الكلام هو عملية التفكير التي تعتبر غير لفظية، وعليه فالوسيلة هي التي تؤثر على السلوك الانساني وتحدث التغيير، فبيعة الوسائل الاعلامية تعمل على تشكيل المجتمع ونوعيته أكثر مما تسهم فيه مضامين الرسائل الاعلامية الموجهة.

- الوسائل هي امتداد للحواس الإنسانية: يرى ماركس ماكلوهان أنّ أي اختراع أو تطبيق تكنولوجي هو امتداد أو بتر لأجسامنا الطبيعية، وأنّ مثل هذا الامتداد يتطلب أيضا علاقات جديدة من التوازن بين الأعضاء الأخرى أو الامتدادات الأخرى للجسم، حيث يرى ماركس ماكلوهان أنّ الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة بنوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة، ويجد أنّ وسائل الاعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر لاستخدامها ستحدد طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله، وأي وسيلة جديدة أو امتداد للانسان تشكل ظروفها الجديدة محيطا تسيطر على ما يفعله الأفراد الذين يعيشون في ظل

¹³⁹- عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 295.

¹⁴⁰- ياسين قرناني، "قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية"، ص 67، في:

<file:///C:/Users/pc1/Downloads/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%A1%D8%A9-%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84%D9%8A%D8%A9->

الظروف وتؤثر على الطريقة التي يفكرون ويعملون وفقاً لها. أي أنّ الوسيلة امتداد للانسان، فالملابس والمسكن امتداد لجهازنا العصبي المركزي، وكاميرا التلفزيون تمد أعيننا والميكروفون يمد آذاننا¹⁴¹.

• وسائل ساخنة ووسائل باردة: يعتقد ماكلوهان أنّ هنالك قاعدة أساسية تميز وسائل الاعلام الحارة كالراديو أو السينما عن وسائل الاعلام الباردة كالتليفون أو التلفزيون، فالوسيلة الحارة هي التي تمد حاسة واحدة وتعطها وضوحية عالية، وباللغة التقنية للتلفزيون فإنّ الوضوحية العالية تحمل كمية كبيرة من المعطيات، فالصورة الفوتوغرافية من الناحية المرئية ذات وضوحية عالية بينما الكارتون أو الرسوم المتحركة فذو وضوحية منخفضة، ذلك ببساطة لأنّه لا يقدم إلا معلومات مرئية قليلة جداً، والتليفون وسيلة باردة أو ذات وضوحية منخفضة لأنّ الأذن لا تتلقى عن طريقها إلا مجموعة ضئيلة جداً من المعلومات والكلام وسيلة باردة وضوحية منخفضة ذلك لأنه لا يعطي إلا القليل ويتطلب من المستمع أن يكمل الكثير، أما الوسائل الحارة فلا تترك الكثير لكي يكملها المتلقي أو يملأ فراغه، فالوسائل الحارة تتطلب مشاركة ضئيلة من المتلقي أما الوسيلة الباردة فتتطلب من المتلقي قدراً عالياً من المشاركة والإكمال¹⁴².

ابتكر مارشال ماكلوهان، فئات (الساخن) و (البارد) ليصف بناء وسيلة الاتصال، ويصف الأثر الذي تتركه تجربة التعرض لها على المتلقي، فالوسيلة (الساخنة) هي الوسيلة التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس أو الوسيلة التي تقدم المعنى، مصنوعاً جاهزاً، أما الوسيلة (الباردة) فهي الوسيلة التي تحتاج إلى أو تحافظ على التوازن بين الحواس، وتحتاج لقدر كبير من الخيال. ويعتبر ماكلوهان الوسائل المطبوعة والراديو من الوسائل (الساخنة)، التي تستخدم كل منهما حاسة واحدة، ولا تحتاج (في رأي ماكلوهان) إلا لقدر بسيط من الخيال كما يرى، بينما يعتبر الفيلم الناطق والتلفزيون، من (الوسائل الباردة) التي تحتاج، كما يقول ماكلوهان، إلى أقصى درجة من الجهد الخيالي من جانب المتفرجين.

هناك مبدأ أساسي يميز بين وسيلة ساخنة مثل الإذاعة ووسيلة باردة مثل الهاتف فالساخنة هي التي تنقل معنى أو إحساساً واحداً بوضوح عال، والوضوح العالي هو حالة الامتلاء الجيد بالبيانات، الصورة الفوتوغرافية بصرياً هي عالية الوضوح - الرسم الكاريكاتيري منخفض الوضوح ببساطة لأنه لا يقدم سوى القليل جداً من المعلومات المرئية، وعلينا نحن الجمهور أن نكون أكثر نشاطاً في فك ترميز النصوص التي تحملها وسائل الإعلام الساخنة لأنها توفر قدراً كبيراً من المعلومات وهناك القليل مما يمكننا القيام به، على سبيل المثال ينقل الراديو معلومات أكثر من مكالمة هاتفية، وكذلك الصورة الفوتوغرافية ذات

¹⁴¹- لبنى سويقات وعبد القادر عبد الإله، "الحنمية التكنولوجية: مدخل نظري لدراسة استعمالات الاعلام الالكتروني"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 9، العدد 2 (2016)، ص ص 885-889.
¹⁴²- المرجع نفسه، ص 889.

معلومات أكثر بكثير من الرسوم الكاريكاتورية. ووسائل الإعلام الساخنة عالية الوضوح ما يعني أنها كاملة البيانات وذلك يؤدي إلى انخفاض نسبة مشاركة الجمهور، ووسائل الإعلام الباردة من ناحية أخرى تكون منخفضة الوضوح لأن لديها القليل من البيانات ومشاركة كبيرة من الجمهور في التعرض لها¹⁴³.

حسب ماكلوهان التكنولوجيا تدفع المجتمع وتغير الأفكار حتى وإن لم يكن ذلك فوراً، إلا أنّ الفارق الزمني هو اللحظة الحاسمة، فالتكنولوجيا قد تطورت وفق "تسلسل ثابت ومحدد طبيعياً"، أين أصبح التغيير الاجتماعي هو العامل لإثبات الأهمية التقنية. فرواد هذه النظرية يعتقدون أنّ التكنولوجيا قادرة على وضع معايير المجتمع، على سبيل المثال تسببت التكنولوجيا التي نشأت عقب الثورة الصناعية في تغييرات اجتماعية واقتصادية هائلة¹⁴⁴.

3- القرية العالمية عند ماكلوهان:

يرى ماكلوهان أنّ وسائل الاعلام والاتصال الجديدة قد أسهمت من الناحية السياسية في جعل العالم عبارة عن قرية عالمية تترابط فيما الدول ببعضها البعض، فالعالم بعد شيوع الأنترنت أصبح عالماً جديداً توقف فيه الزمن واختفت فيه المساحة¹⁴⁵، وقد استخدم مارشال ماكلوهان مصطلح القرية الكونية أو العالمية سنة 1969 في كتابه "السلم والحرب في القرية الكونية"، وبعد بضع سنوات من هذا التاريخ أعلن عن قدوم القرية الكونية من خلال كتابه "لفهم وسائل الاتصال"، كما قد صرح في كتابه "الوسيلة هي الرسالة" عن ملامح هذه القرية بعبارة (إننا نعيش في قرية عالمية وأنّ وسائل الاعلام الالكترونية الحديثة ربطت كل منا بالآخر،

وبالتالي فإنّ المجتمع البشري لن يعيش في عزلة بعد الآن وهذا يجبرنا على التفاعل الجمعي والمشاركة فقد تغلبت الوسائل التكنولوجية على قيود الوقت والمسافة، أين يعتقد ماكلوهان أنّ وسائل الاعلام الالكترونية على عكس الكتابة المكتوبة أدت إلى إعادة توحيد المجتمعات البشرية وإعادتها إلى الشكل الأولي Retribalizing لهذا أصبح العالم قرية كونية صغيرة¹⁴⁶.

¹⁴³- للمزيد أنظر: <https://kenanaonline.com/users/DrNadiaElnashar/posts/825509>

¹⁴⁴- Qianyu Feng, "Analysis of Technological Determinism and Social Constructionism", **Proceedings of the 2022 8th International Conference on Humanities and Social Science Research**, Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 664 (2022) p 1392.

¹⁴⁵- نور الدين تواتي، "ماكلوهان مارشال ... قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم"، *مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية*، العدد 10 (2013)، ص 186.

¹⁴⁶- جميلة بن زاف، "المجتمع الافتراضي ونهاية أطروحة القرية العالمية لماكلوهان"، *مجلة علم الانسان والمجتمع*، المجلد 11، العدد 1 (2022)، ص 217.

حيث يرى ماكلوهان أنّ الكهرباء أحدثت ذلك الانفجار التقني المعلوماتي العالي الذي عرفه العالم في السنوات الأخيرة، أين أشار بشكل صريح إلى تطور التقنية المستمر الذي يشكل أحد عوامل العولمة نظرا لتأثيرها في وسائل وطرق الانتاج واقتصادياته وعلى تدفق الموارد والمعلومات، فثورة المعلومات هي التي جعلت ماكلوهان يطلق مقولته المشهورة "العالم قرية كونية"، فالانسان أصبح يشارك من منزله في مختلف الأحداث بالصوت والصورة وكأنه حاضر في الحقيقة. وفي هذا السياق هنالك العديد من الباحثين في علوم الاقتصاد والتكنولوجيا يعتبرون أنّ هنالك نمط مجتمعي جديد هو البديل للمجتمع الصناعي وهو "مجتمع المعلومات" الذي يعد تجسيدا للقرية العالمية، ويعتبر مارشال ماكلوهان من بين الأوائل الذين تناولوا هذا المصطلح في كتابه مجرة غوتنبورغ مطلع الستينات حيث تشير التسمية إلى جميع الأنشطة والموارد والتدابير والممارسات المرتبطة بالمعلومات انتاجا ونشرا وتنظيما واستثمارا، كما يشير أيضا إلى نشر المعرفة وانتاجها وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات النشاط المجتمعي معتمدا في تطوره بصورة أساسية على شبكات الاتصال والحواسيب¹⁴⁷.

عقب شيوع المجتمع الافتراضي مع بداية الألفية الثالثة ألغى فكرة القرية العالمية التي زعم ماكلوهان وجودها نظرا لاتجاه وسائل الاتصال نحو تجزئة فضاء الاتصال وتفتيته لا نحو دمج ووحده، نظرا لتزوع الأفراد والجماعات لاستخدام وسائلهم الخاصة وميولهم إلى العزلة¹⁴⁸.

4- الماكلوهانية في البيئة الرقمية:

يمكن أن نرصد اتجاهين للماكلوهانية في البيئة الرقمية. الاتجاه الأول ظل وفيًا لنزعة ماكلوهان الاستعارية، إذ اتجه إلى تكييف أطروحته مع معطيات البيئة الرقمية وتعميقها. واتجاه آخر سعى إلى إعطاء بُعد تطبيقي لها من خلال تنزيل "قانون الميديا" على العدة الرقمية، كالهاتف الذكي، ومواقع التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك.

يمثل الاتجاه الأول مجموعة من الكتاب، مثل: جيفري ريبورت (Jeffrey Report) وويل بروكر (Will Brooker) وشيري توركل (Sherry Turkle)، وغيرهم من الذين اجتهدوا في تفسير ما كتبه ماكلوهان منذ أزيد من نصف قرن على ضوء الواقع الراهن. أين استنتج بعض الكتّاب أن ماكلوهان تنبأً بالهاتف المحمول وتأثيره الاجتماعي. ورأى جيفري ريبورت أن استخدام هذا الجهاز يجعل منه امتدادًا لذاكرتنا. وأكدت شيري توركل أننا نستعمل الهاتف المحمول كامتداد لعقلنا، وكأننا نحمل معنا "أنا" ثانية، ورأى ويل بروكر أنّ الناس

¹⁴⁷- لبنى سويقات وعبد القادر عبد الإله، مرجع سابق، ص ص 892، 893.

¹⁴⁸- جميلة بن زاف، مرجع سابق، ص ص 224، 225.

يستعملون الهاتف المحمول كواجهة بين العالم الحقيقي والفعلي و"العالم الرقمي"، فتحوّل العالم الفعلي إلى بيانات، تُحصّنه هذه الواجهة، وتُعرضه كطبعة أُسّى من العين المجردة¹⁴⁹.

ويمثّل الاتجاه الثاني، الذي اتخذ طابعاً تطبيقياً، كل من "إيان بوغوست (Ian Bogost) و"غودن تورنس (Godden torrance) اللذين انطلقا في بحثهما من "القانون" الذي صاغه ماكلوهان، والذي يبدو أنه أكثر منهجية وتبصراً من كل مقولاته لكونه يوفر أداة عملية لدراسة الميديا ويضع أفكاره موضع التنفيذ. وينص هذا القانون على أن لكل وسيط اتصالي أو إعلامي تأثيراً يمكن حصره في أربع فئات، وهي: التحسين والتعزيز، والتقدم، والاسترجاع، والتحويل. بمعنى أن دراسة أي "ميديا" تتطلب النظر إلى تكنولوجيا الاتصال التي سبقتها، وبماذا تجاوزتها، وما الإضافات التي قدّمها أو التعديلات التي أدخلت عليها. ويُصحح إيان بوغوست قانون الميديا المذكور، ويرى أنه استعارة ثلاث جدران موقع شبكة فيسبوك. ويدعونا إلى مساءلة دور هذا الموقع، وتخيّل التغيير الثقافي والاجتماعي الذي يمكن أن يحدثه في امتداد الأجساد والأذهان من خلال الفئات الأربعة المذكورة أعلاه، ويستنتج في الأخير أن موقع فيسبوك ليس مجرد وسيط بل إنه بيئة إعلامية.

وبتركيز ماكلوهان على العُدّة التقنية، أغفل "قانون الميديا الماكلوهاني" القطب المهم في الظاهرة الإعلامية، أي المتلقي/المستخدم، وطابق من حيث لا يدري، بين جمهور الميديا التقليدية (صحف، ومجلات، وإذاعة، وتلفزيون)، الذين يقتصر نشاطهم على القراءة والاستماع والمشاهدة، ومستخدمي الميديا الاجتماعية الذين اتسعت ممارساتهم، وتعمّقت وتنوّعت، لتشمل المراقبة، والتحري، والمسح الضوئي، والنظر، ومشاهدة ما يُعرض في الشاشة عبر الخط، والقراءة، والاستماع، والبحث، والتحميل والتخزين، والنقر على الأيقونات والروابط الرقمية، والتعليق، والتعبير عن الإعجاب، وإعادة التوزيع أو النشر، والتشارك، وكل ما ينجرُّ عن هذه الممارسات على الصعيد الاجتماعي والثقافي.

وفي هذا الإطار يسمو قانون "الميديا" الماكلوهاني، في تعميمه، على المجتمع، ويغفل أن الاتصال "يتموضع في نهاية المطاف داخل مجتمع معين، ويُنفذ بأدوات مجتمعية معينة"، وهذا يعني عملياً أن ما تفعله العُدّة التقنية في هذا المجتمع على سبيل المثال لا يتطابق حرفياً مع ما تُحدثه في ذلك المجتمع، لأنها تنغرس في التقاليد الاتصالية في المجتمع فتحي موروثه الثقافي أو تفكّكه أو تستغني عنه¹⁵⁰.

¹⁴⁹- نصر الدين العياضي، "التفكير مع ماكلوهان ضد الماكلوهانية في عصر الميديا الرقمية"، مركز الجزيرة للدراسات، 2021/12/06، في:

<https://studies.aljazeera.net/ar/article/5226>

¹⁵⁰- المكان نفسه.

5- الانتقادات الموجهة للنظرية¹⁵¹:

- اعتبر ريتشارد بالاك أنّ القرية العالمية التي زعم ماكلوهان وجودها في الستينات وتنبأ باكتمالها في نهاية القرن الحالي لم يعد لها وجود حقيقي في مجتمع نهاية التسعينات وبدايات القرن العشرين، فالتطور الذي نظر من خلاله ماكلوهان استمر في التسارع والتطور إلى حد أدى إلى تحطيم القرية وأدى إلى تحويلها إلى ذرات وشظايا. فالاتصال في العائلة الواحدة يكاد ينعدم بسبب شبكات التواصل الاجتماعي.

- وصف بالاك نظرية الحتمية التكنولوجية بالبساطة المفرطة، فالثورات (تكنولوجية أو اجتماعية) لا تبدأ أو تنتهي في نقطة زمنية محددة أو مكان واحد، فهي عملية ذات جذور وأبعاد متعددة.

- وفق العديد من الناقدين ماكلوهان لم يقدم براهين لكنّه استدل بشكل أساسي على الأمثلة التاريخية والتاريخ يقدم أمثلة عن كل شيء ولكنّه لا يقدم براهين.

المحاضرة العاشرة: نظرية دوامة الصمت

تعتبر نظرية دوامة الصمت من بين نظريات التأثير القوي لوسائل الاعلام على الجمهور، وهي تنطلق من افتراض وجود علاقة ارتباطية بين المضامين التي تبثها القنوات الإعلامية المختلفة والاتجاه السائد في المجتمع، حيث أنّ أفراد الجمهور يميلون دائماً إلى تشكيل آرائهم بناء على طبيعة الرأي العام السائد في المجتمع حتى لا يشعروا بالعزلة الاجتماعية.

○ الأهداف المحددة:

تتيح هذه المحاضرة للطلاب فرص:

- ✓ فهم مختلف أفكار وافتراضات نظرية دوامة الصمت.
- ✓ استيعاب كيفية دراسة تلك القضايا المرتبطة بتشكيل الرأي العام، أو الصمت والتخوف من التعبير عن الآراء المخالفة للأغلبية لاسيما في مجتمعاتنا العربية.
- ✓ تفسير كيف يصنع الرأي العام من خلال الرسائل الإعلامية.
- ✓ بناء ثقل نظري يسمح له باستنتاج حلول للمشكلات الاتصالية والاعلامية التي يلاحظها من خلال تقديم اقتراحات وتوصيات في بحوثه ومذكرات تخرجه.
- ✓ استنتاج مدى صلاحية أفكار النظرية في ظل الفضاء الرقمي وكسر حاجز الصمت من قبل مستخدمي المواقع الافتراضية.

¹⁵¹- فواد بداني، "حتمية ماكلوهان لفهم قيمة عزي عبد الرحمان"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 4 (2014)، ص 118.

1- تعريف نظرية دوامة الصمت:

تعتبر نظرية دوامة الصمت من بين النظريات التي تؤكد على التأثير القوي لوسائل الاعلام على جمهور المتلقين، وهي تهتم بالتأثير على المستوى الجمعي وتشكيل الرأي العام، ففي الوقت الذي تسعى فيه وسائل الاعلام لبناء صور عامة للقضايا وتحريك الرأي العام للاهتمام بقضايا معينة دون غيرها، تضغط أيضا على الآخرين من أجل إخفاء وجهات نظرهم التي تختلف ولا تتوافق مع إجماع الرأي العام الذي تجسده هذه الوسائل؛ أين تسهم هذه الأخيرة في تدعيم الصمت لدى الفرد وإخفاء وجهة نظره بسبب الاحساس باختلافه عن الآخرين وشعوره بالعزلة عنهم، وقد طوّرت هذه الفكرة الباحثة إليزابيث نويل نيومان في كتاباتها المتعددة خلال سبعينات القرن الماضي¹⁵².

2- نشأة نظرية دوامة الصمت:

اللافت للنظر أنّ تاريخ الاعلام والاتصال لم يعرف امرأة كان لها تأثير كبير في مسار تطور البحوث والدراسات الاعلامية مثل إليزابيث نويل نيومان التي أثارت جدلا فكريا ونظريا وتجريبيا في مجالات علم الاتصال، والاجتماع، والسياسة التي أسست في السبعينات لنظريتها المعروفة بدوامة الصمت التي طرحتها في كتابها الذي أصدرته عام 1980 الموسوم بـ "دوامة الصمت- الرأي العام باعتباره جلدنا الاجتماعي". فمن خلال هذه النظرية اعتبرت نيومان التلفزيون أهم وسائل الاتصال الجماهيري الذي يحدث تأثيرا قويا في الجمهور المستقبل للرسالة الاعلامية وبالتالي في تشكيل الرأي العام¹⁵³.

3- افتراضات نظرية دوامة الصمت:

تفترض هذه النظرية مجموعة من الافتراضات وهي كالتالي¹⁵⁴:

- الخوف من العزلة الاجتماعية يهدد الأفراد، مما يجعلهم يتحفظون عن إبداء آرائهم ولا يعلنون عنها، لاسيما إن أدركوا أنّ هذه الآراء لا تحظى بتأييد الآخرين، وعلى العكس من ذلك فإن أولئك الذين يشعرون أنّ آراءهم ستلقى استحسانا يرغبون في التعبير عنها دون خوف.

- إنّ حاجة الأفراد إلى الانتماء تتفوق على إرادتهم ورجبتهم في التعبير عن آرائهم الحرة والمستقلة.

¹⁵²- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 355.

¹⁵³- عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 333.

¹⁵⁴- خيرة العيدي، "مراجعة نظرية دوامة الصمت في سياق الفضاء الافتراضي، مجلة الاعلام والمجتمع"، المجلد 7، العدد 1 (2023)، ص ص 382، 383.

- يقوم كل فرد بمراقبة البيئة الاجتماعية وسلوكيات الآخرين، وعمل استطلاعات سريعة لمعرفة مدى التأييد أو المعارضة للرأي الذي يتبناه اتجاه موضوع أو قضية ما.
- شعور الفرد بالانتماء إلى الأغلبية يجعله أكثر ميلا لإبداء وجهات نظره والمشاركة بآرائه.
- يميل الفرد على التخاطب مع من يتفقون معه في الآراء أكثر من اللذين يختلفون معه.
- الشعور بتقدير الذات يحث الفرد على إبداء رأيه.
- تعد وسائل الاعلام من المصادر الرئيسية لنشر المعلومات ونقل مناخ التأييد أو المعارضة.
- تميل وسائل الاعلام إلى التحيز في عرض الآراء مما يؤدي إلى تشويه وتزييف الرأي العام.
- يدرك بعض الأفراد أنهم مختلفين وغير مسايين لرأي الأغلبية، مما يجعلهم يغيرون آرائهم للتناسق مع وسائل الاعلام، أو يختارون الصمت تجنباً للضغوط الاجتماعية.

4- مفاهيم نظرية دوامة الصمت:

ركزت نيومان على ثلاث مفاهيم أساسية في نظرية دوامة الصمت وذلك بالتركيز على البعد الاجتماعي¹⁵⁵:

- **الخوف من العزلة:** وهو من بين أقوى السلوكيات الاجتماعية البشرية، فغالبية الأفراد يخشون فكرة العزلة الاجتماعية لأنّ الانسان اجتماعي بطبعه، وهو الأمر الذي يدفعهم إلى اتباع الأغلبية خوفاً وقلقا من الشعور بالوحدة، واتباع أسلوب الصمت وإخفاء الرأي.
- **مناخ الرأي:** توزيع الآراء في بيئة الفرد بما في ذلك التوزيع الحالي للآراء والتوزيع المحتمل للآراء في المستقبل.
- **الرقابة والقياس:** يشير إلى قدرة الأفراد على مراقبة البيئة الاجتماعية وإدراك وتقييم الآراء القائمة، وتقدير ما إذا كان سلوكهم سيتم قبوله أو معارضته من قبل غالبية الأفراد.

5- الرأي العام في نظرية دوامة الصمت:

تركز نيومان في نظرية دوامة الصمت على مفهوم الرأي العام كشكل من أشكال الضبط الاجتماعي، وتشرح كيف يتشكل هذا الأخير ويتغير ويؤثر تبعاً لتفاعل عوامل نفسية واجتماعية وإعلامية، حيث حسب نيومان يميل الأفراد علناً للتعبير عن آرائهم ومواقفهم إذا أدركوا أنّ آراءهم هي السائدة بين الآراء، أو أنها تشهد اتساعاً ورواجاً، وبالمقابل إذا لمس الأفراد أنّ آراءهم تنتهي إلى الأقلية أو أنّها تشهد تراجعاً وانكماشاً فإنّهم يصبحون أكثر حذراً وتحفظاً وتكتماً ويميلون إلى الصمت، فميل الواحد للتعبير العلني عن رأيه، ويميل

¹⁵⁵- المرجع نفسه، ص 381.

الأخر للالتزام بالصمت يطلق سيرورة دوامة تتوج برأي مهيم سائد، فمع مرور الوقت يؤثر تغير إدراكات الأفراد لمناخ الرأي على استعدادهم للتعبير عن رأي الأقلية وهو ما يكرس هيمنة رأي من الآراء¹⁵⁶.

وعلى هذا الأساس الرأي العام هو تلك الآراء أو السلوكيات التي يمكن عرضها أو التعبير عنها علنا في الأماكن العامة دون التعرض لخطر العزلة الاجتماعية أو العقوبات، مما ينجم عنه أقلية صامتة تشعر بالهزيمة والخضوع انضمت للحشد دون تفكير وهو يمثل الرأي المهيم، ويهدد الفرد المتمرد بالعزلة، وبالتالي حسب نيومان يشكل الرأي العام عند الباحثة شكلا من أشكال الرقابة الاجتماعية التي تطبق على الجميع ويعمل على استقرار المجتمع¹⁵⁷.

6- المتغيرات المتحكمة في قوة وسائل الاعلام:

هنالك ثلاث عوامل أو متغيرات رئيسية تقلل من فرصة تكوين الفرد المتلقي لوسائل الاعلام رأيا مستقلا حول القضايا والأحداث الجارية، وتسهم بشكل أو بآخر في تكوين الأفكار والاتجاهات المؤثرة في الرأي العام وهي كالآتي¹⁵⁸:

- التأثير التراكمي من خلال التكرار: وسائل الاعلام تميل إلى تقديم رسائل متشابهة ومتكررة حول قضايا وشخصيات وموضوعات معينة ويؤدي هذا التكرار إلى التأثير على المتلقين على المدى البعيد.
- الشمولية: وسائل الاعلام والاتصال تسيطر على الجمهور والأفراد وتحاصرهم في كل مكان وتهيمن على بيئة المعلومات المتاحة مما ينتج عنها تأثيرات شاملة (الشيوع والانتشار).
- التجانس: هنالك اتفاق بين القائمين بالاتصال والمؤسسات التي ينتمون إليها مما يؤدي إلى التشابه في التوجهات والقيم الاعلامية التي تحكم الأفراد، ويضاف إلى ذلك أيضا التجانس والتناغم بين القنوات الاعلامية ومختلف الوسائل الاتصالية في نقل الوقائع والأحداث الأمر الذي يجعل الرسائل الاعلامية متشابهة ومتناسقة مما يزيد من قوة تأثيرها على الجماهير.

7- فكرة دوامة الصمت عند إيهوكاتز:

يقدم إيهوكاتز فكرة دوامة الصمت من خلال مجموعة من الافتراضات والعناصر الفرعية:

- كل أفراد المجتمع لديهم آراء.

¹⁵⁶- سعيد لوصيف ونعيم بلعموري، "محددات التعبير العلني عن الرأي: محاولة لاختبار نظرية دوامة الصمت في السياق الجزائري"، مجلة بحوث العلاقات العامة، العدد 17 (2017)، ص 13.

¹⁵⁷- خيرة العيدي، مرجع سابق، ص 382.

¹⁵⁸- فريدة مرابط، "نظريات التأثير القوي في ظل الاعلام الجديد"، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد 4 (2018)، ص 514.

- لاعتبارات تتصل بالخوف من العزلة الاجتماعية، فمن غير المتوقع أن يعبر الأفراد عن آرائهم إذا أدركوا أنهم غير مؤيدين من الآخرين.
- يسعى الأفراد لفحص البيئة المحيطة بحثا عن علاقات التأييد.
- تشكل وسائل الاعلام المصدر الرئيسي للحصول على المعلومات حول توزيع الآراء، ومن ثم حول مناخ التأييد أو عدم التأييد.
- تشكل بعض الجماعات المرجعية مصدرا للمعلومات لبعض الأفراد بشكل تنافسي مع وسائل الاعلام.
- يتجه خطاب وسائل الاعلام ليكون أحادي الاتجاه، وغالبا ما يكون هو الرأي المسيطر.
- حينما يدرك الأفراد أنّ آراءهم لا تحظى بالتأييد من جانب الآخرين، فإنهم سيفقدون الثقة، وينسحبون من المناقشات الجماهيرية العامة، ويفضلون الصمت، إلا أنهم لا يغيرون من آرائهم الذاتية غالبا.
- تتجه وسائل الاعلام نحو تحريف بعض الآراء في المجتمع، ويتأثر هذا التحريف بوجهات نظر الاعلاميين أنفسهم.
- يتحقق التأثير القوي لوسائل الاعلام والاتصال من خلال السيطرة على المجتمع وسلبه قوته، وينبغي التأكيد أنّ هذا التأثير ليس مباشرا¹⁵⁹.

8- مراجعة نظرية دوامة الصمت في الاعلام الجديد:

تخضع النظرية الاعلامية عادة للاختبار باستمرار وذلك لتفسير ظواهر الاتصال التي تستمر في التطور والتنوع جنبا إلى جنب مع التطور التكنولوجي وظهور أشكال جديدة من وسائل الإعلام، فمع انتشار هذه الأخيرة تعددت واختلفت نتائج البحوث التي تعالج نظرية دوامة الصمت في البيئة الرقمية وخلفت اتجاهين، اتجاه يقر بتراجع وضعف دوامة الصمت، نظرا للحرية المتاحة للفرد في التعبير عن رأيه، واتجاه آخر يقر باستمرار تواجد دوامة الصمت عبر الفضاء الافتراضي حيث قد يتعرض الفرد على محاولات الإسكات وينصاع لها تحت تأثير بعض العوامل. وفي هذا الإطار يرى العديد من الباحثين أنّ دوامة الصمت غير ملائمة للواقع التقني الجديد، وما يتيح من فرص لتبادل الآراء والأفكار والانفتاح على المعتقدات والأيدولوجيات المتنوعة، حيث تضعف وتتراجع دوامة الصمت في سياقات الاتصال عبر الشبكة، لأنّ هذه الأخيرة تؤدي إلى المزيد من التداول عن طريق تحرير الناس من الحواجز النفسية، وشعورهم بالراحة

¹⁵⁹- كمال الحاج، مرجع سابق، ص 122.

في حالة عدم الكشف عن الهوية الحقيقية، وهنا سينخفض عامل الخوف من العزلة. ومن العقوبات الناجمة عن الحضور الجسدي، بحيث الأفراد عبر الأنترنت يكونون أكثر قدرة على التعبير عن آرائهم مما يقلل من تأثير دوامة الصمت على الشبكة. وبذلك تحدى السياق الشبكي الافتراضات الرئيسية للنظرية¹⁶⁰.

ففي الفضاء الافتراضي قد تكون بعض المتغيرات الرئيسية لدوامة الصمت ذات أهمية أقل، لا سيما الخوف من العزلة الاجتماعية؛ لأن الأفراد يمثلون في الواقع جمهورًا مجهولًا. كما أنّ السمات المتعلقة بالتواصل الشبكي والتي تحفز الفرد في التعبير عن رأيه وتضعف من دوامة الصمت، تتمثل في إنشاء أو الانضمام إلى مجموعات افتراضية متوافقة وعدم الكشف عن الهوية، وغياب الحضور المادي والاتصال المباشر. ومن هذا المنطلق فإنّ دوامة الصمت تقدم أطروحتين متناقضتين فيما يتعلق بتطبيقها ضمن سياق الفضاء الافتراضي، تتعلق الأطروحة الأولى بتمكين سمات التواصل الشبكي من تقليص حضور النظرية من خلال تحفيز الأفراد على التعبير عن آرائهم وأفكارهم، فلم تعد مشاركات الأفراد غير مسموعة، حتى وإن كانوا يمثلون الأقلية، كما أنهم مستعدون للتحدث بصراحة وبحرية أكبر من خلال إنشاء مجموعات افتراضية لها نفس الاهتمامات والتفاعل الذي يخلو من القيود المفروضة على السلوك المعادي نتيجة التواصل بهويات مزيفة ومجهولة، وغياب الوجود المادي للشخص والتواصل وجهًا لوجه. في حين أنّ الأطروحة الثانية ترى أنّ ظهور دوامة الصمت في سياق الفضاء الافتراضي، يكون بفعل عوامل سياسية واجتماعية ونفسية وسلوكية، تقيد حرية الفرد في التعبير عن رأيه، حيث يتم تفعيل الرقابة الذاتية وتقييم مناخ الرأي العام عبر الشبكة خوفًا من العزلة الاجتماعية¹⁶¹.

9- الانتقادات الموجهة للنظرية:

- رأى بعض الباحثين الأمريكيين أنّ مفهوم الأقلية الصامتة يفتقد للدقة فكثيرا ما تتحدث الأقلية مع الآخرين رغم اختلافها معهم.
- إنّ صمت الأفراد لا يرجع بالضرورة إلى الخوف من العزلة الاجتماعية وإنّما قد يكون نتيجة عدم إمام الأفراد بالمعلومات الكافية عن القضية المطروحة للنقاش.
- نظرية دوامة الصمت أهملت تأثير البيئة السياسية والاجتماعية (الجماعات المرجعية) في تكوين الرأي العام خاصة في القضايا المهمة.

¹⁶⁰- خيرة العبدى، مرجع سابق، ص ص 384، 385.

¹⁶¹- مركز القرار للدراسات الإعلامية، في: <https://alqarar.sa/7728>

- الشك في افتراض التكرار وهيمنة وسائل الاعلام في تشكيل الرأي العام وتجانس هذا الدور خاصة مع وجود الديمقراطية الغربية التي تتعدد فيها الآراء والمصالح ويصعب فيها على وسائل الاعلام أن تتبنى اتجاهها واحدا ثابتا من القضايا المثارة.

- التطور التكنولوجي الحديث وفتح قنوات تواصل مختلفة التي أتاحت فرصا متعددة لمختلف الأقليات المعارضة حول القضايا وأتاحت لها الفرص للتعبير عن آرائها المعارضة بكل حرية كما الحال خاصة عبر التطبيقات المختلفة المستخدمة في شبكة الأنترنت¹⁶².

المحور الخامس: نظريات التأثير المعتدل لوسائل الاعلام على الجمهور

تنطلق نظريات التأثير المعتدل من فكرة أنّ وسائل الاعلام هي جزء فرعي يقع ضمن البناء الاجتماعي المتكامل، هذا الجزء يتفاعل مع بقية الأجزاء الأخرى المكونة للنظام الاجتماعي، وهي على عكس النظريات الاتصالية السابقة أخذت في عين الاعتبار التأثيرات التراكمية وبعيدة الأمد لوسائل الاعلام والاتصال مع مراعاة الخصائص النفسية والاجتماعية للجمهور.

المحاضرة الحادية عشر: نظرية الأجندة

مع أواخر الستينات وبداية السبعينيات شهد حقل الاعلام والاتصال نظريات جديدة على غرار نظرية ترتيب الأولويات أو نظرية الأجندة التي نظرت إلى وسائل الاعلام على أساس أنّها ذات تأثير معتدل على الجمهور عكس التفسيرات التي قدمتها نظريات التأثير القوي التي تجاهلت فكرة التدايعات طويلة الأمد التي تتركها وسائل الاعلام في سلوكيات الجماهير.

○ الأهداف المحددة:

تهدف المحاضرة إلى جعل الطالب:

- ✓ يفهم الركائز التي تقوم عليها نظرية الأجندة أو ترتيب الأولويات.
- ✓ يستوعب الكيفية التي يتم من خلالها بناء أجندة وسائل الإعلام.
- ✓ يوظف النظرية في تحليل الظواهر الاتصالية المختلفة.
- ✓ يقارن بين عملية بناء الأجندة في وسائل الاعلام التقليدية والجديدة.

¹⁶² - هبة محمد السيد حمزة، "دور برامج الرأي التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام في إطار نموذج كسر الصمت"، ورقة مقدمة في المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين حول: الاعلام الرقمي والاعلام التقليدي، مسارات للتكامل والمنافسة، ص ص 2225، 2226، في:

https://ejsc.journals.ekb.eg/article_226418_6d995559bfe1ea21cadbaa1297f2838c.pdf

✓ يستنتج العلاقة بين ما يدور في وسائل الاعلام وما يفكر فيه الجمهور العام.

1- تعريف نظرية الأجندة:

ترجع الأصول الأولى لهذه النظرية على الباحث ولتر ليبمان من خلال كتابه الشهير "الرأي العام" الذي ظهر في عشرينيات القرن الماضي، أين تقوم الفكرة الرئيسية لهذه النظرية على أنّ هنالك علاقة طردية موجبة بين درجة تركيز وسائل الإعلام على قضية من القضايا، وبين درجة اهتمام الجماهير بتلك القضية، حيث كلما ازداد تركيز وسائل الإعلام على تلك القضية كلما ازداد اهتمام المتلقين بها والعكس صحيح¹⁶³.

حسب هذه النظرية القائم بالاتصال يحاول أن يرتب اهتمامات الجمهور وفق القضايا التي تناسب وتوجهاته الفردية أو بما يوافق أيديولوجيا المؤسسة الاعلامية، ويتلخص المعنى الكلي لهذه النظرية في أنّ وسائل الاعلام هي التي تحدد اهتمامات الجمهور، بمعنى أنّ هذه الوسائل عندما تهتم بموضوع معين أو قضية معينة فإنّ الجمهور يصبح أكثر اهتماما بهذا الموضوع أو تلك القضية. ويعني ذلك أنّ وسائل الإعلام إذا ركزت في موادها الإعلامية على موضوع الأمن في المجتمع على حساب قضايا أخرى مهمة مثل الإصلاح المالي والإداري، أو الفقر، أو البطالة فإنّ ذلك يعني أنّ وسائل الإعلام توجه اهتمام الجمهور إلى القضايا الأمنية وتهمل قضايا مثلها في الأهمية. كما أنّ عملية ترتيب أولويات الجمهور في القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام هي عملية أيديولوجية لا تنطلق من فراغ بل من مرجعيات ومحددات سياسية أو ثقافية توجه عمل القائم بالاتصال، وتجعله يختار موضوعات أو قضايا معينة يحاول من خلالها إيصال رسالة أو رؤية تؤثر في وعي الجمهور أو في مواقفه واتجاهاته وسلوكه¹⁶⁴.

2- تعريف عملية وضع الأجندة:

يعرف سانشاز عملية وضع الأجندة في الإعلام بأنّها "العملية التي بواسطتها تحدد وسائل الإعلام بما نفكر وحول ماذا نقلق"، ويرى بأنّ أول من لاحظ هذه الوظيفة هو ليبمان في عشرينيات القرن الماضي، وأوضح أنّ الاعلام هو الذي يهيمن على خلق الصور في أذهاننا وأنّ رد فعل الجمهور يكون تجاه تلك الصور وليس تجاه الأحداث الفعلية. أما واتسون فقد عرفها بأنّها مجموعة من الموضوعات عادة يكون ترتيبها حسب أهميتها. كما عرفها باترسون بأنّها "العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنّها قضايا مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور، من خلال إثارة انتباههم لتلك القضايا، حيث تصبح ذات أولوية

¹⁶³ - عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 187.

¹⁶⁴ - محمد بن سعود البشر، مرجع سابق، ص 105، 106.

ضمن أجندتهم، وأنّ الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما ويتعرض لها سوف يكتيف إدراكه وفقا للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها. وبشكل يتوافق واتجاه عرضها وحجم الاهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة¹⁶⁵.

3- تطور نظرية الأجندة:

البدايات التاريخية لنظرية الأجندة ترجع إلى الباحث ليبمان من خلال كتابه الرأي العام الصادر سنة 1922 الذي اعتبر فيه وسائل الإعلام أنّها تساعد في بناء الصور الذهنية عن القضايا المختلفة، وعلى الرغم من غموض هذا المفهوم مقارنة بفروض الأجندة التي جاءت فيما بعد إلا أنّ الباحثين يقرون بوجود صلة بين ما قاله ليبمان والمفهوم اللاحق لترتيب الأولويات وهذا ما أشار إليه نورتن لونج سنة 1958 حين أكد أنّ الصحف هي المحرك الرئيسي في ترتيب الأجندة المحلية، كما أنّ لها دورا مهما في أن تحدد لأغلب الناس ما سوف يفكرون فيه، وتقترح حلولاً للمشكلات التي يهتمون بمعالجتها.

كما أوضحت دراسة لانج ولانج سنة 1966 أنّ وسائل الإعلام توجه انتباهنا نحو قضايا معينة، وتشكل الصور بأذهاننا عن الزعماء والسياسيين البارزين، وبعد هذه المرحلة من الأبحاث طور ماكومبس وشو بحوث ترتيب الأولويات واختبرا الفرض الرئيسي الذي يتمثل في العلاقة الارتباطية بين تركيز وسائل الاعلام على قضايا معينة واهتمام الجمهور بها، وكان اختبار هذا الفرض من خلال دراستهما لدور وسائل الإعلام الرئيسية وتحليل المحتوى المتعلق بالحملة الانتخابية، وكذا قائمة أولويات الجمهور، عبر مسح أجري على عينة مكونة من مائة ناخب، أين تم التوصل إلى أنّ وسائل الاعلام قد رتبت بشكل فعال أولويات الجمهور، وقد كانت الانتخابات مجالا خصبا لدراسات وأبحاث الأجندة. وهذه الدراسات قد أثبتت وجود مؤشرات ارتباط قوية بين اهتمامات الرأي العام والمحتوى الظاهر لوسائل الاعلام¹⁶⁶.

4- اتجاهات بحوث الأجندة:

صنف ماكومبس هذه البحوث ضمن مستويين اثنين وهما¹⁶⁷:

المستوى الأول: وهو الأكثر دراسة من قبل الباحثين وفي هذا المستوى لجدول الأعمال تستخدم وسائل الإعلام مواضيع أو قضايا للتأثير على الجمهور، حيث تقترح هذه الوسائل ما يجب أن يفكر به الجمهور ومقدار التغطية يلعب دورا مهما في ذلك.

¹⁶⁵ -نسرين حسونة، نظريات الاعلام والاتصال، شبكة الألوكة 2015، د س ن.

¹⁶⁶ - ليندة ضيف، "الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة من يرتب أولويات وسائل الاعلام؟"، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد 3، العدد 3 (2015)، ص ص 11، 12.

¹⁶⁷ - إلهام بوتلجي، "المقاربات البحثية في دراسات وضع الأجندة ... من وسائل الاعلام التقليدية إلى الجديدة"، مجلة متيجة للدراسات الانسانية، العدد 9 (2018)، ص 150.

المستوى الثاني: في هذا المستوى تركز وسائل الإعلام على خصائص الأشياء أو القضايا، حيث تقترح وسائل الإعلام كيف ينبغي أن يفكر الناس في هذه القضية، وهناك نوعان من السمات: المعرفية (توضيحية، أو الموضوعات) والعاطفية (التقييمية أو الإيجابية، السلبية، المحايد).

وفي هذا السياق قسم ماكوبيس بحوث الأجنحة إلى أربعة أشكال رئيسية تعكس تطور الاتجاهات الخاصة بهذه البحوث وهي كالتالي:

- الدراسة الأصلية: "شابيل هيل" والتي اختبرت الفرض الرئيسي الخاص بأن نموذج التغطية الإخبارية يؤثر في إدراك الجمهور لأهمية القضايا اليومية.
- الدراسات الخاصة بالأدوار المقارنة للصحف والتلفزيون، والمصطلحات النفسية مثل الحاجة إلى التكيف، واتفق الاتصال الشخصي مع عملية الاتصال الجماهيري ومثل هذه الأعمال قدمها كتاب "ظهور السياسة الأمريكية" حيث اختبر فرض الأجنحة بالإضافة إلى هذه الدراسات.
- الدراسات التي اهتمت بالكشف عن صور المترشحين واهتماماتهم السياسية كبديل للأجنحة.
- ومع ثمانينيات القرن الماضي انتقلت البحوث بالأجنحة الإخبارية من متغير مستقل إلى متغير تابع واستبدلت السؤال من يضع أجندة الجمهور؟ بالسؤال: من يضع الأجنحة الإخبارية؟ وهذا الشكل لبحوث الأجنحة يعتبر الأكثر تعقيدا من الثلاثة السابقة، حيث يهدف إلى شح ووصف ارتباطاتها المختلفة.

5- افتراضات نظرية الأجنحة:

تتمثل الافتراضات الرئيسية لنظرية الأجنحة في النقاط الآتية الذكر¹⁶⁸:

- تقوم وسائل الاعلام بانتقاء عدد من القضايا والموضوعات والأحداث من خلال ما تستقيه من البيئة المحيطة بها لتنتقل أخبار الأحداث اليومية.
- وبسبب المساحة المحدودة أو المدة الزمنية المحددة والتزام الإعلاميين بقيم خبرية معينة فإن كثيرا من القضايا يتم تجاهلها ولا تصبح جزءا من الأخبار.
- تعطي وسائل الاعلام لبعض الموضوعات والقضايا بروزا أو درجة معينة من الاهتمام أو مكانة خاصة دون الاهتمام بموضوعات وقضايا أخرى.
- يشكل هذا الانتقاء للموضوعات والقضايا وما يشتمل عليه من مستويات مختلفة من البروز أو المساحة أو المدة المخصصة ما يسمى بأجنحة وسائل الاعلام.

¹⁶⁸- ليندة ضيف، مرجع سابق، ص 11.

- ينتقل هذا الاهتمام بنفس القضايا والموضوعات من وسائل الإعلام إلى الجمهور، حيث أنّ الجمهور سوف يستخدم التقييم نفسه عندما يقرر ترتيب أهمية هذه القضايا والموضوعات بالنسبة له.

6- أنواع الأجنـدات:

حسب نظرية الأجنـدة يدور الحديث حول ثلاث أجنـدات¹⁶⁹:

- الأجنـدة الإعلامية: جدول الأعمال اليومي لوسائل الإعلام، والذي يقرر أي المواضيع ستحظى بتغطية إعلامية، أي المواضيع سيتم التشديد عليها، وأي المواضيع سيتم تجاهلها، أي المواضيع المتناولة في وسائل الإعلام.
- الأجنـدة السياسية: هو جدول الأعمال على المستوى السياسي، المواضيع التي يتناولها السياسيون، والتي تتوافق مع الحاجات والاحتياجات الوطنية الواسعة أو المصالح الضيقة.
- الأجنـدة الجماهيرية: المواضيع التي يتحدث بها الناس فيما بينهم، في البيوت مثلا.

وهنالك تأثيرات متبادلة بين الأجنـدات الثلاث:

- ✓ الأجنـدة الاعلامية تصمم الأجنـدة الجماهيرية: وذلك نتيجة قدرتها على جذب الجمهور لها.
- ✓ الأجنـدة الاعلامية تصمم الأجنـدة السياسية: السياسيون متأثرون جدا بالأجنـدة الإعلامية، لأنهم يعتبرون الأجنـدة الإعلامية تعبيراً للرأي العام.
- ✓ الأجنـدة السياسية تصمم الأجنـدة الإعلامية: خاصة في المواضيع المتعلقة بالسياسة والحكومة والتي يتوجب على الاعلام تغطيتها بهدف نقل المعلومات للجمهور، وإطلاعه على ما يجري في الدولة على المستوى السياسي.
- ✓ الأجنـدة الجماهيرية تصمم الأجنـدة السياسية: السياسيون يهتمهم معرفة الرأي العام ومتأثرون بالجمهور، لذلك الجمهور في هذه الحالة يصمم للسياسيين جدول أعمالهم.
- ✓ الأجنـدة الجماهيرية تصمم الأجنـدة الاعلامية: هنالك مواضيع على المستوى الجماهيري التي يتوجب على وسائل الاعلام تغطيتها بسبب أهميتها: مثل الكوارث الطبيعية.

كيف نعرف ما هو المهم؟

- الموضوع الذي تمت تغطيته أكثر من مرة.
- الموقع والمكان الذي ينشر فيه الخبر: الموضوع الذي ينشر على الصفحات الأولى في الجريدة او في بداية نشرة الأخبار يعتبر موضوعا هاما بنظر الجمهور.

¹⁶⁹- عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص ص 189، 190.

- مدى الصراع في التغطية.

- وتيرة التغطية.

7- أنواع بحوث الأجندة

حدّد شاو ومارتن أربعة أنواع لقياس ترتيب الأولويات وهي¹⁷⁰:

- نموذج يركز على قياس أولويات اهتمامات الجمهور وأولويات واهتمامات وسائل الإعلام اعتمادا على المعلومات التجميعية.
- نموذج يركز على مجموعة من القضايا ولكن ينقل وحدة التحليل من المستوى الكلي الذي يعتمد على معلومات تجميعية إلى المستوى الفردي.
- نموذج يعتمد على دراسة قضية واحدة في دراسة وسائل الاعلام وعند الجمهور انطلاقا من فكرة أنّ التأثير يختلف من وقت لآخر.
- نموذج يدرس قضية واحدة وينطلق من الفرد كوحدة التحليل.

8- أوجه التشابه والاختلاف بين نظريتي الأجندة وحارس البوابة

فيما يخص أوجه التشابه يتمثل في: حراس البوابة يقررون ماذا سوف يمر أو سيحذف خلال بوابتهم، ونظرية الأجندة ترى بأنّ وسائل الإعلام ترتب المواضيع حسب نظرتها. أما فيما يخص أوجه الاختلاف فيتمثل في أنّ حارس البوابة يقوم بمنع أو تعديل معلومة معينة حسبما يريد، بينما في تحديد الأجندة تقوم وسائل الاعلام بترتيب المواضيع حسب نظرتها من حيث المواضيع الأكثر أهمية، المهم، الأقل أهمية¹⁷¹.

9- عملية بناء الأجندة

حدد الباحثان G.E Lang & K. Lang عملية وضع الأجندة في ست مراحل وهي¹⁷²:

- تلقي الصحافة الضوء على بعض الأحداث وتجعلها بارزة.
- تحتاج بعض القضايا إلى قدر أكبر من التغطية لتثير الانتباه.

¹⁷⁰ - كريمة كاف، "بناء الأجندة في الإعلام التلفزيوني الجزائري: دراسة وصفية لحالة الفضائيات الخاصة"، مجلة المعيار، المجلد 25، العدد 54 (2021)، ص 386.

¹⁷¹ - عبد الرزاق الدبليمي، مرجع سابق، ص 199.

¹⁷² - نسرين حسونة، مرجع سابق، د ص.

- وضع القضايا أو الأحداث التي تثير الاهتمام في إطار الذي يضفي عليها المعنى ويسهل فهمها وإدراكها.
- اللغة المستخدمة في وسائل الاعلام يمكن أن تؤثر على مدركات الجمهور لأهمية القضية.
- تقوم وسائل الإعلام بالربط بين الوقائع والأحداث التي أصبحت تثير الاهتمام وبين بعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرف عليها على مواقع الخريطة السياسية، فالناس تحتاج إلى أساس لاتخاذ جانب، فالناس تحتاج إلى أساس لاتخاذ جانب ما من القضية (الثقة في الحكومة- المصادقية).
- وضع الأجندة يتم بسرعة وبتزايد عندما يتحدث بعض الأفراد الموثوق فيهم في قضية ما.

10- العوامل المؤثرة في وضع الأولويات:

هنالك مجموعة من المتغيرات التي تؤثر في وضع الأجندة وهي متمثلة في الآتي¹⁷³:

- طبيعة القضايا: يقصد بطبيعة القضايا مدى كونها مجردة (مدركة) أو ملموسة، والقضايا الملموسة هي التي يكون لأفراد الجمهور خبرة مباشرة فيها، وفي هذا الإطار أكد الباحث روكر على وجود تأثير كبير لوسائل الإعلام على القضايا غير الملموسة مقابل القضايا الملموسة.
- أهمية القضايا: افترضت دراسة قام بها كارتر وزملاؤه وجود علاقة ارتباط إيجابية بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية، وزيادة حصولها على أولويات أكبر، وأشارت النتائج إلى زيادة الاهتمام بالقضايا التي تسبب التهديد والخوف مثل: التلوث والإيدز، عن القضايا التي لا تكون تهديدا مباشرا مثل: الإجهاض والحرب النووية.
- الخصائص الديمغرافية: تشير بعض الدراسات إلى وجود علاقة ارتباط بين الخصائص الديمغرافية وترتيب الأولويات، فقد خلصت دراسة "وتني" إلى أنّ متغير التعليم يلعب دورا أساسيا في ترتيب الأولويات نحو القضايا المثارة في وسائل الاعلام،
- الاتصال الشخصي: تستطيع الاتصالات الشخصية تقرير تأثير وضع الأولويات للقضايا التي تحظى بتغطية إعلامية مكثفة، ومن أمثلة على ذلك: دراسة موتز 1987 الخاصة بإدراك الجمهور لقضية المخدرات بوصفها قضية شخصية أو مشكل اجتماعي، ودراسة ويفر 1982 حول دور الاتصال الشخصي في ترتيب أولويات الاهتمام.
- توقيت إثارة القضايا: أشارت دراسات عديدة إلى أنّ وسائل الإعلام تقوم بدورها في ترتيب الأولويات أيام الانتخابات بشكل أقوى منها في غير أوقات الانتخابات.

¹⁷³- حسن عماد مكاري وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص ص 293- 298.

• نوع الوسيلة المستخدمة: يرى الباحث العربي خالد صلاح الدين أنّ الصحف والتلفزيون يحققان وظيفة وضع أولويات الجمهور، ولكن الاختلاف يكمن في المدى الزمني لوضع الأولويات حيث ثبت أنّ التلفزيون يحقق تأثيرات فعالة على المدى القصير، في حين تحقق الصحف تأثيرات أقوى على المدى البعيد.

• المدى الزمني لوضع الأولويات: طبيعة القضية المثارة في وسائل الاعلام قد تفرض زمنا قصيرا أو طويلا للتأثير على الجمهور، ولكن بوجه عام يكون المدى الزمني لوضع الأولويات في التلفزيون أقصر منه في الصحف.

11: الاجراءات المنهجية لتوظيف نظرية ترتيب الأولويات:

تتمثل الإجراءات المنهجية لتوظيف نظرية ترتيب الأولويات في واحدة من ثلاثة¹⁷⁴:

• دراسة المضمون الاتصالي بعد نشره: وهذا يتم بتحديد الخصائص الواقعية الحقيقية التي تنسم بها الأجندة، وهنا يبرز أداء تحليل المضمون.

• دراسة آراء واتجاهات القائمين بالعمليات الانتقائية والقائمين على وضع أجندة هذه الوسائل: وذلك من خلال المقابلات والاستبيان، ويمثل هذا المدخل أضييق المداخل، لأنّه يدرس آراء وتصورات حراس البوابة وقد لا يكون بعضها صحيحا.

• دراسة بنية العمل الإعلامي من الداخل: حيث يتم استخدام الملاحظة بالمشاركة لرصد معايير الانتقاء والاستبعاد.

12- الاتجاهات البحثية الجديدة في دراسة الأجندة:

ظهرت اتجاهات حديثة في دراسات وبحوث نظرية الأجندة منها استخداما على نطاق واسع في مجال الإعلان، وتحول دراسات الأجندة من التجمعية إلى المستوى الفردي، كما أصبح هنالك اهتمام متنام بدراسة المتغيرات المؤثرة في وضع الأولويات.

ويضاف إلى ذلك تطور الأدوات البحثية المستخدمة في دراسة ترتيب الأولويات ومنها إجراء دراسات تعتمد على المنهج التجريبي، كما ظهرت مجالات بحثية جديدة لدراسة الأولويات أطلق عليها بناء الأجندة وهي عملية تجميعية يؤثر فيها كل من وسائل الإعلام والحكومة والمواطنين بعضهم في بعض، أين يهتم مدخل بناء الأجندة بدرجة كبيرة بمعرفة كيفية تطور الموضوعات الواردة بالتغطية في وسائل الإعلام إلى

¹⁷⁴- نسرين حسونة، مرجع سابق، د ص.

قضاياها، وذلك عكس دراسات وضع الأجندة التي تهتم بالعلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، ومع ظهور هذا الاتجاه الحديث انتقلت دراسات أجندة وسائل الإعلام من متغير مستقل إلى متغير تابع. كما قد أسهمت أيضا نظرية الأجندة في وضع نظرية تحليل الأطر الإعلامية التي تعد امتدادا لنظرية ترتيب الأولويات، حيث تهتم نظرية الأطر بدراسة تأثيرات طريقة تناول ومعالجة القضايا المختلفة في أحكام الجمهور واتجاهاته نحو هذه القضايا، كما ظهر اتجاه بحثي جديد بين بحوث الأجندة والأطر بشكل واضح يطلق عليه تسمية *Frame Setting*¹⁷⁵.

ومن الاتجاهات البحثية أيضا ما يعرف بالمنهج الشبكي، وهو منهج يقوم على التعامل مع العالم الشبكي المبعوث في الانترنت باعتباره مجتمعا معقدا متشابكا يتفاعل في الشبكات أو ما يعرف بالواقع السيبراني، وهو المنهج الأنسب لاستخدامه في دراسة بناء الأجندة في البيئة الرقمية الشبكية¹⁷⁶. وفي هذا الإطار تحديدا انقسم الباحثين الى اتجاهين، اتجاه رأى أنّ الانترنت سوف تؤدي إلى انتهاء تأثيرات الأجندة بسبب انقسام وتشتت الجمهور، بين مستخدم وغير مستخدم، بينما رأى الاتجاه الثاني أنّ تشتت الجمهور يمكن القضاء عليه من خلال جعل الأنترنت في متناول كل الأفراد وبالتالي تأثير أجندتها على أجندة الجمهور¹⁷⁷.

13- تحولات نظرية الأجندة في البيئة الإعلامية:

فرضت البيئة الرقمية الجديدة للاتصال معطيات نظرية جديدة، أهمها: أنّ سلطة ترتيب الأجندة لم تعد حكراً على وسائل الإعلام والسياسيين وأصحاب الاستثمارات المادية والمعنوية، والجمهور لم يعد متلقياً بل مستخدماً (User) متفاعلاً ومنتجا للمعنى ومشاركاً في ترتيب الأجندة وفي تأطير المضامين وفي اختيار منصات النشر، أما مفهوم الجمهور فقد تبدل مثلما أسلفنا ولم يعد يعني تلك الحشود أو الأعداد التي لا تربط بين أفرادها روابط أقوى من رابطة التلقي لوسائل الإعلام، بل أصبح هذا الجمهور جمهوراً شبكياً ما أضفى عليه مزيداً من القوة والفاعلية، خصوصاً فيما يتصل بوضع الأجندة، أضف إلى ذلك التفاعلية التي يمارسها الجمهور تجاه كل ما يقال أو يكتب أو يبث في وسائل الإعلام أو في المنابر السياسية. يترتب على ذلك نماذج نظرية لعملية بناء الأجندة مخالفة لما كان معروفاً في البيئة السابقة؛ إذ تميل هذه النماذج لتأخذ شكل الشبكة أو التشاركية في بناء الأجندة.

¹⁷⁵- نسبية فريجات، "أولويات القضايا البيئية لدى إذاعة الوادي المسموعة وجمهورها، دراسة تحليلية لعينة من البرامج البيئية بإذاعة الوادي وجمهورها" من جانفي إلى مارس 2013، أطروحة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الاعلام والاتصال، (2013 / 2014)، ص ص 48، 49.

¹⁷⁶- عزام أبو الحمام، "مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الأجندة في سياق البيئة الرقمية للاتصال والاعلام"، مركز الجزيرة للدراسات، 28 سبتمبر 2020، ص 11.

¹⁷⁷- ليندة ضيف، مرجع سابق، ص 23.

وعلى هذا النحو فإنّ عملية بناء الأجندة في البيئة الرقمية تؤكد على أن الفاعلين في بناء الأجندة أصبحوا يتوزعون أفقياً بعد أن كان التوزيع تراتبياً هرمياً يبدأ بالسياسيين، ونحن لا نفترض ثبات هذا التوزيع أو المسافات، فالبيئة الرقمية لا ثبات فيها ولا استقرار، وكل قضية وكل مرحلة تكتسب خصوصيتها في السياق الآتي. ولا يعني هذا انتقالاً ميكانيكياً من نقطة وسائل الإعلام إلى منصة الجمهور، بل سنعرف أن البيئة الشبكية هذه لم تلغ سلطة وسائل الإعلام الجماهيرية، لكنها قسمت كل شيء في عملية الاتصال، وجزأت الجمهور فيما يُعرف بالتجزئة أو التشتطي (Fragmentation) داخل الشبكة، وتجزأ القائمون بالاتصال والوسائل التي يبثون أو ينشرون من خلالها، وبالتالي تجزأت الموضوعات والقضايا بما قضى على ظاهرة التمرکز (Centralization) والهرمية (Hierarchical) واحتكار سلطة ترتيب الأجندة وبناء الأطر¹⁷⁸.

وكان من التطورات المفهومية والنظرية ما ظهر من مفاهيم جديدة منها مفهوم "دمج الأجندة" (Agenda Melding)، وقُدِّم في وقت لاحق من قبل شو وزملائه، ويُعرّف هذا المفهوم بأنه العملية التي يقوم فيها أفراد الجمهور باستنتاج أو بناء أجندة الأحداث الخاصة بهم بعد الاطلاع على المصادر المختلفة للمعلومات والأخبار بما يتناسب مع إدراكهم وتفضيلاتهم الفردية، ويتصل بذلك ما يتحقق من تأثير السمات أو الأطر، غير أن الجمهور في هذه الحالة يكون في حالة إيجابية وليس في موقع المتلقي فحسب؛ لأن عملية الدمج هذه تعني أيضاً أن أفراد الجمهور يقومون بأنفسهم على عملية الاختيار والاستنتاج أو البناء لجدول الأجندة، وقد وفرت البيئة الرقمية الشبكية الشروط المثلى لكل هذه الأنشطة¹⁷⁹.

14- الانتقادات الموجهة للنظرية:

وجه كارجيه وزملاؤه العديد من الانتقادات لنظرية الأجندة يمكن إجمالها في النقاط الآتية الذكر¹⁸⁰:

- تعدد الأساليب المنهجية المستخدمة في إجراء هذه البحوث.
- ضيق المجال الذي تتحرك فيه هذه البحوث.
- إغفال الطبيعة التراكمية التي تبثها وسائل الإعلام، والتركيز على الآثار قصيرة الأمد.

¹⁷⁸ - عزام أبو الحمام، "مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الأجندة في سياق البيئة الرقمية للاتصال والاعلام، مركز الجزيرة للدراسات، العدد 7، 2020، في: <https://lubab.aljazeera.net/article/%D9%85%D8%B1%D8%A7%D8%AC%D8%B9%D8%A9-%D9%86%D9%82%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%B1%D8%AA%D9%8A%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AC%D9%86%D8%AF%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%B3>

¹⁷⁹ - المكان نفسه.

¹⁸⁰ - حسن عماد مكاي وليلى حسن السيد، مرجع سابق، ص 298، 299.

- غياب الأسس النظرية التي تركز عليها هذه البحوث، لأنها تركز على موضوعات وقضايا متخصصة، بدلا من فحص مجالات الاهتمام الممكنة التي تنقلها وسائل الإعلام لعامة الناس،

كذلك أشار كل من روجرز وديرنج على ضرورة اهتمام الباحثين بما يلي:

- ضرورة فهم العمليات المعرفية المتضمنة في عملية وضع الأولويات على المستوى الفردي.
- وضع مؤشرات للواقع لتحديد مدى بروز القضايا سواء كان ذلك على مستوى وسائل الاعلام أو على مستوى الجماهير.
- اختيار تصميمات بحثية تسمح بالتحكم في المتغيرات الأخرى المحتملة في عملية وضع الأولويات.

المحاضرة الثانية عشر: نظرية التأيير الإعلامي

تعتبر نظرية التأيير الإعلامي واحدة من أكثر النظريات الاتصالية استخداما في حقل علوم الاعلام والاتصال كونها تهتم بتحليل تغطية وسائل الاعلام والاتصال للقضايا المختلفة، أين ترى النظرية أنّ الاعلام يسعى إلى تشكيل تصور الجمهور تجاه قضية معينة في إطار يبرز من خلاله أشياء ويخفي أخرى بغية جعل الجماهير تتبنى موقف يتماهى مع أجندته.

○ الأهداف المحددة:

تهدف المحاضرة إلى ضمان:

- ✓ فهم الطالب للأفكار الرئيسية لنظرية التأيير الإعلامي.
- ✓ استيعاب الهدف من تأيير الاعلام للخبر.
- ✓ تحليل الطريقة التي يتم من خلالها تأيير الأخبار.
- ✓ القدرة على توظيف النظرية في تفسير القضايا الاتصالية ذات الصلة بعملية التأيير الإعلامي.
- ✓ استنتاج مدى نجاعة أفكار النظرية في ظل البيئة الرقمية.

1- تعريف ونشأة نظرية التأيير الإعلامي:

الإطار الإعلامي هو عبارة عن عملية تفاعلية بين مكونات العملية الاتصالية بهدف إبراز جوانب متعددة من القضية المطروحة، وإغفال جوانب أخرى، بما يتناسب وأيديولوجية القائم بالاتصال بهدف تفسير الأحداث وتحديد المشكلات وتشخيص الأسباب والبحث عن حلول وتأييرها بما يتوافق مع السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية. فالإطار الذي تقدمه القصة الاخبارية أو تعرض به يؤثر على إدراك

الجمهور لها، غالبا ما يكون متحيزا بسبب انتقاء جانب معين من الواقع وتجاهل أو تهميش سائر الجوانب الأخرى وصرف الانتباه عنها، والإطار لا يصنع المحددات الخارجية للموضوع فقط، بل يملئ تنظيميا بعينه للمعلومات المتعلقة بالموضوع. حيث تسمح عملية التأطير الاعلامي باختيار بعض الجوانب في الواقع المحرك والتركيز عليها وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي، وذلك للتعريف بمشكلة معينة وتقديم التفسير السببي والتقييم العقلي لها ومعالجة الاقتراحات الخاصة بالموضوع المطروح¹⁸¹.

ويعرف جوفمان الإطار الإعلامي بأنه بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لتجعل الناس أكثر إدراكا للمواقف الاجتماعية في وقت ما، فهي إذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة ادراكات الناس ومؤثراتهم الاقناعية. ويرى إنتمان المنظر الأبرز لنظرية التأطير الإعلامي أنّ تأثير الأطر الإعلامية على الرسالة لا يتم عبر تشكيل الإطار بشكل متعمد فقط بل يتحقق بالحذف والتجاهل والاعمال المقصود وربما غير المقصود من القائم بالاتصال، أي أنّ عملية التأطير تؤثر في: القائم بالاتصال، نص الرسالة، جماهير المتلقين، الإطار الثقافي والاجتماعي¹⁸². وبشكل عام يعرف الإطار الإعلامي بأنه "فكرة تنظيمية مركزية لمحتوى الأخبار توفر سياقاً وتشير إلى ماهية القضية من خلال الاختيار، التأكيد، الاستبعاد، التوضيح"¹⁸³.

وقد أصبح مصطلحات "الأطر"، "التأطير"، "الإطار" أكثر شيوعاً خلال العقود الأخيرة في مجالات بحثية عديدة مثل الإعلام، علم الاجتماع، العلوم السياسية ودراسة الحركات الاجتماعية، أين تفترض نظرية الأطر الإعلامية أنّ الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهاً من خلال وضعها في "إطار" يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق، وذلك بالتركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.

وقد نشأت نظرية الأطر الخبرية على يد عالم الاجتماع قوفمان Gofman الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مدركاتهم وبحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية وذلك عن طريق اختيار أطر إعلامية مناسبة تضفي على المضمون معنى ومغزى، والهدف من وضع نظرية الأطر الاعلامية هو تقديم نسق منظم حول

¹⁸¹ - إبراهيم علي بسبوني محمد، "الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية: دراسة تحليلية"، مجلة البحوث الإعلامية، الجزء 4، العدد 55 (2020)، ص ص 2163، 2164.

¹⁸² - تحليل الإطار الإعلامي، في:

<file:///C:/Users/pc1/Downloads/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D8%B7%D9%8A%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A.pdf>

¹⁸³ - Maxwell McCombs and Sebastián Valenzuela, "The Agenda-Setting Theory", **Scientific Information System Network of Scientific Journals from Latin America**, the Caribbean, Spain and Portugal Non-profit academic project, developed under the open access initiative, 2007, p 47.

طريقة استخدام التوقعات قصد تفسير وإضفاء معنى لمواقف الحياة اليومية للأشخاص. وهذا يكون Goffman أول من استخدم مصطلح "الأطر" بوصفه أداة يتم توظيفها لتصنيف وتنظيم الخبرات والمعلومات المختلفة، في كتابه "تحليل الأطر" وهو بذلك يعتبر مؤسس هذه النظرية، ويعتبر روبرت انتمان أول من حاول تأصيل النظرية في الدراسات الإعلامية، حيث يعود له الفضل في أول تطبيق عملي يتسم بالدقة النظرية والمنهجية في دراساته، أين ربط بين تحليل الأطر وتمثيل المعلومات.

وتعتبر الأطر الخبرية امتداد لنظرية "وضع الأجندة"، وذلك من خلال تفسير الباحثين للمستوى الثاني لـ "نظرية وضع الأجندة"، الذي يصف تأثير السمات البارزة الموجودة في التغطية الاخبارية على الجمهور، وتفسير القصص الخبرية المقدمة في وسائل الإعلام، وحسب وجهة نظر العديد من الباحثين تعد نظرية الأطر المستوى الثاني من النظرية الأم "نظرية وضع الأجندة" وبأنها جزء لا يتجزأ منها، وتشارك نظرية الأطر الإعلامية مع نظرية وضع الأجندة في التركيز على العلاقة بين القضايا السياسية العامة في الأخبار وإدراك الجمهور لهذه القضايا، غير أنّ نظرية الأطر تزيد عن نظرية وضع الأجندة عما يتحدث أو يفكر الجمهور من خلال بحث كيفية تفكيرهم وحديثهم عن القضايا المثارة في الأخبار، فنظرية ترتيب الأولويات تهتم ببروز القضايا بينما نظرية الأطر تهتم ببروز سمات هذه القضايا، ومن ثم فهي تؤثر على معارف الأفراد من خلال التأكيد على قيم وحقائق معينة، وإعطائها الأهمية مما يساعد على سرعة إدراك الجمهور لها وتذكرها بسهولة¹⁸⁴.

2- افتراضات نظرية الأطر الإعلامية:

يقوم الفرض الرئيسي لهذه النظرية على أنّ الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنّما تكتسب مغزاهما من خلال وضعها في إطار Frame يحددها وينظمها ويضفي عليها قدرا من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة، بينما هي تقوم على مجموعة من الفروض الفرعية وهي كالتالي¹⁸⁵:

- وسائل الإعلام تحدد اهتمام الرأي العام بموضوعات محددة، فهي تقرر ما الذي يجب أن يفكر فيه الجمهور، والصحفيون هم اللذين يختارون هذه الموضوعات.

¹⁸⁴- نصيرة تامي، "التموقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية قراءة في الأبعاد والاستخدامات"، مجلة معارف، المجلد 17، العدد (2022)، ص ص 892، 895.

¹⁸⁵- جوزيف أنطون ميري، "دور قنوات التلفزيون الحكومية والخاصة في تشكيل معارف الشباب واتجاهاته نحو قضايا الأمن القومي المصري"، ص ص 476، 477. في: https://joa.journals.ekb.eg/article_80275_14fc8f2a6b26e919d50ab9c257feb44a.pdf

- عندما يتم تقديم خبر ما فإنه يحدث ما هو أكثر من مجرد تقديم هذا الخبر، حيث أنّ الطريقة التي يجهز بها الخبر والإطار الذي يقدم من خلاله هو من اختيار الصحفيين أيضا.
- الأطر تشير إلى الطريقة التي تنظم وتقدم بها وسائل الإعلام وحراس البوابة الإعلامية الأحداث والقضايا، كما تشير أيضا إلى الطريقة التي يفسر بها الجمهور ما يقدم لهم من معلومات وأخبار.
- إنّ الأطر ما هي إلا نوايا مختصرة مختزلة Abstract Nations والتي تساعد على تنظيم وبناء المعاني الاجتماعية.
- إنّ الأطر تؤثر على إدراك الجمهور للأخبار وبهذا فإنّ نظرية الأطر تحدد ليس فقط ما نفكر فيه وإنّما أيضا كيف نفكر فيه؟

3- أهمية نظرية التأطير الإعلامي:

تبرز أهمية الأطر الإعلامية في إمكانية إنتاج قصص خبرية وإبراز جوانب معينة من الواقع وعزل جوانب أخرى، كما أن الأطر تحدد مدى ملاحظة وفهم الأفراد للمشكلة، وكيفية تقييمهم لها وتصرفهم إزاءها، فتأطير الأحداث والأخبار في وسائل الإعلام يمكن أن يؤثر بشكل منظم في كيفية فهم المتلقين للأخبار، كما أن تركيز الإطار على إبراز معلومات معينة يزيد من إمكانية إدراك المتلقي لها، وإدراك معناها ومن ثمّ معالجتها وتخزينها في ذاكرته¹⁸⁶.

4- الإطار الخاص بالنص الصحفي¹⁸⁷:

يمكن النظر إلى الإطار الخاص بالنص الصحفي من خلال عناصره البنائية والتي تتكون من: العناوين الرئيسية والفرعية، استخدام الصورة والتعليق عليها، الأدلة المقدمة، اختيار المصدر، الاقتباسات، الشعارات، الاحصائيات، البيانات، الفقرات الختامية. أين يمكن النفاذ من خلالها إلى المحتوى الضمني للنص ودلالته، الأمر الذي تتكامل معه الرؤية التحليلية تجاه القضايا اختلاف أنواعها ودرجة أهميتها.

وقد طرح بان وكوزيكي أربع أدوات رئيسية لتحليل أطر الأخبار المقدمة عبر وسائل الإعلام وهي: الأبنية التركيبية- الأبنية الصياغية والنصية- الأبنية الموضوعية- الأبنية البلاغية. كما ذكر جامسون خمس أدوات لعرض الأطر على اعتبار أنّها تمثل جزءا من هذه الفئة البنائية للأطر وهي: الاستعارات والأمثلة التشبيهية- عبارات الإثارة- عبارات الوصف والتصوير- الصور المرئية.

¹⁸⁶ - "التأطير الإعلامي وصياغة الخبر"، موقع رسالة الجامعة، في: <https://rs.ksu.edu.sa/issue-1295/5084>

¹⁸⁷ - "التأطير الإعلامي والأيدولوجيا في الصحافة الإيرانية"، المركز العربي للبحوث والدراسات، في: <http://www.acrseg.org/41966>

ويمكن عرض العناصر الرئيسية التي تركز عليها نظرية التأطير الإعلامي في ما يلي:

- القائم بالاتصال: هو من يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومة، أين يقوم بالحصول على المعلومة أو الخبر حتى يقوم بصياغتها أو إعدادها للنشر أو الإذاعة وإرسالها مرة أخرى للجمهور. (قد يكون القائم بالاتصال هو مصدر المعلومة والفكرة وربما يكون مصدرها شخصا آخر).
- المحتوى أو النص: يتضمن الأطر التي تبرز من خلال حضور أو غياب كلمات أساسية، وتراكيب معينة، وصور نمطية، ومصادر المعلومات، والجمل التي تتضمن حقائق وأحكام معينة.
- المتلقي: يعتبر أهم حلقة في عملية الاتصال، فالقارئ هو الشخص المهم عندما نكتب، والمستمع هو الشخص المهم عندما نتحدث، أين يقوم المتلقي هنا بعملية تنقية حسب سماته النفسية والاجتماعية، ومستوى تعليمه واتجاهاته. إذن النص أو الخبر يكون تحت سلطة القارئ أو المستمع أو المشاهد.
- الثقافة: وهي السياق العام الذي تُستمد منه الأطر التي يتم توظيفها، باعتبارها معالم ثقافية مُنظمة، وثابتة في الواقع الاجتماعي اليومي.

5- المتغيرات المتحركة في تحديد الإطار الإعلامي:

يتحكم في تحديد الإطار الإعلامي خمس متغيرات أساسية وهي كالآتي¹⁸⁸:

- مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام.
- نوع مصادر الأخبار.
- أنماط الممارسة الاعلامية.
- المعتقدات الأيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال.
- طبيعة الأحداث.

6- آليات التأطير الإعلامي:

تتمثل آليات التأطير الإعلامي في العناصر الآتية الذكر¹⁸⁹:

- آلية البروز: وتعني أنّ هنالك عناصر معينة في القصة الخبرية يتم التأكيد عليها لتقديم معنى رئيسي، وتتحقق آلية البروز من خلال الموقع والتكرار والربط بين القضية وقضايا أخرى، وهنالك بعض العوامل

¹⁸⁸- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 350.

¹⁸⁹- نصيرة تامي، مرجع سابق، ص ص 896-898.

المؤثرة على إحداث تأثير آلية البروز والمتمثلة في: طبيعة القضية وأهميتها وطبيعة الأحداث الأخرى المحيطة بالقضية البارزة، حجم وطبيعة التغطية الاخبارية للقضية، الأهمية المدركة للقضية.

● آلية الانتقاء: عملية اختيار الأخبار تتم وفق معايير مهنية وذاتية ومؤسسية وثقافية يقوم بها القائم بالاتصال أو الوسيلة الاعلامية عند تغطية أو معالجة حدث أو قضية أو شخصية ما وذلك بالتركيز على جوانب معينة أو إغفال جوانب أخرى على المستوى البنائي للموضوع أو الحدث أو القضية، ويكمن جوهر تحديد الإطار بآلية "الانتقاء" في الحجم بمعنى التعظيم والمبالغة في التركيز على عناصر بعينها في القصة الخبرية أو إغفال تلك العناصر أو التقليل من شأنها ضمن السياق الإخباري للقصة.

ويرى إنتمان أنّ الأطر الخبرية تتشكل وتتجسد في أدوات وآليات بطريقة محددة:

الكلمات الرئيسية، الوصف المجازي "الاستعارات"، المفاهيم، الرموز، الصور المرئية، ويتم التركيز على هذه الأدوات في سياق السرد الخبري لقضية أو حدث ما، فمن خلال التكرار لكلمات وصور معينة سيتم بذلك الإشارة إلى أفكار معينة واستبعاد أفكار أخرى وجعلها مهمشة وغير محسومة تماما. ويعمل التكرار والموقع وتدعيم ارتباط الأفكار مع بعضها البعض على ترسيخ تفسير واحد للقضية أو الحدث الأكثر شمولاً ووضوحاً، والأكثر قابلية للتذكر من قبل الجمهور من التفسيرات الأخرى.

7-أنواع الأطر الإعلامية:

يصنف Adam Simon و Shanto Lynegar الأطر الإعلامية إلى¹⁹⁰:

- أطر محددة: تركز على شرح القضايا المثارة من خلال طرح نماذج ملموسة ووقائع محددة مثل حادث اغتيال، انفجار مبنى...
- أطر مجردة: يعالج القضايا المثارة في سياق مجرد أو يتسم بالعمومية مثل إرجاع الأسباب إلى الأوضاع الاقتصادية السائدة أو التغيرات الاجتماعية أو المتغيرات الدولية.

صنف كل من Valkenburg و Sumiko عددا من الأطر الخبرية البارزة التي تستخدم بشكل مستمر

من قبل العديد من الدراسات الخاصة بالأطر الإعلامية وهي¹⁹¹:

¹⁹⁰- فلك صبيرة، نظرية التأطير الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة دمشق، في:

https://www.academia.edu/34656987/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B7%D8%B1_docx

¹⁹¹- إبراهيم علي بيسوني محمد، مرجع سابق، ص 2165.

- إطار الصراع: وينتشر استخدام هذا الإطار في التغطيات الاخبارية ويعكس عنصر الصراع بين طرفين متضادين، سواء كانت بين أفراد أم جماعات، أم غيرها.
- إطار الاهتمامات الانسانية: ويختص بالأبعاد الانسانية للقضية المطروحة، حيث يعكس البعد العاطفي والجانب الشخصي لموضوع النغطية.
- إطار النتائج الاقتصادية: ويركز هذا الإطار على الجانب الاقتصادي وتأثيراته المختلفة سواء المتعلقة بالفرد أو المجتمع ككل.
- إطار المسؤولية: ويربط هذا الإطار بين الأفراد أو الجماعات أو الحكومات وبين المسؤولية عن حل القضية المطروحة والحل المتوقع لها.

8-نظرية التآطير الإعلامي في البيئة الرقمية:

تشير نظرية التآطير إلى الأطر التواصلية باعتبارها أعرافاً اجتماعية/ثقافية لوحداث الخطاب التي يُنشئها/يتفاوض عليها المستخدمون حالياً، والتي تُحدد علاقات وأفعال الفاعلين الاجتماعيين في سياق مسؤولياتهم الاجتماعية/السياسية/الأخلاقية، وقد نجحت هذه العملية البنائية الاجتماعية تاريخياً في إرساء اللغة واستخدامها في كتب الأدبيات المختلفة، وكذلك في لغة التواصل الشخصي اليومية، وقد أحدث ظهور وسائل الاعلام الجديدة واليومية ثورة في استخدام التآطير من خلال توسيع وتعزيز سلطة المؤلفين المُحددة للمجتمع ككل. في حين أن هذه العملية تُشير إلى إمكانية احتكار الأطر الاجتماعية/الثقافية، إلا أنها تُشير أيضاً إلى تجزئة واقع اجتماعي مُتفق عليه على أساس الحدود الطبقيّة/الجماعية، وبالتالي إحداث تحولات أيديولوجية استقطابية. تُشكّل عملية بناء اللغة واستخدامها منافسةً اجتماعيةً لغوية يومية بين ممثلي وسائل الإعلام والمجموعات الاجتماعية. واليوم، لا تُستخدم الأطر في نصوص وسائل الإعلام فحسب، بل تُستخدم أيضاً في مواقف أخرى من التواصل بين الأشخاص، والتي قد تستخدم رسائل كالصور واللقطات وغيرها وما يرتبط بها من علاقات¹⁹².

في حين أنّ النظريات الراسخة التي حاولت تفسير ديناميكيات عمل وسائل الإعلام التقليدية لا تزال تُستخدم لفهم بعض جوانب وسائل الإعلام الجديدة، إلا أن أنماط استخدام وتفاعل منصات وقنوات التواصل الاجتماعي المختلفة تطلبت وأسست مناهجها الاجتماعية والسياسية والنفسية الجديدة للدراسة. من ناحية أخرى، لا تزال التطورات في هذا المجال تتغير بسرعة. فوسائل التواصل الاجتماعي تستخدم على نطاق واسع من قبل مختلف المستخدمين المؤسسيين والأفراد لأغراض متنوعة في سياقات متنوعة، مما

¹⁹²- Salih Guran and Huseyin Ozarlan, "Framing Theory in the Age of Social Media", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Number 48, 2022, p 452.

يُتيح تطبيقها على مجالات ومواضيع ومناهج بحثية غير محدودة تقريباً. لذا فإن سعة المفاهيم التي انتقدتها الكثيرون باعتبارها "تجزئة" مفاهيمية تتيح مرونة واسعة حتى خارج نطاق دراسات الإعلام. كل هذا يجعل تحليل الأطر أحد أنسب الأدوات للبحث القائم على وسائل التواصل الاجتماعي.

9- الانتقادات الموجهة للنظرية:

يرى كل من Baran و Davis أن نقاط الضعف في النظرية تتمثل في¹⁹³:

- مرونتها تجعلها تفتقر إلى التحديد.
- ليست لديها القدرة على تحديد مدى وجود أو غياب التأثيرات.
- تحول دون التفسيرات السببية بسبب اعتمادها الأكبر على المناهج الكيفية.
- يؤخذ على النظرية عدم وجود نموذج فكري مشترك متفق عليه من قبل الباحثين في دراسة النظرية، نظراً للجدل القائم حول مفهوم الإطار وطرق قياسه.
- هناك عدد من الاتجاهات في بحوث التأطير تجاهلت العلاقة بين أطر وسائل الاعلام والعوامل المتعلقة بالسلطة السياسية والاجتماعية، وهذا الاغفال ناجم عن عوامل عدة تتضمن مشكلة تعريف الأطر، الفشل في دراسة سياقات التأطير من سياقات اجتماعية وسياسية أوسع، والتقليل من شأن التأطير كشكل للتأثيرات الإعلامية.
- عدم وجود تحديد دقيق للحدود الفاصلة بين أنواع الأطر المختلفة مما يجعلها مسألة تخضع لانطباعات الباحثين.
- الإطار يبقى قائماً بتأثير عوامل مختلفة.

المحاضرة الثالثة عشر: نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

على عكس النظريات الاتصالية السابقة أولت نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام أهمية كبيرة للنظام الاجتماعي في تفسير العلاقة بين وسائل الاعلام والجمهور، لذا تم التركيز في التحليل على العلاقة التي تجمع بين المجتمع والوسيلة والجمهور.

○ الأهداف المحددة:

في نهاية المحاضرة سيكون الطالب قادراً على:

✓ فهم واستيعاب الأفكار الرئيسية للنظرية.

¹⁹³ - عبد الرزاق الديلمي، مرجع سابق، ص 224.

- ✓ معرفة متى يزيد ويقل اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام.
- ✓ تحليل الظواهر الاتصالية المرتبطة بعنصر التأثير بناء على طبيعة العلاقة الاعتمادية بين النظام الاجتماعي، ووسائل الاعلام، والجمهور.
- ✓ توظيف النظرية في البحوث والدراسات ذات الصلة بالعلاقة التكاملية والاعتمادية بين الأنظمة الإعلامية، والسياسية، والاقتصادية، والاجتماعية.
- ✓ تقديم اقتراحات تصب في إطار مراجعة نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في البيئة الرقمية.

1-تعريف نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

ظهرت نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام كرد فعل على اهتمام كل من ساندرا بول روكيتش وملفين ديفلر عام 1972 بعدد من التفسيرات البديلة لاستخدام وسائل الاتصال، أين طرح كل منهما أهمية المنظور الاجتماعي في النظر إلى العلاقة بين الوسيلة الاتصالية والجمهور المستخدم، ومن هنا بدأ الاهتمام ببيئة الاتصال إلى جانب الوسيلة والجمهور. وبذلك تبلورت نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام وهي ذات مرجع نفسي اجتماعي تنتمي إلى نظريات التأثير المعتدل لوسائل الاعلام¹⁹⁴.

وهي عبارة عن مقارنة اجتماعية تحاول تحديد تحت أي من الشروط يصبح الأفراد تابعين لوسائل الاتصال الجماهيري، وما هي الأسباب التي تجعل لهذه الوسائل تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نسبياً، أين حاول رواد هذه النظرية ابراز العلاقة المتزايدة المتبادلة بين نظام الوسائل ونظم اجتماعية أخرى والجمهور في إطار تركيب عضوي، إنَّ هذا التفاعل يؤثر على محتوى وسائل الاعلام والاتصال، ومن خلالها على تبعية الجمهور لها¹⁹⁵.

وتعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام نظرية مشابهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات فكلاهما يركزان على العلاقة بين الأهداف الفردية والنظام الاعلامي، وهما نظريتان تتبعان مداخل وظيفية اجتماعية، ويمكن القول أنّ نظرية الاعتماد هي نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره مركبا تسود بين أجزائه ارتباطات، ومن ثم تحاول تفسير هذه الارتباطات والعلاقات¹⁹⁶.

¹⁹⁴- هشام رشدي خبير الله، محاضرات في نظرية الاعلام جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والاعلام، د س ن، ص 171.

¹⁹⁵- بشير العلق، نظريات الاتصال (مدخل متكامل)، ص 73، في:

https://ia802906.us.archive.org/1/items/20200409_20200409_1317/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84%20%D9%85%D8%AF%D8%AE%D9%84%20%D9%85%D8%AA%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%84.pdf

¹⁹⁶- عمار خلايفية، "تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في فضاءات الاعلام الجديد"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3، العدد 3 (2022)، ص 43.

يرى رواد هذه النظرية أنه من أجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الاعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي، والسياسي، والديني حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة، ومن هنا وضع ديفلر وروكيتش نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الاعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عرف بنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام. ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي "أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف يزيد قوته في حال تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، إضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال، والمجتمع، والجمهور¹⁹⁷.

في هذا السياق يرى رواد هذه النظرية أنه لا ينبغي إساءة فهم "الاعتماد" على أنه ظاهرة مرضية تتعلق بالإفراط في استخدام وسائل الإعلام أو إدمانها. بل يُفهم بشكل أفضل على أنه العلاقة الهيكلية التي تربط الأفراد بوسائل الإعلام في حياتهم اليومية، حيث إذا هيمنت وسائل الإعلام على الموارد المعلوماتية التي يحتاجها الأفراد لتحقيق أهدافهم اليومية، فمن المرجح أن يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام، وهذا من شأنه أن يزيد من قوة وسائل الإعلام في التأثير على الجوانب المعرفية والانفعالية والسلوكية للأفراد¹⁹⁸.

2-نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

اهتم بعض الباحثين في العشرينيات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساساً إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الاعلام، إضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة، كما أوضح الكثير من من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الاعلام والنظم الاجتماعية والمؤسسية في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل، ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على يد ساندرابول روكيتش وزملائها عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات"، أين طالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الاقتناع لوسائل الاعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الاعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الاعلام أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الاعلام والأنظمة الاعلامية الأخرى. ومن هنا تبلورت نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام¹⁹⁹.

¹⁹⁷- خضرة عمر المفلح، الاتصال: المهارات والنظريات وأسس عامة، (الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع، د س ن)، ص 114.

¹⁹⁸-Yong- Chan kim, "Media System Dependency Theory", 2022, in :

https://www.researchgate.net/publication/345737612_Media_System_Dependency_Theory, p5.

¹⁹⁹- عمار خلايفية، مرجع سابق، ص 43.

ويمكن تلخيص مراحل تطور نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في النماذج التالية:

✓ نموذج الاعتماد الأولي 1976:

قدم ميلفن ديفلير وساندرا بول روكيتش نموذج الاعتماد الأول عام 1976، حيث عرض النموذج العلاقة بين العناصر الثلاث لمكونات النظرية (الإعلام . المجتمع . الجمهور) بشكل متداخل وتختلف هذه العلاقة من مجتمع إلى آخر ، وطبيعة وسائل الإعلام، وتنوع واختلاف حاجات الجمهور ، بالإضافة إلى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي يحدثها اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام و يفسر النموذج طبيعة العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور كالتالي:

● وسائل الاعلام: تختلف وسائل الإعلام من مجتمع إلى آخر من حيث درجة تطورها، وكلما كانت وسائل الإعلام لديها القدرة على إشباع احتياجات الجمهور، وكانت أكثر مركزية وتنوع وأهمية للمجتمع، يزداد اعتماد المجتمع عليها.

● النظام الاجتماعي: تختلف طبيعة كل مجتمع عن الآخر، من حيث درجة الاستقرار أو القدرة على مواجهة الأزمات الطارئة ، أو تبعاً لحالة انهياره نتيجة الأزمات الاقتصادية أو ثورات أو حروب فكلما زادت حالة عدم الاستقرار في المجتمع ، زادت حاجة الأفراد إلى المعلومات وبالتالي الاعتماد على وسائل الإعلام ، أي الجمهور ويصبح أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام الموجودة في المجتمع في فترات التغيير وعدم الاستقرار.

وبالتالي فإن الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية يتعدد بتعدد هذه النظم كالأُسرة والدين والمؤسسة التعليمية والاقتصادية والعسكرية، وأهمها النظم السياسية للإعلام في الجوانب التالية:

- غرس وتدعيم القيم السياسية والمعايير المتنوعة (حرية، فاعلية، تصويت،..
- التحكم والفوز بالصراع داخل الدولة كصراع الأنظمة ومعاركها وانتصار الحقوق التشريعية والتنفيذية.
- أما علاقة النظام الإعلامي بالسياسة فتنشأ لأن الأهداف الإعلامية تنال مكاسب عدة من مصادر النظام السياسي مثل:

- حماية للسلطة القضائية وتسهيل نيل الحقوق الإعلامية.

- حماية السلطة التشريعية.

- الحصول على الشرعية.

• **الجمهور:** يختلف الجمهور في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، فمثلا جمهور الصقوة يتمتع بمصادر معلومات متنوعة بصورة أكثر من الجمهور العام الذي يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها أحد مصادر الأساسية.

ويختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة الاختلاف في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية. فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم.

فالفرد يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، ويحتاج إلى التسلية والترفيه كهدف أيضاً في نفس الوقت إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام أكثر مما هي عليه ، ولكنهم يستطيعون تحديد ما لا ينشر من رسائل ، لأن وسائل الإعلام تحدد ما ينشر أو لا ينشر بناء على العلاقة الدائرية مع أفراد المتلقين مثلها مثل النظم الاجتماعية ، ويظهر بالتالي تأثير الخصائص والسمات الفردية والاجتماعية على تطوير هذه العلاقة الدائرية مع وسائل الإعلام²⁰⁰.

✓ النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد 1982:

يوضح التداخل الكبير بين العناصر الرئيسية للعملية الاتصالية (وسائل الاعلام- المجتمع- الجمهور) ويقدم مجموعة معقدة من المتغيرات التي تؤدي إلى تأثير وسائل الاعلام التي تظهر نتيجة الاعتماد المتبادل بين وسائل الجمهور والنظم الاجتماعية الأخرى²⁰¹.

✓ النموذج الادراكي لنظرية الاعتماد (1989):

يبدأ هذا النموذج بفرد يتفحص وسائل الاعلام بدقة، ليقرر بفعالية ما يرغب في الاستماع إليه، أو مشاهدته، أو قراءته، أو بشخص يتصل بشكل عرضي بمحتويات وسيلة إعلامية. حيث أن علاقات الاعتماد المتبادلة بين الجمهور ووسائل الاعلام تساعد على تفسير آثار تعرض الأفراد للرسائل الاعلامية.

حيث كلما زادت الحاجة أو قوة الاعتماد زادت الاستثارة المعرفية والوجدانية، وتتمثل هذه الاستثارة في جذب الانتباه إلى مضمون الرسالة أو الاعجاب أو عدم الاعجاب مثلا، وتختلف قوة الاعتماد

²⁰⁰ - "نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام"، 08 ديسمبر 2013، في: <http://constantine3.blogspot.com/2013/12/mass-media-dependency-theory.html>

²⁰¹ - خضرة عمر المفلح، مرجع سابق، ص 119.

على الوسائل باختلاف الأهداف الشخصية، المستويات الاجتماعية، توقعات الأفراد فيما يخص الفائدة المحتملة من محتويات وسائل الاعلام من مدى سهولة الوصول إلى المضمون²⁰².

3- افتراضات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

- تختلف الأنظمة الاجتماعية وفقا لدرجة استقرارها، وكلما زادت حالات التغيير وعدم الاستقرار في المجتمع زاد اعتماد الأفراد على وسائل الاعلام للحصول على المعلومات لكشف الغموض وزادت أهمية وسائل الاعلام في حياتهم.

- وجود علاقة متبادلة ثلاثية بين الجمهور ووسائل الاعلام والمجتمع، وهي التي تحدد الكثير من التأثيرات التي تحدثها وسائل الاعلام في المجتمع.

- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الاعلام نتيجة لاختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

- تختبر العلاقة بين النظم الاجتماعية والمؤسسات الاعلامية والجمهور كيف يتفاعل كل منهم مع الآخر ويؤثر فيه ويتأثر به. وتقيس نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام تأثيرات وسائل الاعلام على اتجاهات الجمهور.

- تشير النظرية إلى أنّ الأفراد يزداد اعتمادهم على مصادر المعلومات من وسائل الاعلام في أوقات الصراع والتغير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، كما تشير النظرية إلى زيادة الاعتماد على مصادر المعلومات المتاحة عند غياب البدائل الأخرى للحصول على المعلومات²⁰³.

4- ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على ركيزتين اساسيتين هما: الأهداف والمصادر:

✓ الأهداف: يرى كل من ديفلر وروكيتش أنّ الأهداف التي يسعى الافراد إلى تحقيقها هي²⁰⁴:

● الفهم: ويقصد به معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبراتن وذلك بالاحتكاك المباشر بالنظام الاجتماعي، وكذلك الفهم الاجتماعي للبيئة المحيطة ومحاولة تفسيرها.

²⁰² - المرجع نفسه، ص ص 123، 124.

²⁰³ - ماجدة أبو الفتوح محمد الحريري، "اعتماد الشباب الجزائري على برامج التوك شو بالقنوات الفضائية الحكومية والقنوات الخاصة كمصدر للمعلومات حول تنمية القرية المصرية"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، الجزء 1 (جولية/ ديسمبر 2023)، ص 114.

²⁰⁴ - نهى عبد المقصود، "نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام: الأسس والمنطلقات"، المعهد المصري للدراسات، 21 نوفمبر 2018، ص 3.

● التوجيه والارشاد: وتعني التفاعل بين الأفراد في المجتمع بما يضمنه من توجيه ذاتي باتجاه القرارات المناسبة مثلا أو المشاركة السياسية، وكذلك التوجيه الجماعي التفاعلي كما في كيفية التعامل مع المواقف الجديدة أو الطارئة.

● التسلية والهروب: ويعنى هنا بالتسلية المعنى السلبي أو ما يطلق عليه التسلية المنعزلة مثل التماس، الراحة، الاسترخاء. بينما يقصد بالهروب التسلية الاجتماعية وذلك بالتعامل المكثف مع وسائل الاعلام بالذهاب للسينما برفقة الأصدقاء أو مشاهدة التلفزيون برفقة الأسرة.

● توفير المعلومات: فوسائل الاعلام عبارة عن نظام معلومات يسعى إليه الأفراد من أجل بلوغ أهدافهم.

✓ المصادر: تتحكم وسائل الاعلام في ثلاث انواع من مصادر المعلومات وهي²⁰⁵:

● المصدر الأول: جمع المعلومات أين يقوم المندوب الصحفي بجمع المعلومات التي يحتاج إلى معرفتها من مصادرها أو مكان حدوثها ويزود المؤسسة بها،

● المصدر الثاني: تنسيق المعلومات عند وصول المعلومات إلى المؤسسة يتم فرزها خاصة إذا كانت أكثر من مصدر وتنقح المعلومات بالزيادة أو النقصان في سبيل اخراجها بصورة مناسبة.

● المصدر الثالث: يتمثل في نشر المعلومات والقدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدد، وهو السبب الرئيسي والمهم في عملية جمع المعلومات.

5-الاعتماد التبادل بين وسائل الاعلام والنظام الاجتماعي²⁰⁶:

إنّ الحكومات الحديثة التي ترغب في الاتصال بمواطنيها والمؤسسات التي ترغب في الاتصال بعملائها المحتملين، لا يستطيعون الاعتماد على الاتصال الشخصي بشكل وحيد لكي يصلوا إلى ملايين الأفراد، وآلاف الجماعات والمنظمات التي يرغبون في الوصول إليها، وهكذا فإنّ النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى في المجتمعات الحديثة تعتمد على وسائل الاعلام لعمل الربط أو الاتصال بالجمهور المستهدف، وفي الوقت نفسه تتحكم وسائل الاعلام ف المعلومات وموارد الاتصال التي تحتاجها المنظمات السياسية والاقتصادية لكي تؤدي وظائفها بكفاءة. ومن ناحية أخرى وسائل الاعلام ليست قوية تماما فهي أيضا تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى. فوسائل الاعلام والنظم الأخرى لا تستطيع العمل بكفاءة دون الاعتماد على بعضها البعض. ويمكن شرح هذا الاعتماد المتبادل من خلال عرض علاقة وسائل الاعلام بالنظام السياسي والاقتصادي في الوم أ:

²⁰⁵- هشام رشدي خير الله، مرجع سابق، ص 174.

²⁰⁶- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص ص 317- 320.

❖ علاقة وسائل الاعلام بالنظام الاقتصادي:

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

- ترويج وتدعيم القيم الخاصة بالمشروعات الحرة الرأسمالية.
- تأسيس وصيانة العلاقة بين المنتج أو البائع والمستهلك أو المشتري لابلغ المستهلك عن المنتجات المتاحة وتحفيزه على الشراء أو استخدام الخدمة.
- التحكم وكسب الصراعات الداخلية مثل التي تحدث بين الادارة والاتحادات أو الصراع بين المنظمات الخارجية، أو أي موقف يكون تهديدا للمؤسسات الاقتصادية.

وتعتمد وسائل الاعلام على النظام الاقتصادي لتحقيق الأهداف التالية:

- الربح من عائدات الاعلانات.
 - التطوير التكنولوجي لتقليل النفقات والتنافس بفعالية من خلال امتلاك منتجات أكثر تقدماً.
 - التوسع ففي المشروعات الاعلامية للوصول إلى جماهير أكبر وتحقيق عائد أعلى.
- ومن هنا يتضح الاعتماد المتبادل بين النظامين الاعلامي والاقتصادي حيث يعتمد كل منهما على موارد الاخر لتحقيق أهدافه.

❖ علاقة وسائل الاعلام بالنظام السياسي:

يعتمد النظام السياسي على موارد النظام الاعلامي لتحقيق الأهداف التالية²⁰⁷:

- زيادة وتدعيم القيم والمعايير السياسية مثل: الحرية، المساواة، العدالة، إطاعة القوانين، التصويت الانتخابي.
- الحفاظ على النظام السياسي وتحقيق التكامل الاجتماعي من خلال تكوين الرأي العام.
- تفعيل الشعور بالمواطنة لتنفيذ الأنشطة السياسية.
- التحكم وكسب الصراعات التي تقع داخل القيادة السياسية مثل صراعات الأحزاب الصراع بين النظام السياسي والنظام الديني (الفصل بين الدين والسياسة)

وفي مقابل ذلك تعتمد وسائل الاعلام على النظام السياسي لتحقيق الأهداف التالية:

- كسب الحماية التشريعية والضائية والتنفيذية مثل: حماية التعديل الأول من الدستور الأمريكي لوسائل الاعلام.

- الحصول على معلومات رسمية وغير رسمية لتغطية الأخبار.

- تحقيق هائد من الاعلانات السياسية في أوقات الانتخابات.

ولكن على الرغم من ذلك يمكن أن يحدث الصراع بين النظام السياسي ووسائل الاعلام بسبب رغبة الحكومات في فرض قيود على النشر ، وكحاولة اخفاء الفساد السياسي والحفاظ على سرية المعلومات، وهو الأمر الذي يؤدي إلى صراع بين وسائل الاعلام والنظام السياسي ولكن لا يمكن إلغاء فكرة الاعتماد المتبادل بين الطرفين.

6-آثار الاعتماد على وسائل الاعلام

لقد حدد واضعوا النظرية الآثار الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الاعلام فيما يلي:

- التأثيرات المعرفية: والتي تشمل على:

- كشف الغموض: وهو يحدث نتيجة نقص المعلومات حيال موضوع أو حدث يشغل الناس بما يدفع الناس للاعتماد على وسائل الاعلام للحصول على المعلومات لإزالة الغموض، وبالتالي تحقيق التأثير المعرفي.

- تكوين الاتجاه: من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الاعلام أنهم يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا والأحداث المثارة في المجتمع.

- ترتيب الأولويات واتساع المعتقدات والاهتمامات: وكلاهما ينتجان مع الاعتماد المتزايد على وسائل الاعلام، حيث تبرز موضوعات ومحتويات إعلامية تحظى باهتمام أكبر وتصبح أولوية لدى الفرد، وبالتالي تنسع معتقداته واهتماماته بشأنها جراء كثافة متابعته للوسيلة الاعلامية.

- التأثيرات الوجدانية العاطفية: ذكر ديفلير وروكيتش أنّ المقصود بالآثار الوجدانية هي المشاعر التي قد يتأثر بها الفرد جراء تعرضه المكثف لوسائل الاعلام واعتماده عليها في أوقات الأزمات مثلا وقت أزمة كورونا والأحداث الكبيرة والهامة، وأبرز هذه الآثار هي الفتور العاطفي، الخوف، القلق، الدعم المعنوي.

- التأثيرات السلوكية: تنحصر التأثيرات السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الاعلام وفقا لديفلير وروكيتش في سلوكين اساسيين هما التنشيط، والخمول.

- التنشيط: يعني قيام الفرد بعمل ما او اتخاذ موقف مؤيد لحدث ما نتيجة التعرض للوسيلة الاعلامية.

- الخمول: يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وتعتبر التأثيرات السلوكية بمثابة المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية²⁰⁸.

7-نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في البيئة الرقمية:

بما أنّ تفسير ميلفين ديفلر وروكيتش لاعتماد الجمهور على وسائل الاعلام مجالاً تطبيقياً متميزاً لتأثير الاعتماد على دعامين رئيسيتين تتمثلان في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلبى حاجاته، وتحقيق أهدافه، وكذلك اعتبار نظام الاعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات، وتحقيق الأهداف، وإذا كانت أدوار الرقابة والتحكم في المعلومات كمخرجات للعملية الإعلامية واضحة في وسائل الاعلام التقليدية مما يحد من الاعتماد على وسائل الاعلام في بعض الظروف، فإنّ نظام المعلومات في الاتصال الرقمي يؤكد لدى الفرد موثوقية هذا النظام وصلاحيته لتحقيق أهدافه، ذلك لأنّ الاتصال الرقمي يعتبر أحد ضرورات نظم المعلومات لاستمرار دورتها وتدفعها، وهذا ينطبق على وسائل الاتصال الاجتماعي لأنها تقوم بنفس وظائف وسائل الاعلام من حيث تزويده بالأخبار والمعلومات والاتجاهات، لذلك فهذه الوسائل الاجتماعية سيكون لها تأثيرات معرفية، وأخرى وجدانية وثالثة سلوكية، وتختلف الحاجات التي تدعم الاعتماد على هذه المواقع باعتبارها مصادر للمعلومات بتطور المرحلة العمرية ودوافع النمو فيها التي تجعله معتمداً عليها في محاولة فهم الذات والعالم المحيط به، ومعرفة الأنماط السلوكية والقرارات الاجتماعية المناسبة وكذلك التسلية. ولعل هذا يشير إلى تعدد المواقع التي يمكن تصنيفها في حزم موجهة للمراحل العمرية لتدعيم الأفكار والعقائد التي تسعى الكثير من هذه المواقع إلى تدعيمها مثل المواقع الدينية على سبيل المثال التي تلجأ إلى كثير من الوسائل لتلبية هذه الحاجات من خلال الصور المختلفة لعرض المحتوى في إطار الوظائف التي يسعى إليها الفرد وتنفق في شكل المحتوى مع ما تستهدفه هذه المواقع²⁰⁹.

8-الانتقادات الموجهة للنظرية:

تتمثل الانتقادات الموجهة للنظرية في النقاط التالية:

- لم تتعرض النظرية على دور قنوات الاتصال الشخصي مثل الاتصال داخل الجماعة، الاتصال داخل المنظمات، بالرغم من تزايد أهمية ودور شبكات الاتصال الشخصي في تزويد الناس بالمعلومات.

²⁰⁸- ربحاب سامي لطيف محمد، "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الاعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 55 (2020)، ص 3120.
²⁰⁹- عمار خلايفية، مرجع سابق، ص ص 48، 49.

- رغم أنّ نظرية الاعتماد تقوم على العلاقة الثلاثية المتكونة من النظام الاجتماعي، ووسائل الاعلام، والجمهور، لكن نجد أنّ معظم البحوث تتعامل مع مدخل الاعتماد على الأفراد أو على المستوى الفردي وبالتالي تدرس أبعاد وآثار الاعتماد دون التركيز على النظام الاجتماعي أو الجماعات.
- ارتكاز النظرية على خبرات مجتمع ذات خصوصية بنائية ووظيفية قد يفقدها قدرة التعميم على مجتمعات أخرى في البيئات الدولية²¹⁰.

المحاضرة الرابعة عشر: نظرية الغرس الثقافي

تعتبر نظرية الغرس الثقافي من أولى النظريات التي اهتمت بتأثير وسائل الاعلام على الجمهور من خلال التركيز على التأثير التراكمي طويل الأمد، فوسائل الاعلام والاتصال هي مصدر من مصادر بناء التصورات عن الواقع الاجتماعي، وعلى هذا الأساس فإنّ التعرض المتكرر والكثيف يؤدي إلى تغيير قيم ومعتقدات الأفراد وفق الصور النمطية التي تبثها وسائل الاعلام والاتصال.

○ الأهداف المحددة:

تهدف المحاضرة إلى جعل الطالب:

- ✓ يفهم الافتراضات الرئيسية لنظرية الغرس الثقافي.
- ✓ يستوعب العلاقة بين التعرض لوسائل الاعلام واكتساب عادات وقيم نمطية.
- ✓ يحدد كيف تتم عملية الغرس الثقافي.
- ✓ يوظف النظرية في دراسة الظواهر الاتصالية ذات الصلة.
- ✓ يستنتج مدى صلاحية أفكار النظرية في ظل البيئة الرقمية.

1- تعريف نظرية الغرس الثقافي:

تعد دراسات الباحث جورج جيرينر حول تأثير وسائل الاعلام الأساس النظري الذي انطلقت منه نظرية الغرس الثقافي، إذ يرى جيرينر أنّ وسائل الاعلام تنقل للجمهور رسائل عديدة تؤثر في رؤيتهم وفهمهم للأحداث والقضايا والأشخاص في العالم من حولهم، ومن ثم فإنّ هذه الوسائل تسهم في غرس صور ذهنية منمطة، وبناء على ذلك فإنّ وسائل الاعلام تقدم للجمهور صياغة جديدة للحقائق الاجتماعية يتم تناقلها

²¹⁰ - هشام رشدي خير الله، مرجع سابق، ص 185.

بينهم، ما يعني التسليم بها ووصفها الحقائق الصادقة، أو بمعنى آخر- أنّ الجمهور يعتقد أنّ العالم الذي يراه في وسائل الاعلام وبخاصة التلفزيون هو صورة حقيقية وصادقة لعالمه الحقيقي¹.

فنظرية الغرس الثقافي تركز على دور وسائل الاعلام في تشكيل إدراك الناس لبيئتهم الاجتماعية، وتؤكد على أنّ التلفزيون اليوم يعد عاملاً اجتماعياً أساسياً في ذلك، كما تتأثر الثقافة التي يتعلمها الناس بشدة بالثقافة التي يتم تصويرها على التلفزيون، خاصة الأشخاص الذين يشاهدون التلفزيون بكثرة، فالعلاقة بين ما يتم عرضه على التلفزيون والثقافة ديناميكية حيث يمكن أن يعزز كل منهما الآخر².

الآخر².

2- نشأة نظرية الغرس الثقافي:

البدايات الأولى لهذه النظرية تعود إلى أفكار جورج جيرينر الذي اعتبر وسائل الاعلام قوة مسيطرة في تشكيل المجتمع الحديث، وكانت هذه الأفكار نتيجة للجهود التي قام بها هو ومجموعة من الباحثين في بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي عندما اجتاحت الوم أ في بداية السبعينيات موجة من العنف، والاضرابات، والجرائم، والاعتقالات في نهاية الستينات. وربط الناس العاديون بين ارتفاع معدلات الجريمة والعنف والتغيير في القيم التي حدثت في هذه الفترة وبين انتشار التلفزيون في الخمسينات والستينات، وضغط الاهتمام الشعبي على الكونغرس الأمريكي ليفعل شيئاً.

وفعلاً تم اعتماد التمويل اللازم من بعض المؤسسات والمعاهد القومية الأمريكية لتمويل بحوث حول تأثيرات التلفزيون في مجالات الصحة والتعليم، وتم طباعة حوالي 60 دراسة في خمسة مجلدات عام 1971 تحت عنوان "التلفزيون والسلوك الاجتماعي". وكانت نتائج هذه الدراسات هي التي صاغت الفكرة الخاصة بالغرس كنتيجة للتعرض المكثف والمستمر للتلفزيون، وقيام العلاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك الواقع الاجتماعي بالصور التي يعرضها التلفزيون. ووضع جيرينر من خلال هذه الدراسات مشروعاً الخاص بالمؤشرات أو المعالم الثقافية الذي يهدف من التأكد من قيام هذه العلاقة من خلال دراسة ثلاث عناصر أساسية هي³:

* العمليات المؤسسية الكامنة وراء إنتاج محتوى الاعلام.

* الصور الذهنية التي ترسمها وسائل الاعلام.

1- محمد بن سعود البشر، مرجع سابق، ص 119.

2- معين الكوع وعبد الله زماري، "الغرس الثقافي في الدراما الطبيعية: دراسة في تحليل الخطاب النقدي لمسلسل أم هارون"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 49، العدد 6 (2022)، ص ص 347، 348.

3- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 331.

* ثمة علاقة بين التعرض للرسائل التلفزيونية ومعتقدات الجمهور وأنماط سلوكه.

3- افتراضات النظرية:

تنطلق نظرية الغرس الثقافي من فرض رئيسي مؤداه: أنّ التعرض المكثف لنماذج وصور ثقافية ثابتة ومتكررة يشكل تدريجياً إدراك الفرد للواقع الاجتماعي المحيط بالفرد، نتيجة التعرض التراكمي لوسائل الاعلام بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة. أي أنّ الأفراد الأكثر تعرضاً ويشار إليهم بكثيفي المشاهدة يدركون العالم الواقعي المعاش بناء على الواقع التلفزيوني الخيالي بشكل مختلف عن أولئك اللذين يشاهدون أقل ويشار لهم بقليلي المشاهدة، وهو ما يؤدي في النهاية لإدراك الجمهور لهذا الواقع المنحرف أو الواقع الرمزي على أنّه الواقع الاجتماعي الحقيقي، وهذا الواقع الرمزي يكسب نوعاً من الشرعية الاجتماعية، مما يؤدي التأثير على اتجاهات وآراء وسلوك الجمهور¹.

4- شرح عملية الغرس الثقافي²:

ووفقاً لنموذج «لهاوكنز» Hawkins «وبنغري» Pingree 1991 فإنّ عملية الغرس الثقافي تنطوي على ثلاثة عناصر أو عمليات وهي كالآتي:

- التعلّم: حيث تتمّ عملية اكتساب المعلومات بالمصادفة ومن دون وعي خلال التعرّض لمضامين الرّناة.
- البناء: أي استعمال المعلومات لتكوين أحكام عن الواقع.
- التعميم: هو مدى تعلّم المشاهد من المضامين الإعلامية التي يتعرّض لها حول مواضيع الواقع نفسه الذي يحيط به.

5- مفاهيم نظرية الغرس الثقافي:

يُعتبر «الاتجاه السائد والرّنين» هما المفهومان الأساسيان لهذه النظرية.

- الاتجاه السائد: يقصد به ديناميكيات غرس المفاهيم العامة للواقع الاجتماعي لدى مشاهدة التلفزيون، حيث أنّه عبارة عن مجموعة من الأفكار والقيم والصور الذهنية التي يتم غرسها في الجمهور، وذلك من خلال التعرض المكثف والمتكرر للرسائل الإعلامية عبر وسائل الاعلام. ويؤكد الاتجاه السائد أنّ

¹- سماح محمد محمدي، اندماج الشباب والمراهقين في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره على إدراكهم للواقع، دراسة حالة على قضية البنات وراجع في إطار نظرية الغرس الثقافي، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 54، الجزء 3، جويلية 2020، ص ص 1321، 1322.

²- معجم المصطلحات الكبير، نظرية الغرس الثقافي، في:

<https://www.diwanalarabia.com/Display.aspx?args=E639BE9C8A7134F4B42C3D7A9457D1BD1EEC91375F5C6BBBE483E22A292D8AD511B987891AE7A1EBAE0577188426CE40CD02E51D811D35001229FFA0D3BA602DC9F1FC9D9BD7DE41593FF9EF7E4DEB7E0F1A59EE8C70DB18097DD02C74A3C54DC344993320A89AC15436BE130B587677CA39B4927EE05CF>

كثيفي المشاهدة يتأثرون بهذه الكثافة في التعرض وتصبح لديهم وجهات نظر عن الواقع على العكس من قليلي المشاهدة حيث يخضعون لمؤشرات أخرى لذلك فهم يرون الواقع بشكل مختلف، فالاتجاه السائد هو التقارب في المفاهيم والاتجاهات لدى كثيفي المشاهدة المشتركة في جوانب أخرى في التأثير على الأفراد.

• الرنين: يقصد بالرنين أنّ تردد التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلاً لدى المشاهدين، وبذلك فإنّ المشاهدة يمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات بكثافة أعلى. وكلما تم تكرار الأحداث التي يمر بها الأفراد في حياتهم وفي وسائل الاعلام فإنّ ذلك يؤدي إلى مزيد من تأثيرات الغرس، وهذا يعني أنّ الرنين يحدث عندما يكون تأثير الغرس مدعماً لدى مجموعة معينة من الأفراد¹.

6- ركائز نظرية الغرس الثقافي:

تقوم نظرية الغرس الثقافي على خمس فروض رئيسية هي²:

- التلفزيون يعد وسيلة فريدة للانماء والغرس مقارنة بوسائل الاعلام الأخرى.

- تكون رسائل التلفزيون نظاماً ثقافياً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد.

- تحليل رسائل التلفزيون يقدم علامات لعملية الغرس.

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

- يركز تحليل الغرس على تدعيم استقرار المجتمع وتجانسه.

7- نظرية الغرس الثقافي في البيئة الرقمية:

تشير دراسة نشرتها جامعة "Eastern Mediterranean University" إلى أن شبكة الإنترنت أحدثت ثورة كبرى غيرت نماذج الاتصال، فقد بات الأشخاص يقضون وقتاً طويلاً على الإنترنت، ويتشكل تصورهم للعالم من خلال ما يرونه على تلك الشبكة، وأدى هذا التغيير السريع إلى إنشاء مجتمعات شبكية استحوذت على جمهور التلفزيون الذي كان المنصة الأهم التي يتابعها مستهلكو وسائل الإعلام. وفي الوقت الذي تظل فيه نظرية الغرس الثقافي محل نقاش في إطار التلفزيون، كشفت دراسة نشرتها مجلة "Mass Communication and Society" مؤخراً عن أهمية التفكير في تطبيق النظرية على وسائل الإعلام الجديد،

¹- عبد الرزاق الديلمي، مرجع سابق، ص 166.

²- حسين عماد مكاي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 304 - 307.

لأن تلك الوسائل جعلت البث أكثر ملاءمة وانتشاراً. وتجدر الإشارة هنا إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تمكن الجمهور من أن يكونوا مشاركين فاعلين ومساهمين في وسائل الإعلام وهذا التفاعل يخلق تبادلاً بين منتج الوسائط والموزع والمستهلك.

وفي سياق متصل، يوضح لاري جروس، أستاذ الاتصال بجامعة جنوب كاليفورنيا في دراسة نشرها بمجلة "Television & New Media" عام 2009، أنه قبل الإنترنت كان التلفزيون راوياً للقاصص، ومع ذلك، فإن ما فعله التلفزيون في ذلك الوقت فيما يتعلق ببناء الافتراضات، يتم تنفيذه من خلال شبكات التواصل الاجتماعي. وتشير دراسة جروس، الذي قام بالمساهمة في تطوير نظرية الغرس الثقافي مع جيرينر إلى أنه من أجل النظر في الكيفية التي يسكن بها الإنترنت عالماً، لا بد من التدقيق في دور الشبكات الاجتماعية في عملية إنشاء رؤية عالمية موازية لواقع الشخص، لأن دور وسائل التواصل الاجتماعي يتجاوز تحميل الصور والمعلومات الخاصة بكل فرد على الإنترنت. وتركز هذه الدراسة على كيفية حدوث البناء الاجتماعي للواقع على مواقع شبكات التواصل، أي أنها تعيد تفسير نظرية الغرس الثقافي في ظل هذا النظام المتطور¹.

8- الانتقادات الموجهة للنظرية:

لقد أثار نانسى سيجنوريلي وميشال مورجان قضايا بحثية لا بد من أن تركز نظرية الغرس عليها وهي:

- كيف تحدث عملية الغرس؟ وما هي العمليات النفسية وآليات المعرفة والادراك التي يمكن أن تفسر كيفية قيام المتلقين كثيفي المشاهدة باستيعاب المحتوى التلفزيوني في إطار مفاهيمهم عن الواقع الاجتماعي؟ وما هي مبادئ التعلم المناسبة؟

- ماهي الخصائص السكانية للجماعات ذات العلاقة بعملية الغرس؟

- كيف تتوسط العلاقات الأسرية والشخصية عملية الغرس؟ فنحن نعلم أنّ مشاهدة التلفزيون غالباً ما تتم في إطار العائلة، وفي هذه الحالة مكن أن يؤثر كل فرد فيها في الآخر. وتفسير المحتوى قد يكون مقصوداً ومباشراً أو عكس ذلك.

- ماهي مستويات الغرس؟

¹- مركز القرار للدراسات الإعلامية، "نظرية الغرس الثقافي في عصر مواقع التواصل الاجتماعي"، 2020/12/07، في:

<https://alqarar.sa/3270>

- ما هو دور الخبرة الشخصية في عملية الغرس؟
- ماهي توجهات المشاهدين في عملية الغرس؟
- ما هو دور البرامج المتخصصة في عملية الغرس؟
- ماهي الوسائل الاعلامية الأخرى التي تقوم بعملية الغرس وكيف تقوم بها؟
- ويضاف إلى ذلك أيضا تأثير التكنولوجيا المتطورة على عملية الغرس ومدى عملية حدوث الغرس في دول أخرى، خصوصا أنه ثبت أنها ليست عملية نمطية حتى داخل الو م أ نفسها بين مختلف الجماعات، وأن صورة المجتمع العنيف لم تظهر في بريطانيا أو كندا من خلال البحوث التي أجريت هناك¹.

المحاضرة الخامسة عشر: نظرية فجوة المعرفة

جاءت هذه النظرية لتفسير التباين والاختلاف الموجود بين الأفراد والمجتمعات والدول في المعرفة بناء على التعرض لوسائل الاعلام والاتصال وامتلاك التكنولوجيا ومهارات استخدامها، وهذا بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات التعليمية، والاقتصادية، والاجتماعية، والشخصية.

○ الأهداف المحددة:

من خلال هذه المحاضرة سيتمكن الطالب من:

- ✓ التعرف على أفكار وافتراضات نظرية فجوة المعرفة.
- ✓ فهم خصائص فجوة المعرفة وأسباب حدوثها.
- ✓ تعلم كيفية قياس الفجوة المعرفية.
- ✓ تحليل العلاقة بين التعرض لوسائل الاعلام والاتصال وتباين المعرفة.
- ✓ توظيف النظرية في تحليل الظواهر الاتصالية ذات الصلة.

1- تعريف النظرية:

تعرف الفجوة بأنّ هناك فرق معرفي كبير وأنّ هناك حاجة لجهود جبارة لردمها، فالفجوة المعرفية هي شيء متاح بشكل محدد في المجتمع الذي يتعامل معه حسب امكانياته التعليمية، الاقتصادية

¹ - محمد عبد الحميد مرجع سابق، ص ص 338 - 340.

والاجتماعية،،، مثلا استخدام الأنترنت من قبل البعض بينما لا يتمكن الآخرون من ذلك، فهنا تظهر الفجوة التي يمكن أن تكون بين أفراد، جماعات، دول¹،

بعد رصد نتائج بحوث عديدة، طرح كل من تشارلز ودونو وأولين نظرية فجوة المعرفة عام 1970، في دراستهما حول تدفق المعلومات عبر وسائل الاعلام والاختلافات المعرفية، حيث اعتمدوا في نظريتهم على الفرض التالي:

- إنَّ انتشار المعلومات من خلال وسائل الاعلام يؤدي بدوره إلى جعل فئات الجمهور ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع قادرة على أن تكتسب هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض، وبذلك تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان"، ولا يعني هذا الفرض أنَّ الفئات ذات المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض لا تتوافر لها المعلومات بشأن القضايا والأحداث المثارة، وإنما يعني أنَّ نمو المعرفة يزداد نسبيا بين الفئات الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، كما اعتبروا أن التعليم مؤثر قبول لتصنيف الأفراد إلى فئات اجتماعية واقتصادية مرتفعة ومنخفضة. وعلى هذا النحو يؤكد تشارلز وأولين أنَّ الفجوة المعرفية تزداد بشكل خاص في قضايا الشؤون العامة والقضايا القومية والدولية التي تستقطب اهتماما عاما وتلعب فيها وسائل الاعلام دورا محوريا، بينما تقل في الشؤون الداخلية والرياضية لأنها لا تمثل اهتمامات متباينة، وإنما اهتمامات خاصة متقاربة في مستوى المعلومات بصرف النظر عن الفوارق الاجتماعية الاقتصادية، ويتصاعد فيها دور الاتصال الشخصي والمنظمات الاجتماعية مما يؤدي إلى ضيق الفجوة المعرفية. وقد أيدت دراسات عديدة صحة هذه الفرضية في الوم أ، وأوروبا، وأمريكا اللاتينية، والشرق الأوسط، وأكدت على أنَّ العوامل الاجتماعية الاقتصادية هي المحور الرئيسي في اكتساب المعرفة.

وتمثل الدراسة التي أجراها هيمان وشيتسلي عام 1947 أول المؤشرات التي دعمت الاعتقاد بأنَّ وسائل الاعلام لا تنقل المعلومات إلى جميع فئات الجمهور بنفس الدرجة، رغم كثافة التغطية وتنوع المعلومات التي تقدمها، ويمثل المسح الذي أجراه روبينسون 1967 أحد المؤشرات الهامة حول فجوة المعرفة بين أفراد الجمهور، حيث توصلت إلى وجود فجوة معرفية بشأن القضايا المختلفة بين الأكثر تعليما ومتابعة للوسائل الاخبارية مقارنة بالأشخاص الأقل تعليما، وبالتالي الأقل معرفة بالقضايا المثارة في الوسائل الاخبارية².

¹- عبد الرزاق الديلمي، مرجع سابق، ص 283.

²- سعد آل سعود، مرجع سابق، ص ص 125، 126.

ولأغراض اختبار فرض الفجوة المعرفية يرى تيتشنور وزملاؤه أنه يمكن اتمام ذلك منهجيا من خلال الطريقتين¹:

* أولا: بمرور الوقت نجد أنّ اكتساب المعلومات الأكثر شيوعا سوف يحدث بمعدل سريع بين الأعلى تعليما عن الأقل تعليما.

ثانيا: في وقت معين سوف يكون هناك ارتباط عال بين اكتساب المعلومات والتعليم بالنسبة للموضوعات الأكثر شيوعا في وسائل الاعلام عن الموضوعات الأقل شيوعا وانتشارا.

2- أبعاد نظرية فجوة المعرفة:

تقوم النظرية على بعدين رئيسيين²:

البعد الأول: المستوى المحدود أو الفردي يرى أنّ الفرد يكتسب المعرفة نتيجة للتعرض لوسائل الاعلام مع الوضع في الاعتبار المتغيرات الاخرى المرتبطة بالشخص. والتي تتضمن الفروق الفردية في القدرة المعرفية، ومهارات الاتصال، ومستويات الاهتمام وغيرها.

البعد الثاني: المستوى الأوسع أو المجتمعي ويشمل البناء الاجتماعي والمتغيرات المتعلقة بالمجتمع في نطاق واسع، مثل نشر توزيع المعلومات، النزاع الاجتماعي، التكتل الاجتماعي، وسيطرة بعض المنظمات الاعلامية على المعلومات.

3- المتغيرات أو الظروف التي تؤدي إلى خلق وتوسيع الفجوة بين الأفراد:

- نوع الموضوع: الفجوات المعرفية تضيق في حالة الموضوعات المحلية، وقد تنحسر تماما، في حين تتسع هذه الفجوات مع الأحداث القومية أو العالمية.
- نوع الوسيلة: توجد اختلافات نوعية في قدرة كل وسيلة على نقل المعلومات ونشرها، فالصحف تعمل على توسيع الفجوات في حين أنّ التلفزيون يعمل على التقليل من حدتها.
- طريقة قياس المعرفة: يفرق الكثير من الباحثين بين عدة أنواع (مستويات) من المعرفة، حيث يشير روجرز وشوماكر إلى وجود ثلاثة مستويات هي: مستوى الوعي، المعرفة الكيفية، معرفة المبادئ التي يقوم عليها الشيء.

¹- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 367.

²- إبراهيم المصري وعمرو أبو جبر، "العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني للإعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب"، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 42 (2017)، ص 123.

- وقت القياس: تشير جازيانو إلى أنّ الأساليب المنهجية المتبعة في قياس المعرفة يمكن أن تؤثر في نتائج بحوث المعرفة، فدرجة الفجوة تختلف باختلاف وقت قياس فجوة المعرفة بعد التعرض لوسائل الاعلام، فكلما كان قياس المعرفة بعد التعرض مباشرة كانت الفجوة المعرفية أقل، وكلما كان قياس المعرفة بعد فترة كبيرة من التعرض كلما زادت فجوة المعرفة.
- نوع المقياس المستخدم: يرى بعض الباحثين أنّ استخدام أسلوب الأسئلة المفتوحة يتيح للمبحوثين فرصة التعبير بأسلوبهم الخاص عن المعلومات، مما يقلل من احتمال وجود اختلافات معرفية كبيرة بين الأفراد¹.

4- أسباب حدوث الفجوة المعرفية:

- أوضح تيتشنر وزملاؤه أن هناك خمسة أسباب أساسية تؤدي إلى حدوث الفجوة المعرفية هي:
- تباين مهارات الاتصال بين الطبقات، وبخاصة في التعليم الذي يجهز الفرد للعمليات المعرفية الأساسية كالقراءة، والإدراك، والتذكر، والحديث.
- التباين في الخلفية المعرفية.
- الاتصال الاجتماعي بالآخرين ويتميز به الأفراد ذوو المستوى الاجتماعي الاقتصادي الأعلى.
- العمليات الانتقائية المختلفة تؤثر على درجة المعرفة لدى أفراد المجتمع مثل: الاهتمام، الإدراك، الاحتفاظ بالمعلومات، والتذكر.
- القدرات الاتصالية لدى الأفراد تساهم في تبادل المعلومات وتسهيل عملية الاتصال، وهذه القدرات غما شخصية كالذكاء والقدرة على الملاحظة، وإجادة اللغات وغيرها من القدرات المكتسبة. أو خصائص تعتمد على مركز الفرد الاجتماعي تحددها متغيرات مثل الدخل، التعليم، العمر، الجنس. إضافة إل خصائص البناء الاجتماعي الذي ينتمي إليه. وطبيعة ونوع الوسيلة الاعلامية².

5- الانتقادات الموجهة للنظرية:

- إذا كانت نظرية فجوة المعرفة تركز على التفاوت المعرفي بين الجمهور نتيجة اختلاف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية، فإنّ هذا الفرض الذي قامت عليه النظرية قد خضع لاختباره وفحصه من المتخصصين الذين أشاروا في دراساتهم إلى أنّ هذا الفرض لا يمكن القول بصحته في حالات معينة، وأشار

¹- عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص ص، 290، 291.

²- سعود آل سعود، مرجع سابق، ص ص 128، 129.

الباحثون إلى أنّ هنالك حالات معينة، وأشار الباحثون إلى أنّ هنالك عوامل وسيطة تؤثر في فجوة المعرفة اتساعاً أو ضيقاً من ذلك مثلاً: استمرار وسائل الاعلام في تقديم الرسائل عن الموضوع، كما أنّ اهتمام الفرد بموضوع معين بغض النظر عن المستوى الاقتصادي والاجتماعي سيجعله أكثر تعرضاً لوسائل الاعلام التي تقدم رسائل عن هذا الموضوع أو ذلك. كما أنّ قوة الدافع لها تأثير في تضيق الفجوة المعرفية.

ومعنى ذلك أنّه كلما كانت دوافع الأفراد شديدة للحصول على معلومات عن موضوع معين كلما قل اتساع فجوة المعرفة والعكس صحيح، والدوافع ليست مرتبطة بالمستوى الاقتصادي أو الاجتماعي للأفراد وهو ما يعني أنّ حصيلتهم المعرفية قد تكون أفضل من الأفراد ذوي المستوى الأعلى¹.

المحور السادس: نظريات الاعلام الجديد

فرض الاعلام الجديد جملة من التغيرات التي مست مختلف مناحي الحياة بتعدد ميادينها، وهو ما استلزم البحث عن نظريات قادرة على تفسير تأثيرات وسائل الاعلام الجديدة على جمهور المستخدمين، سواء من خلال مراجعة النظريات السابقة او استحداث نظريات جديدة.

المحاضرة السادسة عشر: نظرية التشكل العضوي لوسائل الاعلام

مع التسارع التكنولوجي الذي يشهده العالم منذ بروز ما يسمى بالانترنت ظهر نوع جديد من الاعلام يسمى بالاعلام الرقمي أو الاعلام الجديد والذي شكل تحدياً حقيقياً لنظريات الاتصال ذات التأثير الإعلامي وهو الأمر الذي حتم على الباحثين البحث من أجل الوصول إلى نظريات جديدة خاصة بتفسير تأثير الاعلام الجديد على الجمهور، ومن بين النظريات القادرة على دراسة وسائل الاعلام الجديد نجد نظرية التشكل العضوي.

○ الأهداف المحددة:

من خلال هذه المحاضرة سيتمكن الطالب من:

- ✓ التعرف على أفكار النظرية.
- ✓ فهم التحول الرقمي لوسائل الاعلام التقليدية.
- ✓ تفسير العلاقة بين وسائل الاعلام التقليدية والجديدة.

¹ - محمد بن سعود البشر، مرجع سابق، ص 126.

- ✓ تحديد إمكانية التعايش بين وسائل الاعلام التقليدية ووسائل الأترنت.
- ✓ توظيف النظرية في دراسة قضايا الاعلام الجديد.

1- تعريف النظرية:

أشار الباحث حسني نصر في إحدى دراساته إلى أنّ نظرية التشكل العضوي هي النظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون في الاتصال على أنّها نظرية خاصة بتفسير أدوار الاعلام الجديد، وهي نظرية طورها روجر فيدلر وطرحها عام 1997 بغرض شرح العلاقة بين وسائل الاعلام الجديدة ووسائل الاعلام التقليدية¹.

يعرف فيدلر التشكل العضوي لوسائل الاعلام بأنه وسيلة موحدة للتفكير في التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال، ويقول إنّه من خلال دراسة أنظمة الاتصال الانساني ككل، سوف نرى أنّ وسائل الاعلام الجديدة لا تنشأ تلقائياً وبشكل مستقل ولكنها تظهر بشكل تدريجي نتيجة للتحوّل العضوي، والتحوّل العضوي هو عملية بيولوجية يتطور من خلالها الكائن الحي جسدياً بعد الولادة أو الفقس،

ويرى فيدلر أيضاً أنّ وسائل الاعلام مثل الأنظمة الأخرى تستجيب للضغوط الخارجية عن طريق إعادة تنظيم نفسها، ومثل الكائنات الحية فإنّها تتطور لكي تزيد من فرص بقائها على قيد الحياة، ولكي تواكب التغيرات في بيئة متغيرة، ويستمد فيدلر مبدأ التحوّل العضوي لوسائل الاعلام من ثلاثة مفاهيم هي: التطور المشترك Coévolution، التقارب Convergence، التعقيد Complexity².

2- افتراضات نظرية التشكل العضوي:

تنطلق نظرية التشكل العضوي لوسائل الاعلام الجديدة على عدة افتراضات رئيسية:

- وسائل الاعلام القائمة لا تنفك تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة منافسة لها في عملية استقطاب وجذب الجمهور، وتعمل كل وسيلة في عملية تطورها بطريقة مشابهة لعمل العناصر المشكّلة لأي نظام حيوي.

¹- سوسن لوانسة ويلي بن أطرش، "الاشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث الاعلام الجديد قراءة تحليلية"، مجلة المعيار، المجلد 23، العدد 47 (2019)، ص 228.

²- غالية غضبان، "الاتجاهات النظرية في وسائل الاعلام الجديدة"، ورقة بحثية مقدمة في اليوم الدراسي حول: الجوى العلمية لنظريات الاتصال في بحوث الاعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، ص 69، في: https://vriex.univ-batna.dz/images/proceeding/theorie_commu/communication.pdf

- تعتمد عملية تطور كل وسيلة إعلامية على تطور الوسائل الأخرى المحيطة بها.

وعند اسقاط هذه النظرية على الصحافة الإلكترونية، نجد أنّها استفادت من الوسائل القديمة من صحافة مكتوبة وإذاعة وتلفزيون، كما أنّها ساعدت في تكيف تلك الوسائل بإدخال العديد من التقنيات الجديدة، مما ساعد على خلق شيء من التعايش والمنافسة القائمة على التأثير المتبادل¹.

3- أصل نظرية التشكل العضوي ومبادئها:

استمد فيدلر نظريته من مفهوم دارون للتطور، التي تتضمن حدوث تطورات جينية في الكائن البشري من جيل لآخر خلال فترة من الزمن، وهذه الرموز والمجالات هي التي تشكل بنية التحول في وسائل الاعلام، ويضع فيدلر أربعة أنماط لغوية للاتصال، تتمثل في أدوات اللغة والتواصل، اللغة المنطوقة، اللغة المكتوبة، اللغة الرقمية. ليصف التطور في وسائل الاعلام من خلال الرموز واللغات التواصلية التي تحمل سمات الوسائط الاعلامية عبر مجالات الاتصال المختلفة. كما يصف التشكل العضوي لوسائل الاعلام، بأنّه وسيلة موحدة للتفكير في التطور التكنولوجي لوسائل الاعلام والاتصال. وقد حدد فيدلر ستة مبادئ لتطور وسائل الاعلام وهي:

- المبدأ الأول: التعايش والتناغم بين وسائل الاعلام، وهو ينص على أنّ جميع وسائل الاعلام تتعايش مع وسائل الاعلام الأخرى، وأنّ هذه الوسائط تتعايش وتؤثر بمرور الوقت وتطور شكلها الحالي.
- المبدأ الثاني: يفسر التحول التدريجي، حيث أنّ الوسائط الجديدة تنشأ تدريجياً وتتطور من تنسيق وسائط أخرى.
- المبدأ الثالث: النشر ويعني أنّ وسائل الاعلام تنشر الأشكال القديمة من خلال الوسائط الجديدة.
- المبدأ الرابع: البقاء ويعني تواصل وسائل الاعلام القديمة وفقاً لظروف الزمن بدلاً من الموت والنهاية.
- المبدأ الخامس: الفرص فلا يمكن أن تنجح وسائل الاعلام الجديدة دون وجود فرصة في السوق.
- المبدأ السادس: التأخر في التبني، حيث أنّ التكنولوجيات الجديدة تستغرق وقتاً أطول من المتوقع لتحقيق النجاح التجاري

وفي الأخير لا بد من الإشارة إلى أنّ وسائل الاعلام التقليدية قد تواجهها في عملية التحديث أموراً صعبة، تتعلق بالأنظمة والإمكانات المادية، ودرجة ثقافة الجمهور، وتوجد بعض التحديات التي تعيق تطور الصحافة التشاركية، منها الأنظمة التنظيمية، وانخفاض الاتصال بالإنترنت، وحتى بعض العوامل

¹- عبد القادر دريدي، "التحولات الرقمية للاعلام التقليدي من منظور "التشكل العضوي" وكالة الأنباء الجزائرية (و أ ج) نموذجاً"، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 10، العدد 1 (2021)، ص ص 88-108.

الاجتماعية والثقافية، مثل انخفاض مشاركة المواطنين في الفضاء العام، إلى جانب الجهل الجزئي باحتمال مشاركة المواطنين في تحول الصحافة¹.

ويمكن النظر إلى التقارب بين وسائل الاعلام باعتباره عملية تقوم من خلالها وسيلة باستعارة الجديد من الوسيلة الأخرى وتطويعه واستخدامه، ووفقا لهذا الفهم كان من الطبيعي أن تطور محطات التلفزيون يتمثل في امتلاكها مواقع على شبكة الويب تنشر من خلالها مقاطع الفيديو أو تقدم من خلالها البث التلفزيوني المباشر لقطاعات أخرى من الجمهور تحولت إلى الوسيلة الجديدة. والواقع أن ما ذكره فيدلر عن التشكل العضوي لوسائل الاعلام يدعمه التطور الكبير الذي حدث في وسائل الاعلام في السنوات الأخيرة، إذ تقاربت وسائل الاعلام التقليدية مع وسائل الاعلام الجديدة بشكل أكبر وتحولت هذه الوسائل إلى منصات للنشر بشكل أساسي، وأصبحت كل وسيلة تستخدم إمكانات الوسيلة الأخرى على نطاق واسع فالصحف الورقية أصبح لها مواقع تفاعلية متعددة الوسائط على الويب، وحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، والتويتر، واليوتيوب والأنستغرام. والنموذج الأوضح على هذا التشكل هو الهواتف الذكية التي دخلت الجيل الرابع لها، وأصبحت قادرة على القيام بوظائف وسائل الاعلام إلى جانب الاتصال الشخصي، مثل تصفح الأنترنت واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتقاط الصور ومقاطع الفيديو وتبادلها وسداد الفواتير ومتابعة الحسابات البنكية وحجز تذاكر السفر ... إلخ وكل ذلك يؤكد صحة نظرية فيدلر. نفس الأمر بالنسبة للصحف الورقية رغم اعتمادها على منصات التواصل الاجتماعي إلا أن ذلك لم يلغي من أهميتها واهتمام الأفراد بقراءتها².

1- منال محمد أبو الحسن، "تبني الشباب لوسائل الاعلام الاجتماعي ودوره في التحول التنافسي لوسائل الاعلام التقليدية"، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد 28 (أكتوبر/ ديسمبر 2019)، ص ص 63، 64.

2- حسني محمد نصر، "اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الاعلام الجديدة: دراسة تحليلية للانتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة"، ورقة مقدمة في: مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والشكالات المنهجية، الرياض: 10، 11 مارس 2015، ص ص 31، 32.

الخاتمة:

حاولنا من خلال هذه المحاضرات تقديم نظرة مبسطة عن ضرورة ضبط المفاهيم الخاصة بمقياس نظريات الإعلام والاتصال، بما يساعد الطلبة على الإدراك المنهجي الصحيح لأساسيات علوم الإعلام والاتصال، إذ لا بد أن يكونوا على قدر من المعرفة فيما يخص توظيف المفاهيم والهدف منها، وهذا من خلال التطرق إلى جوانب مهمة تضمنت تحديد أهم الفوارق بين المفاهيم. ودراسة العوامل السياسية، والتجارية، والأكاديمية، والثقافية التي أثرت في تطور وسائل الإعلام، وكذا كيفية الانتقال من الفكر السلطوي الذي هيمن على النظام الإعلامي في أوروبا في العصور الوسطى إلى الفكر اللبرالي الحر الذي ينادي بحرية الرأي والتعبير، إلى جانب عرض أهم المراحل التي مر بها تطور نظريات الاتصال ذات التأثير الإعلامي، والتعرف على كل نظرية على حدى من خلال فهم أفكارها ومبادئها وتلقين منهجية توظيف هذه النظريات في البحوث والمذكرات العلمية والأكاديمية.

وعليه يمكن القول بأن مقياس نظريات الاعلام والاتصال يعد مفتاح تحليل وتفسير الظواهر الاتصالية فهو يعتبر سند علمي للطالب كونه يمدّه بمنهجية علمية تمكنه من اختيار وتوظيف المفاهيم والنظريات المناسبة حسب حالات الدراسة المختلفة والمتعددة.

قائمة المراجع:

1. الكتب:

- 1- راضي وسام فاضل ومهند حميد التميمي، الاعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، الإمارات: دار الكتاب الجامعي، 2017.
- 2- صبري أبو فريخة ميرال، المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الاعلامية: المحددات السياسية- الاجتماعية- الاقتصادية- الثقافية لحرية الصحافة، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2013.
- 3- إبراهيم السيد حسنين، أخلاقيات الاعلام وقوانينه، القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2014.
- 4- أرمان وميشال أتلار، تاريخ نظريات الاتصال، تر: ناصر الدين العياضي والصادق رابح، بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2004.
- 5- آل سعود سعد، الاتصال والعالم السياسي، الرياض: دار الكتاب الحديث، 2010.
- 6- باتشيرجي أنول، بحوث العلوم الاجتماعية: المبادئ والمناهج والممارسات، تر: خالد بن ناصر آل حيان، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015.
- 7- بالنافز مارك وآخرون، نظريات ومناهج الاعلام، تر: عاطف حطيبة ومنال أبو الحسن، القاهرة: دار النشر للجامعات، 2017.
- 8- بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015.
- 9- جندلي عبد الناصر، التنظير في العلاقات الدولية بين الاتجاهات التفسيرية والنظريات التكوينية، الجزائر، دار الخلدونية، 2007.
- 10- حسن اسماعيل محمود، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الأهرام: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003.
- 11- خضرة عمر المفليح، الاتصال: المهارات والنظريات وأسس عامة، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع، دس ن.
- 12- راضي وسام فاضل ومهند حميد التميمي، الاتصال ووسائله الشخصية والجماعية والتفاعلية، الإمارات: دار الكتاب الجامعي، 2017.
- 13- السماسيري محمود يوسف، فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، هوندي: المعهد العالمي للفكر الاسلامي، 2008.
- 14- الطيب عبد النبي عبد الله، فلسفة ونظريات الاعلام، الهرم: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014.

- 15- عاطف علي العبد ونهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، 2011.
- 16- عبد الحميد محمد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، ط 3، 2004.
- 17- محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الاعلامي، الرياض: العبيكان للنشر، 2014.
- 18- يوسف كافي مصطفى، الرأي العام ونظريات الإتصال، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، د س ن.

II. المجالات:

- 1- أبو الفتوح محمد الحريري ماجدة، اعتماد الشباب الجزائري على برامج التوك شو بالقنوات الفضائية الحكومية والقنوات الخاصة كمصدر للمعلومات حول تنمية القرية المصرية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، الجزء 1، جويلية/ ديسمبر 2023.
- 2- بداني فؤاد، حتمية ماكلوهان لفهم قيمية عزي عبد الرحمان، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 4، 2014.
- 3- براي محمد، "الشباب والتواصل الافتراضي بين الحتمية التقنية والضرورة القيمية - رؤية سوسيولوجية"، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، العدد 14، د س ن.
- 4- بطار هشام، "التأسيس النظري لعلوم الاعلام والاتصال انطلاقا من البراديغم السيبرنطقي دراسة تحليلية على عينة من منشورات Cairn.info، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 1، العدد 2، 2018.
- 5- بن دبيلي اسماعيل، سوسيولوجيا الاستخدامات وأطر مقاربتها في علوم الاعلام والاتصال قراءة في التمثلات، الاستخدام، والتملك، مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط، العدد 4، 2014.
- 6- بن زاف جميلة، "المجتمع الافتراضي ونهاية أطروحة القرية العالمية لماكلوهان"، مجلة علم الانسان والمجتمع، المجلد 11، العدد 1، 2022.
- 7- بن غضبان سمية، دور المقاربة الاتصالية في إنجاح التغيير التنظيمي، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 40، 2014.
- 8- بوثلجي إلهام، المقاربات البحثية في دراسات وضع الأجندة ... من وسائل الاعلام التقليدية إلى الجديدة، مجلة متيجة للدراسات الانسانية، العدد 9، 2018.
- 9- بوزة باية ووفاء بن طراد، الأطر النظرية المفسرة للإعلام الشبكي بين الفعالية والمحدودية، مجلة معالم للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد 1، العدد 1، 2022.

- 10- تامي نصيرة، "التموقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية قراءة في الأبعاد والاستخدامات، مجلة معارف، المجلد 17، العدد، 2022.
- 11- ثابت طارق، قادة الرأي والفكر ودورهم في التأثير والتغيير والتعريف بقيم الرسالة المحمدية من خلال وسائل الاعلام الجديدة (شبكة الأنترنت أنموذجا)، مجلة العميد، العدد 2، 2013.
- 12- الحمدانين بشرى حسين " دور حارس البوابة في تدعيم مهنية الصحافة الاستقصائية: دراسة تحليلية لموقع نبريج للصحافة الاستقصائية العراقية"، مجلة كلية الاسراء الجامعة للعلوم الاجتماعية والانسانية، المجلد 1، العدد 2، 2019.
- 13- خلايفية عمار، تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في فضاءات الاعلام الجديد، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3، العدد 3، 2022.
- 14- خيرة العيدي، مراجعة نظرية دوامة الصمت في سياق الفضاء الافتراضي، مجلة الاعلام والمجتمع، المجلد 7، العدد 1، 2023.
- 15- درقالي حياة ونوال بومشطة، "نظرية حارس البوابة وتطبيقاتها على الاعلام الجديد -مدخل نظري-، مجلة العلوم الانسانية والحضارة، المجلد 4، العدد 1، 2022.
- 16- دريدي عبد القادر، التحولات الرقمية للاعلام التقليدي من منظور "التشكل العضوي" وكالة الأنباء الجزائرية (و أ ج) نموذجا، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 10، العدد 1، 2021.
- 17- ديدوش محمد مخطار وزيات فيصل، آليات التحليل الماركسي، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، العدد 4، 2019.
- 18- رايس علي ابتسام، نظرية "الاستخدامات والاشباعات" وتطبيقاتها على الاعلام الجديد (مدخل نظري)، مجلة دراسات، المجلد 8، العدد 25، 2016.
- 19- رمضان عبد المجيد، مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام: قانون الاعلام الجزائري نموذجا، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 6، 2013.
- 20- سامي لطيف محمد ربحاب، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الاعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه، مجلة البحوث الاعلامية، العدد 55 أكتوبر 2020.
- 21- سراي سعاد، "بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مجلة علوم الانسان والمجتمع، المجلد 7، العدد 28، 2018.
- 22- سويقات لبنى وعبد القادر عبد الإله، "الحتمية التكنولوجية": مدخل نظري لدراسة استعمالات الاعلام الالكتروني، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 9، العدد 2، 2016.

- 23- سيد عبد الرحمان نجلاء وآخرون، الاعلام التنموي ودوره في خدمة المجتمع المصري وتنميته (الواقع والمأمول)، مجلة الدراسات والابحاث البيئية، المجلد 10، العدد 1، 2020.
- 24- شلط أيوب موسى وزكية الحسني، استخدام الشباب لتطبيق التيك توك والاشباعات المحققة منه: دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الاعلامية، المجلد 9، العدد 24، 2023.
- 25- صابي فاطمة، الأداء الوظيفي لحارس البوابة في البيئة الاعلامية الجديدة، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 90، العدد 3، د س ن.
- 26- عبادة نور الهدى، "تطور مقاربات وأبحاث جمهور وسائل الاعلام والاتصال"، مجلة مدارات سياسية، المجلد 1، العدد 1، 2017.
- 27- عبد الرحمان صالحى، علاقة السلطة بالصحافة في الجزائر "أي مستقبل لحرية الاعلام: قراءة على ضوء المكتسبات الاعلامية الجديدة"، مجلة الباحث في العلوم الاجتماعية والانسانية، المجلد 4، العدد 12، 2020.
- 28- عزوز وهيبه حنان، الفضاء الالكتروني، إعادة النظر في قادة الرأي، مجلة قبس للدراسات الانسانية والاجتماعية، المجلد 3، العدد 2، 2019.
- 29- علي بسيوني محمد إبراهيم، الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية: دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، الجزء 4، العدد 55 (2020)
- 30- علي سيد عبد النبي مصطفى، الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والاشباعات، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد 23، 2019.
- 31- فريدة مرابط، نظريات التأثير القوي في ظل الاعلام الجديد، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد 4، 2018.
- 32- فكري زواوي، "النمذجة في العلوم الاجتماعية من المفهوم إلى المؤشرات"، مجلة التدوين، العدد 10، 2018.
- 33- فوزي كنانة محمد ووفاء ضيف الله، الاعلام التنموي والتخطيط الاعلامي: آليات ضرورية لتحديث المجتمع، مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 5، العدد 2، 2018.
- 34- الفيصل عبد الأمير، "الاشباعات المتحققة عبر الانترنت، وعلاقتها بالابتعاد الأسري، مجلة مدار الآداب، المجلد 1، العدد 13، 2017.
- 35- قوعيش جما، مقاربات الاعلام المعاصرة - قراءة في الأسس والمنطلقات-، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 8، العدد 1، 2014.

- 36- كاف كريمة، "بناء الأجنده في الإعلام التلفزيوني الجزائري: دراسة وصفية لحالة الفضائيات الخاصة"، مجلة المعيار، المجلد 25، العدد 54، 2021.
- 37- كبور منال، نظرية الحرية، حرية للإعلام أم للتعبير؟، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 7، العدد 1، 2020.
- 38- لبصير فطيمة، الاعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية، مجلة العلوم الانسانية، المجلد ب، العدد 47، 2017.
- 39- لوانسة سوسن وليلى بن أطرش، الاشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث الاعلام الجديد قراءة تحليلية، مجلة المعيار، المجلد 23، العدد 47، 2019.
- 40- ليندة ضيف، الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجنده من يرتب أولويات وسائل الاعلام؟، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد 3، العدد 3، 2015.
- 41- ماجدة أبو الفتوح محمد الحريري، اعتماد الشباب الجزائري على برامج التوك شو بالقنوات الفضائية الحكومية والقنوات الخاصة كمصدر للمعلومات حول تنمية القرية المصرية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، الجزء 1، (جولية/ديسمبر 2023).
- 42- محمد أبو الحسن منال، تبني الشباب لوسائل الاعلام الاجتماعي ودوره في التحول التنافسي لوسائل الاعلام التقليدية، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد 28، أكتوبر/ديسمبر 2019.
- 43- محمد ربيع أمال وهبة أحمد أحمد أحمد، نظريات فلسفة الاعلام وتطبيقاتها في عصر التحول الرقمي، مجلة كلية التربية، الجزء 3، العدد 28، 2022.
- 44- محمد محمدي سماح، اندماج الشباب والمراهقين في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره على إدراكهم للواقع، دراسة حالة على قضية البناء وراجع في إطار نظرية الغرس الثقافي، مجلة البحوث الاعلامية، العدد 54، الجزء 3، جولية 2020.
- 45- مروة مصطفى مصطفى شمس، "الاتجاهات الأساسية في نظرية التسويق الاجتماعي: دراسة استطلاعية"، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان، العدد 5، 2016.
- 46- المصري إبراهيم وعمرو أبو جبر، العلاقة بين مستويات استخدام الجمهور الفلسطيني الاعلام الرقمي ومستويات المعرفة بقضايا الشباب، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد 42، 2017.
- 47- معين الكوع وعبد الله زماري، الغرس الثقافي في الدراما التطبيقية: دراسة في تحليل الخطاب النقدي لمسلسل أم هارون، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 49، العدد 6، 2022.

48- مكرتار خيرة، دور حارس البوابة في ظل الاعلام الجديد، الساورة للدراسات الانسانية والاجتماعية، العدد 5، 2017.

49- نور الدين تواتي، "ماكلوهان مارشال ... قراءة في نظرياته بين أمس واليوم"، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 10، 2013.

50- الهلة محمد، "قيمة الغلم والعمل في الإسلام ودورهما في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 4، العدد 1.

51- وشنان حكيمة، النظرية العلمية وعلاقتها بالبحث العلمي: البحث الاجتماعي نموذجاً، مجلة آفاق للعلوم، العدد 7 (2017).

III. الدراسات والأبحاث:

1- "التأثير الإعلامي والأيديولوجيا في الصحافة الإيرانية"، المركز العربي للبحوث والدراسات، في:

<http://www.acrseg.org/41966>

2- "المدخل النظرية في بحوث الاعلام الرقمي"، مركز القرار للدراسات الاعلامية، 9 سبتمبر 2021، في:

<https://alqarar.sa/4926>

3- "تصنيفات نظرية الاتصال"، في: <http://tele-ens.univ->

[oeb.dz/moodle/course/view.php?id=4031](http://tele-ens.univ-oeb.dz/moodle/course/view.php?id=4031)

4- إبراهيم عبد العظيم حسني، النظرية السوسيولوجية وقضايا الاعلام والاتصال، الحوار المتدمدن،

2011/06/20، في: <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=264036>

5- أبو الحمام عزام، "مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الأجندة في سياق البيئة الرقمية للاتصال والاعلام"، مركز الجزيرة للدراسات، 28 سبتمبر 2020.

6- بن عمروش فريدة، الاتجاهات النقدية في الاعلام والاتصال، مطبوعة مقدمة لطلبة السنة الثانية ماستر، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الاعلام والاتصال، 2019/2018.

7- تامر نادي، الديمقراطية التشاركية للإعلام- المفهوم والنظرية، ملتقى الباحثين السياسيين العرب، في:

<https://arabprf.com/?p=3256>

8- الحاج كمال، نظريات الاعلام والاتصال، (دمشق، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020.

9- حسونة نسرين نظريات الاعلام والاتصال، شبكة الألوكة 2015، د س ن.

10- خير الله هشام رشدي، محاضرات في نظريات الاعلام، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، د س ن.

11- دهلاس جينفر، "نظريات فلسفة الاعلام"، محاضرات في مقياس نظريات الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2020/2019.

12- سلطان محمد ناصر القاسمي، "مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد دراسة مسحية على المؤسسات الحكومية في سلطنة عمان"، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، ديسمبر 2016،

13- شيقر سليمة وشيقر نادية، "المسؤولية الاجتماعية من منظور إعلامي"، ورقة مقدمة في يوم دراسي حول: مكانة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، في:

https://www.researchgate.net/publication/363116720_almswwlyt_alajtmayt_mn_mnzw_r_al-amy_-drast_fy_tasyl_almfhw_m

14- عبد المقصود نهى، نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، الأسس والمنطلقات، المعهد المصري للدراسات، 21 نوفمبر 2018.

15- عبد المقصود نهى، نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام الأسس والمنطلقات، المعهد المصري للدراسات، 21 نوفمبر 2018.

16- عبيدش صونية، "مدخل إلى علوم الاعلام والاتصال"، مطبوعة بيداغوجية في مقياس: مدخل إلى علوم الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2022 / 2023.

17- عدلان مرزوق، مطبوعة محاضرات في مقياس نظريات الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية علوم الاعلام والاتصال، 2020 / 2019.

18- العلاقة بين حارس البوابة القائم بالاتصال"، مركز آراء للعلام والتنمية، في:

<https://kenanaonline.com/users/arakmedia/posts/730689>

19- غالية غضبان، "الاتجاهات النظرية في وسائل الاعلام الجديدة"، ورقة بحثية مقدمة في اليوم الدراسي حول: الجدوى العلمية لنظريات الاتصال في بحوث الاعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، ص 69، في:

https://vrlex.univ-batna.dz/images/proceeding/theorie_commu/communication.pdf

20- محمد السيد حمزة هبة، "دور برامج الرأي التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام في إطار نموذج كسر الصمت، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين (الاعلام الرقمي والاعلام التقليدي، مسارات للتكامل والمنافسة)، في:

https://ejsc.journals.ekb.eg/article_226418_6d995559bfe1ea21cadbaa1297f2838c.pdf

- 21- محمد جاسم فلح الموسوي، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك. د س ن.
- 22- محمد نصر حسني، "اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الاعلام الجديدة: دراسة تحليلية للانتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة"، ورقة مقدمة في: مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والاشكالات المنهجية، الرياض: 10، 11 مارس 2015.
- 23- ممدوح السيد عبد الهادي شتلة وحنان كامل حنفي مرعي، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، دراسة ميدانية على عينة الشباب الجامعي المصري، دورية اعلام الشرق الأوسط، العدد 11، خريف 2015، في: https://jmem.gsu.edu/files/2014/07/JMEM-2015_ARABIC_Shtlh_Kamel.docx
- 24- نصر الدين العياضي، "التفكير في عدة التفكير: مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات والاشباع في البيئة الرقمية"، مركز الجزيرة للدراسات، 2020./12/24.
- 25- هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظرية الاعلام جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والاعلام د س ن.
- 26- يوزن محمد لمين وفايزة بوزيد، "وظيفة القائم بالاتصال في البيئة الاعلامية الجديدة" قراءة في مستجدات نظرية حارس البوابة"، ورقة بحثية مقدمة في يوم دراسي حول: البيئة الاعلامية الجديدة: مظاهر التحول، جامعة المسيلة، 11 أبريل 2017.

IV. الأطروحات:

- 1- أحمد المصري منى، "الكتاب والأدباء الأردنيون والاشباع المتحققة لهم من وسائل الاعلام التقليدية والرقمية"، أطروحة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2010.
- 2- فريجات نسبية، "أولويات القضايا البيئية لدى إذاعة الوادي المسموعة وجمهورها، دراسة تحليلية لعينة من البرامج البيئية بإذاعة الوادي وجمهورها "من جانفي إلى مارس 2013"، أطروحة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الاعلام والاتصال، (2013/2014).

V. المواقع الإلكترونية:

- 1- صالح أونيني، نظرية انتشار الابتكارات: المبادئ والممارسات، 2023/09/26، في: <https://businessyield.com/ar/terms/diffusion-of-innovations-theory>
- 2- أسامة بن المساعد المحيا، نظريات التأثير الاعلامية، في: <file:///C:/Users/pc1/Downloads/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA%>

[20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9.pdf](https://ia802906.us.archive.org/1/items/20200409_20200409_1317/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84%20%D9%85%D8%AF%D8%AE%D9%84%20%D9%85%D8%AA%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%84.pdf)

3- بشير العلق، نظريات الاتصال (مدخل متكامل)، ص 73، في:

https://ia802906.us.archive.org/1/items/20200409_20200409_1317/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84%20%D9%85%D8%AF%D8%AE%D9%84%20%D9%85%D8%AA%D9%83%D8%A7%D9%85%D9%84.pdf

4- التأطير الإعلامي وصياغة الخبر، موقع رسالة الجامعة، في: <https://rs.ksu.edu.sa/issue-1295/5084>

5- تامر نادي، في: <https://arabprf.com/?p=3256>

6- تحليل الإطار الإعلامي، في:

<file:///C:/Users/pc1/Downloads/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D8%B7%D9%8A%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A.pdf>

7- التطور التاريخي لنظريات الاعلام والاتصال في: [http://tele-ens.univ-](http://tele-ens.univ-oeb.dz/moodle/course/view.php?id=4031)

[oeb.dz/moodle/course/view.php?id=4031](http://tele-ens.univ-oeb.dz/moodle/course/view.php?id=4031)

8- فاطمة الزهراء سعداوي، نظرة حول نظريات التأثير لجمهور وسائل الاعلام، في:

http://saadaouifatima.blogspot.com/2017/04/3-fatima_2.html

9- فلك صبيرة، نظرية التأطير الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة دمشق، في:

https://www.academia.edu/34656987/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B7%D8%B1_docx

10- متري جوزيف أنطون، "دور قنوات التلفزيون الحكومية والخاصة في تشكيل معارف الشباب واتجاهاته نحو قضايا الأمن القومي المصري، في:

https://joa.journals.ekb.eg/article_80275_14fc8f2a6b26e919d50ab9c257feb44a.pdf

11- معجم المصطلحات الكبير، نظرية الغرس الثقافي، في:

<https://www.diwanalarabia.com/Display.aspx?args=E639BE9C8A7134F4B42C3D7A9457D1BD1EEC91375F5C6BBBE483E22A292D8AD511B987891AE7A1EBAE0577188426CE40CDCD02E51D811D35001229FFA0D3BA602DC9F1FCD9BD7DE41593FF9EF7E4DEB7E0F1A59E>

[E8C70DB18097DD02C74A3C54DC344993320A89AC15436BE130B587677CA39B4927EE0](https://fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/nzryt_ltsl_1.pptx)

[5CF](#)

12- هالة بن علي برنات، نظريات الاتصال، في:

https://fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/nzryt_ltsl_1.pptx

13- ياسين قرناني، "قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمة"، في:

[file:///C:/Users/pc1/Downloads/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%A1%D8%A9-](file:///C:/Users/pc1/Downloads/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%A1%D8%A9-%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-)

[-D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84%D9%8A%D8%A9-](file:///C:/Users/pc1/Downloads/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%A1%D8%A9-%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-)

[%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-](file:///C:/Users/pc1/Downloads/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%A1%D8%A9-%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-)

.VI. المراجع الأجنبية:

1- Aziz Douai, Tow- Step Flow of Communication Theory, **Encyclopedia of Social Networks**, 2011, p 888.

2- Chan kim Yong-, «Media System Dependency Theory », 2022, in : https://www.researchgate.net/publication/345737612_Media_System_Dependency_Theory

3- Chinenye Nwabueze and Ebere Okonkwo, Rethinking the Bullet Theory in the Digital Age, **International Journal of Media, Journalism and Mass Communications**, Volume 4, Issue 2, 2018.

4- Chukwu Obinna Johnkennedy and Omokhuebey Evelyn Ogo, Relevance of Bullet Theory in the Era of Social-media: Paradigms, Trends and the Implications, **ISRG Journal of Arts, Humanities and Social Sciences**, Volume 2, Number 6, 2024.

5- Feng Qianyu, «Analysis of Technological Determinism and Social Constructionism », **Proceedings of the 2022 8th International Conference on Humanities and Social Science Research**, Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 664, 2022.

6- Flora Hajdarmataj and Alaaddin F. Paksoy, Uses and Gratifications Theory in Social Media Applications: Today's Active Users, Characteristics and Obtained Gratifications, **Current Studies in Communication Sciences- 1**, 2022.

- 7- Guran Salih and Huseyin Ozarslan, **Framing Theory in the Age of Social Media**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Number 48, 2022.
- 8- Inyang Mayen-Julia Paul and others, Development Communication Process and Theories: An Overview, **An Interdisciplinary Journal of Human Theory and Praxis**, Vol 3, N° 1, 2020.
- 9- McCombs Maxwell and Valenzuela Sebastián, «The Agenda-Setting Theory», Scientific Information System Network of Scientific Journals from Latin America, the Caribbean, Spain and Portugal Non-profit academic project, developed under the open access initiative, 2007.
- 10- Tahir Ahmad Wani and Syed Wajid Ali, Innovation Diffusion Theory Review & Scope in the Study of Adoption of Smartphones in India, **Journal of General Management Research**, Volume 2, Issue 2, 2015.

الفهرس:

قائمة المحتويات	
الصفحة	العنوان
2	مقدمة
5	المحور الأول: تقديم عام لنظريات الاعلام والاتصال
5	المحاضرة الأولى: مدخل مفاهيمي: ضبط مفهومي ومصطلحي
12	المحاضرة الثانية: تأريخ نظريات الاعلام والاتصال وتصنيفاتها
19	المحاضرة الثالثة: لمحة عن نظريات الإعلام الفكرية السياسية
39	المحور الثاني: نظريات التأثير المباشر والمحدود لوسائل الاعلام على الجمهور
39	المحاضرة الرابعة: نظرية التأثير المباشر (الطلقة السحرية)
43	المحاضرة الخامسة: نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين
47	المحاضرة السادسة: نظرية انتشار المبتكرات
53	المحاضرة السابعة: نظرية الاستخدامات والاشباعات
62	المحور الثالث: نظريات القائم بالاتصال
62	المحاضرة الثامنة: نظرية حارس البوابة
70	المحور الرابع: نظريات التأثير القوي لوسائل الاعلام على الجمهور
70	المحاضرة التاسعة: نظرية الحتمية التكنولوجية
77	المحاضرة العاشرة: نظرية دوامة الصمت
83	المحور الخامس: نظريات التأثير المعتدل لوسائل الاعلام على الجمهور

83	المحاضرة الحادية عشر: نظرية الأجندة
93	المحاضرة الثانية عشر: نظرية التأطير الإعلامي
100	المحاضرة الثالثة عشر: نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام
109	المحاضرة الرابعة عشر: نظرية الغرس الثقافي
114	المحاضرة الخامسة عشر: نظرية فجوة المعرفة
118	المحور السادس: نظريات الاعلام الجديد
118	المحاضرة السادسة عشر: نظرية التشكل العضوي لوسائل الاعلام
122	الخاتمة
123	قائمة المراجع
135	الفهرس