

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



محاضرات في مقياس نظريات الإعلام والاتصال

مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس (إتصال /إعلام)

إعداد الدكتور: هشام عبادة

السنة الجامعية

2025/2024

فهرس المحتويات

01.....	مقدمة.....
04.....	- المحاضرة (01): مفهوم النظرية والمقاربة.....
11.....	- المحاضرة (02): البراديغم (النموذج المعرفي)
14.....	- المحاضرة (03): تطور التنظير في علوم الإعلام والاتصال
19.....	- المحاضرة (04): نظرية التأثير المباشر لهارولد لاسويل
23.....	- المحاضرة (05): نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة):
33.....	- المحاضرة (06): النظرية النقدية ومدرسة فرانكفورت
33.....	• مدرسة فرانكفورت والنظرية النقدية
37.....	• الصناعات الثقافية
45.....	- المحاضرة (07): التفاعلية الرمزية:
52.....	- المحاضرة (08): انتقال المعلومات عبر مرحلتين:
56.....	- المحاضرة (09): نظرية انتشار المبتكرات:
64.....	- المحاضرة (10): النظرية البنائية الوظيفية:
67...	- المحاضرة (11): نظرية الوسائل كامتداد للحواس لمارشال ماكluهان (الاحتمية التكنولوجية)
75.....	- المحاضرة (12) نظرية الغرس الثقافي
79.....	- المحاضرة (13): نظرية الفجوة المعرفية
83.....	- المحاضرة (14): نظرية دورة الاهتمام بالقضايا
88.....	- المحاضرة (15) نظرية دوامة الصمت
99.....	- المحاضرة (16): نظرية تحليل الإطار الإعلامي (الأطر الخبرية)
103.....	- المحاضرة (17): نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
108.....	- المحاضرة (18): نظرية الاستخدامات والاشباع:
117.....	- المحاضرة (19): نظرية حارس البوابة:
123.....	- المحاضرة (20): النظريات المفسرة للعنف في وسائل الإعلام:
127.....	- المحاضرة (21): تطورات البحوث الرقمية ونظريات الإعلام الجديد:
	- خاتمة
	- قائمة المراجع

مقدمة

يؤدي الاعتماد على النظريات إلى جعل البحث العلمي أكثر تماسكا ويضعه في مسار إنتاج المعرفة، أكثر من مجرد إيجاد حلول لإشكالية ما، وعليه نلاحظ أن توظيف النظريات في حقل الإعلام والاتصال مرهون بالاستلاف إلى حد الآن، وأن فعل التنظير مزال عاجزا لعدم كفاية الأدوات والآليات المفعلة له، وأحد أسباب هذا القصور تصاعد تيار العبر تخصصية الذي يفتح المجال لاستقدام النماذج والنظريات الجاهزة وتجريبها دون الذهاب إلى إيجاد محركات إنتاج ما يماثلها أو يفوقها نوعا وكما على صعيد البيئة العربية.

إن النظريات عبارة عن شروحات لسلوك طبيعي أو اجتماعي أو لحدث أو ظاهرة وبشكل أكثر رسمية فإن النظرية العلمية تتكون من نظام من البنيات أو التركيبات (المفاهيم)، واقتراحات (العلاقات بين تلك المتغيرات) والتي تقدم بشكل كلي شرح منطقي وتنظيمي ومنهجي متماسك للظاهرة محل الاهتمام من خلال بعض الافتراضات والشروط المحددة

تميز عملية توظيف النظريات العلمية في أدبيات البحث حالة فوضى واضطراب منهجي، مرده الإرث المعرفي الغير مرتب، وتعدد المداخل والبراديغمات وتداخلها من ناحية أخرى، بسبب ضعف التفكير المنهجي الكفيل بإنجاح المطلب التفسيري والتأويلي لقوانين وعلاقات النظرية الموظفة، وهذا ما أنتج انزلاقات منهجية على مستوى الانتقال من فهم النظرية كنسق معرفي إلى فهمها كإجراءات مقيدة بأسس وممارسة منهجية ضابطة، وموجهة لعملية احتواء إشكالات البحوث والدراسات الإعلامية والاتصالية، لذلك توجهت المداخلة نحو التركيز على موضوعة النظرية ضمن اشتغال منهجي مؤسس بعيدا عن التوظيف العشوائي الذي كرسه الأخطاء الشائعة في البحث العلمي

يكون بناء النظرية واختبار النظرية صعب بالذات في العلوم الاجتماعية والإنسانية بسبب الطبيعة المبهمة للمفاهيم النظرية والأدوات الغير كافية لقياسهم ووجود العديد من العوامل الغير معلومة والتي من شأنها أن تؤثر أيضا على طبيعة الظاهرة المبحوثة كما من الصعب أيضا تنفيذ أو إقصاء النظريات التي لا تعمل أو التي صار العمل بها غير مجد في البحث العلمي وبالتالي فإن القيام ببحث جيد يتطلب مهارات نظرية وتقنيات منهجية تعملان مع بعضهما البعض إحداهما تضبط الأخرى.

إن العمل بالنظريات في تخصص علوم الإعلام والاتصال عانى من مشكلة التنظير حيث بقية مسألة إيجاد بدائل معرفية تفسيرية أو إرشادية (نظريات أو نماذج) رهينة الترجمات والنقل المفاهيمي الذي توجه بالإرث الغربي نحو الموازنة والتكيف في البيئة العربية دون تجاوز ذلك إلى بناء أرضية معرفية قوية ذات مقومات وإمكانيات باعثة على إنتاج نظريات وفق الحاجة التي تفرضها طبيعة المشكلات والظواهر المتجددة.

تميز عملية توظيف النظريات العلمية في أدبيات البحث حالة فوضى واضطراب منهجي، مرده الإرث المعرفي الغير مرتب، وتعدد المداخل والبراديجمات وتداخلها من ناحية أخرى، بسبب ضعف التفكير المنهجي الكفيل بإنجاح المطلب التفسيري والتأويلي لقوانين وعلاقات النظرية الموظفة، وهذا ما أنتج انزلاقات منهجية على مستوى الانتقال من فهم النظرية كنسق معرفي إلى فهمها كإجراءات مقيدة بأسس وممارسة منهجية ضابطة وموجهة لعملية احتواء إشكالات البحوث والدراسات الإعلامية والاتصالية، لذلك توجت المداخلة نحو التركيز على موضوعة النظرية ضمن اشتغال منهجي مؤسس بعيدا عن التوظيف العشوائي الذي كرسه الأخطاء الشائعة في البحث العلمي

فالتوجه نحو مقارنة إشكالات الوسائط الجديدة حتما سيبدأ من النظريات التي قوربت بها وسائل الإعلام التقليدية مع التحفظ على المصطلح (تقليدي)، فنجد الباحث يتبنى التلقي، ومدخل الاستخدام والإشباع، ولولب الصمت، وحارس البوابة، والتأثير، وانتقال المعلومات والتفاعلية الرمزية، وغيرها من النظريات والبراديجمات مع

اختلاف فقط في المجال البحثي والوسيلة. إن هذا التوظيف لا يشرعن لإنشاء نظريات خارقة للعادة ولا يبعث على ضرورة الإسراع في إنشاء مصنع للنظريات العلمية المفسرة تحت ضغط فكرة التقانة والتسارع التكنولوجي ومواكبة تطور أبحاث الاتصال.

يجد الطلبة صعوبة كبيرة في اختبار الفروض التي تطرحها النظريات لأن معرفة سياقات تشكل هذه النظريات محدود جدا، حتى أهم الدراسات الإمبريقية التي سبقتها مجهول، والحاصل أنهم يتلقونها في شكل ملخصات واختزالات تتعارض مع أهداف تدريس مقياس "نظريات الإعلام والاتصال" الذي يتطلب بذل جهد كبير في توظيفها، وليس فقط دراسة تركيبها وظروف نشأتها وأهم مؤسسيها.

لذلك فالطلبة ملزمون أولا بالتعرف على أبرز النظريات المؤطرة لتخصص الإعلام والاتصال، منذ التأسيس إلى اليوم، مع ضرورة مراعاة النظريات الجديدة التي لم تصل بعد إلى الجامعات العربية بفعل بطء حركة الترجمة أو ضعفها، إضافة إلى ذلك يجب امتلاك مهارة تفكيك المشكلات والظواهر في ضوء السياقات التفسيرية التي تقترحها النظريات، ثم التدريب على كيفية اختبارها لأن ذلك يطرح مشكلة كبيرة، فمن خلال وجهات نظر هيئات التدريس في الجزائر مثلا، تين أن هناك ضعفا كبيرا لدى الطلاب في العمل بالنظريات بشكل صحيح، ومرد ذلك حسبهم عدم امتلاك منهجية استنباط معرفية إضافة إلى الاكتفاء بتعلم النظريات بشكل سطحي دون تدريب على تطبيقها في البحوث والحصص الدراسية.

أولاً: مدخل مفاهيمي (النظرية، المدخل، البراديغم، المقاربة).

المحاضرة (01): (مفهوم النظرية والمقاربة)

يكون بناء النظرية واختبار النظري صعب بالذات في العلوم الاجتماعية والإنسانية بسبب الطبيعة المبهمة للمفاهيم النظرية والأدوات الغير كافية لقياسهم ووجود العديد من العوامل الغير معلومة والتي من شأنها أن تؤثر أيضا على طبيعة الظاهرة المبحوثة كما من الصعب أيضا تفنيد أو إقصاء النظريات التي لا تعمل أو التي صار العمل بها غير مجد في البحث العلمي وبالتالي فإن القيام ببحث جيد يتطلب مهارات نظرية وتقنيات منهجية تعملان مع بعضهما البعض إحداهما تضبط الأخرى.

تنتمي النظرية إلى حقل التبرير بينما التنظير ينتمي إلى سياق الاكتشاف ويمكن عزل والعناصر التي تشكل عملية التنظير والمقصود هنا بالتنظير العلمية التي تسبق وضع النظرية في شكلها النهائي ولا يمكن وضع نظرية دون معرفة بالحقول المعرفية ذات نطاق واسع.

أبرز ميرتون في كتابه النظرية الاجتماعية والبنية الاجتماعية، أن جوهر النظرية هو تفسير الظواهر بينما النماذج تسمح بالكشف والإيحاء عن العلاقات والوسائل المفيدة التي يمكن إن يتبعها الباحث كنمط يسترشد به على منظومة الأفكار، المدارس، المفاهيم، النظريات، المقاربات.¹

يجب أن نكون حريصين في التمييز بين النظريات والأفكار المجردة، يشير مفهوم النظرية إلى وجه من أوجه الحقيقة المتفق عليها، نمطيا تزودنا النظريات بعدسات من خلالها نرى العالم، وتوفر طريقة لتوقع واحد أو أكثر من المفاهيم. بمعنى أن النظرية تحمل تأكيدا علميا تم من خلاله فحص الواقع والتثبت منه.²

¹ - ريمون بودون، فرانسوا بوريكو، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة: حداد سليم، دويان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1986، ص 574.

² - ماريان ديانتن وإليان زيلي، تطبيق نظرية الاتصال في الحياة المهنية، ترجمة: عبد الحكم الخطامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص 13-14.

وهي: " شبكة من المفاهيم التي تولدت عن دراسة جزء من المجتمع في حركته أو أحد بنياته الثابتة."

فالنظرية حسب كارل بوبر، هي معرفة موضوعية مبنية على ملفوظات منسجمة ويمكن التحري من صحتها، أي يمكن إجراء فحص النظرية أكثر من مرة للوصول إلى الحقائق الموضوعية ذاتها، وهذا يوحي بأن الواقع الذي يجري فحصه يتسم بثباته وعدم تغيره.¹

يعرف جيبز Gibbs النظرية بأنها "مجموعة من القضايا التي ترتبط فيما بينها في صورة تأكيدات إمبريقية تتعلق بخصائص مجموعة محددة من الأحداث والأشياء" ويعرفها برايت وايت بأنها: "مجموعة من الفروض التي تكون نسقا استنباطيا". أما تيماشيف فيعرفها: "على أنها مجموعة من القضايا التي يجب أن تتوافر فيها الشروط التالية:

أولا، المفاهيم المعبرة عن القضايا مضبوطة بدقة.

ثانيا: يجب أن تنسق القضايا الواحدة تلو الأخرى.

ثالثا: أن توضع في شكل يجعل من الممكن اشتقاق التعميمات القائمة على نحو استنباطي.

رابعا: أن تكون هذه القضايا مثمرة وتكشف الطريق لملاحظات أبعد مدى وتعميمات تنمي مجال المعرفة.²

إن النظريات عبارة عن شروحات لسلوك طبيعي أو اجتماعي أو لحدث أو ظاهرة وبشكل أكثر رسمية فإن النظرية العلمية تتكون من نظام من البيانات أو التركيبات (المفاهيم) واقتراحات (العلاقات بين تلك المتغيرات) والتي تقدم بشكل كلي شرح منطقي وتنظيمي ومنهجي متماسك للظاهرة محل الاهتمام من خلال بعض الافتراضات والشروط المحددة

¹ - Attallah, P. théorie de communication (sens, sujets, savoirs: presse de l'université du Québec. (1991).p10.

² -عبد الله محمد عبد الرحمان، علم الاجتماع النشأة والتطور، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2007، ص100.

والمقصود أن النظرية وعاء معرفي قابل للتجريب والإسقاط للتأكد من مدى قدرتها على قراءة ظاهرة ما في الواقع، وتفسيرها تفسيراً معمقاً، بعد التأكد من سلامتها العلمية وصحة علاقاتها المنطقية التي تطرحها كقوانين أو كصيغ وعلاقات تفسيرية، وليس من الممكن العمل بنظرية غير مألوفة أو غريبة، أو غير مجربة على نطاق واسع أو غير متأكد من قابليتها وكفاءتها على قراءة الواقع قراءة علمية خالية من الافتراضات الشخصية للباحث.

بينت نتائج دراسة أجريت عام 1978 عن مفهوم النظرية أن علماء الاجتماع الأمريكيين لم يكونوا يتصوروا مفهومها بالطريقة نفسها ويرى بعض الكتاب أيضاً أننا نستطيع تجميع التعريفات في ثلاثة أصناف:

- 1- تصور شكلي: إن النظرية نظام افتراضي استنتاجي تكونه مجموعة من القضايا عرفت مصطلحاتها بدقة ووضعت انطلاقاً من مفهومة للواقع المدرك أو الملاحظ.
- 2- تكون النظرية في رأي مانهايم Mannheim و"نيسبت" Nisbet نظاماً من المعتقدات الإيديولوجية، وهي تتيح بتنوعها مع التاريخ، فهم الحقيقة التي نثيرها.
- 3- النظرية المفسرة: وهي تساعد في فهم عصر (مثال ذلك ريسمان وغوفمان) ويرى "غولدنر" Goldner ونيسبت Nisbet أن النظرية الجيدة هي التي تعطي للواقع معنى¹ كل النظريات تنصف بعناصر قوة وعناصر ضعف، إنها تكف أوجه معينة من الحقيقة وتخفي أخرى لذلك يمكن تقييمها علمياً من خلال²:

¹ - مادلين غراويتز، مناهج العلوم الاجتماعية (منطق البحث في العلوم الاجتماعية)، ترجمة: سام عمار، المنظمة العربية للترجمة والثقافة، والعلوم، والمركز العربي للتعريب والترجمة، دمشق، 1993، ص 95.

² - ماريان ديانتز وإليان زيلي، تطبيق نظرية الاتصال في الحياة المهنية، ترجمة: عبد الحكم الخزامي، الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص 17.

مجال التقييم	البحث عن ماذا؟
الدقة	هل تدعم البحوث أن النظرية تنجح بالطريقة التي تدعم القيام بها؟
التطبيق العلمي	هل توظيفها في تفسير الواقع موجود وقابل للتحقق؟
الاكتمال	هل احتوت النظرية على اكتمال عناصر التفسير والأبعاد المعرفية؟
التماسك	هل تظهر النظرية تماسكا داخليا
القدرة على التفسير	هل النظرية الموظفة قادرة على مساعدتنا في فهم الواقع.
الجدّة	هل تساعدنا النظرية في تقديم قراءات وفهم جديد للاتصال في الواقع
متفق عليها	النظرية نتاج اتفاق الجامعة العلمية
قابلية التجريب	أي أنها تمتلك قابلية تجريبيها وإسقاطها على الظواهر.

1- المقاربة والاقتراب:

يشير الاقتراب إلى المعايير التي تنتقى من خلالها الأسئلة والبيانات الملائمة، كما يستخدم المدخل للإشارة إلى المعايير المستخدمة في انتقاء الأسئلة التي تطرح والضوابط التي تحكم اختيار موضوعات ومعلومات أو استبعادها من نطاق البحث، ويمكن الاستعانة بمدخل واحد أو أكثر في مجال الدراسات الاجتماعية والإنسانية ، وعليه فالاقتراب يستخدم كإطار لتحليل الظواهر السياسية والاجتماعية ودراسها، كما يساعد الباحثين والمحللين على تحديد الموضوعات الأكثر أهمية وإيضاح جوانبها الأساسية ويعينهم على الكيفية التي يعالجون بها موضوعاتهم.¹

والمقاربة عموماً تتعلق بخطوة فكرية وهي تتطلب المراحل النظامية المرئية، للتقنية إنها موقف ينطوي على المرونة والحذر ويتصف بحالة من اليقظة، إن المقاربة هي المنهج والتقنية بدون حدود بينهما لا يطبقان بالجملة، وإنما يستعملان لدراسة موضوعات حساسة بجرعات مناسبة لردود فعل غير متوقعة والمقاربة تقدم في صورتها التطبيقية (اشتغال) والنظرية (بناء وتصور).

¹ - عمار بوحوش، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي، 2019، ص 160.

والمقاربة يمكن أن تكون صيغة نظرية مستقاة من مجموعة من الأفكار والتجارب الإيديولوجية، أي أن نجاحها يمكن أن يكون متنوعا وليس موحدا، في حين أن المدخل المنهجي يكون مادة ذات اتجاه واحد، بينما تكون المقاربة على سبيل المثال سوسيو ثقافية أو سوسيو تاريخية مقارنة، وهذا ما يثبت تنوع اتجاهاتها، كما أنها لا ترتقي لأن تكون مدخلا منهجيا، فهي لا تعدو أن تكون أكثر من طريقة.¹

والاقتراب يحمل معه خلفيات فكرية وثقافية للمجتمع العلمي الذي ولد فيه، ما يوجب على الباحث الذي يتبع اقترابا معينا سبق لغيره أن استخدمه التعامل معه بحذر والعمل على اختياره واكتشاف خلفياته.

يعرف الدكتور (محمد الشلي) الاقتراب بأنه: "يستخدم للإشارة إلى المعايير المختلفة في انتقاء الأسئلة التي تطرح والضوابط التي تضم اختيار موضوعات ومعلومات معينة أو استبعادها من نطاق البحث، إذن هو "اتجاه أو ميل الباحث إلى اختيار مفاهيمي والاهتمام بدراسة مجموعة محددة من الفرضيات من أجل الوصول إلى صياغة نظرية معينة كما أنه يحدد نوعية المفاهيم، الاستفسار والطرق التي يستعملها الباحث في الدراسة"²

أما الدكتور عامر مصباح فيعرف الاقتراب بأنه: "الإطار النظري الذي يؤثر البحث، ويعمل بمثابة المنظار المنهجي أو المبصار الذي ينظر بواسطته الباحث إلى الظاهرة المبحوثة"، والأهمية المنهجية للمقاربة المنهجية هي المساعدة على تأطير جهد الباحث وتفكيره وحمايته من التشتت، وفقدان التحكم في أبعاد البحث، أو متغيرات الدراسة.³

وعليه يتأسس الاقتراب لدى الباحث وليس على مستوى النظرية كجزء، فهو البروتوكول الإجرائي الذي يبينه باحث ما ويختلف فيه عن غيره من الباحثين يشمل مجموعة من المهارات الفكرية والمنهجية في التقرب من الظاهرة وتفكيكها وفهمها، بمعنى أنه

¹ - نادية العيشي، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، مؤسسة سين رايس الجبل، الجزائر، 2017، ص 51.

² - عمار بوحوش، المرجع السابق، ص 15.

³ - المرجع نفسه، ص 15.

العمليات التي تحدد الكيفيات الموصلة لاحتواء موضوع البحث نظريا ومنهجيا وتطبيقيا بشكل منتظم ومرحلي.

إن مقولتي المدخل والاقتراب من القضايا الشائكة كونهما مازالا محل جدل واختلاف بين الباحثين وهناك نوع من عدم الدقة ولا استخدام لهما، فالمدخل تستخدم حسب بعض الباحثين للدلالة على الطريقة التي يسلكها الباحث حين يعالج موضوعا ما أي النقطة التي يبدأ منها تناول الموضوع ويعرفه موريس أنجرس بأنه: "طريقة خاصة غير تقليدية في استعمال النظرية.

كما يعرفه على أنه "التصور المنهجي لرؤية الواقع وتناول ظواهره ومراجعة الأنساق النظرية المساعدة حوله" ومن خلال التعريف نستنتج أن المدخل يشير إلى الطريقة المرنة لتناول البحث من منطلق نظري، بحيث يشكل خلفية فكرية للباحث.

تختلف النماذج عن النظريات في أن دور النظريات هو التفسير أما دور النموذج فهو التمثيل، إن مصطلح النموذج يعتبر من المصطلحات التي تستخدم في كثير من الأحيان جنبا إلى جنب مع النظرية، فالنموذج هو تمثيل من النظام الذي يتم بناؤه لدراسة جزء أو كل النظام¹

يتم وضع النظرية (Theory) وفقا لمجموعة من البنيات المترابطة بشكل منهجي والمقترحات التي تقدمت لشرح وتوقع ظاهرة معينة، أو سلوك معين ضمن شروط حدودية واقتراضات معينة. وبشكل أساسي، فإن النظرية تعتبر مجموعة منهجية من المقترحات النظرية، بينما المقترحات تربط بين إثنيين أو ثلاثة على الأكثر من البنيات. والنظريات تقدم نظاما من البنيات والمقترحات المتعددة. وبالتالي يمكن للنظريات أن تكون جوهرية أكثر تعقيدا وتجريدا وأكبر نطاقا من المقترحات ولا بد من الإشارة إلى أن الناس الغير

¹ - أنول باتشيرجي، بحوث العلوم الاجتماعية (المبادئ، المناهج، والممارسات) ، ترجمة : خالد بن ناصر آل حيان، ط 02، دار اليازوري، عمان، 2015، ص 49.

معتادة على البحث ينظرون للنظرية على أنها غالبا ما تظهر بشكل تكهنات أو ما هو عكس الحقيقة.¹

إستخدام النظريات له الكثير من الفوائد:

الفائدة الأولى هي أن النظريات تقوم بتوفير المنطق الرئيسي لحدوث الظواهر الطبيعية والاجتماعية من خلال توضيح الدوافع الرئيسية والنتائج الرئيسية للظاهرة المنشودة والسبب وراء حدوثها.

الفائدة الثانية هي أن النظريات تساعد على توضيح المعنى من خلال مساعدتنا على تركيب وبناء النتائج التجريبية المسبقة داخل إطار نظري والتوفيق بين النتائج المتناقضة من خلال اكتشاف العوامل المحتملة التي من شأنها أن تؤثر على العلاقة بين بنيتين في الدراسات المختلفة.

الفائدة الثالثة للنظريات هي أنها توفر الإرشاد للبحث المستقبلي من خلال المساعدة على تحديد البنيات (التركيبات) والعلاقات التي تكون بحاجة للزيد من البحث.

الفائدة الرابعة تكمن في أن النظريات يمكنها المساهمة في بناء المعرفة المتراكمة من خلال سد وتوصيل الفجوات بين النظريات الأخرى وإعادة تقييم النظريات الراهنة بشكل جديد.²

تساعد النظريات على إقامة نوع من الاستبصار في البحث العلمي، من خلال اللبنيات التي تضعها ك شروط للعمل (التركيب، البنيات، المنطق، الاقتراحات، الفروض) وهي عناصر كافية لجعل قراءة الظاهرة تتم في المستوى المعقد وليس المستوى السطحي حيث يكون الكشف أو الاستقراء فقط.

¹ - أنول باتشيرجي، المرجع السابق. ص 48.

² - المرجع نفسه. ص 78.

ثم إن فائدة النظريات تتحدد عند مقابلتها لإشكاليات بحث نتعدى التعرف والاستكشاف إلى المطالبة بتقديم تفسيرات عميقة لدينامية وحركية الظاهرة، وتفسير العلاقات المعقدة التي تصادف الباحث، كون البروتوكول الاستقرائي لا يسمح أحيانا بالفهم المعمق لأنماط الاستدلال على الحقائق وتأويلها في سياقاتها الصحيحة.¹

المحاضرة (02): البراديغم (النموذج المعرفي)

1- البراديغم: كلمة مأخوذة من الأصل اليوناني (Paradeigma) وتعني مثالا أو نموذجاً (Pattern) والمقصود بالبراديغم النموذج المعرفي الإرشادي في العصر المعني، وبما أنه في عصر معين، فهو راهن، ومؤقت ومتغير، والبراديغم يعيد معنى المثال أو النمط، والنمط لغوياً هو أسلوب أو طريقة (طراز)، نوع، وصنف² للتعبير عن مفهوم البراديغم، تستخدم في العربية مفردات كثيرة: (نسق، نظام، منظومة، أنموذج، مثال، هيكل، نظرية، منوال، ترسيمة...) غير أن هذا المقدار من المفردات التي تستخدم من دون تمييز في دلالاتها يعود إلى الفوضى المعرفية في الأوساط الأكاديمية العربية..³

وثمة مصطلح في اللغة الألمانية هو Weltanschauung مؤلف من كلمتين Welt ومعناها عالم، Anschauung ومعناها نظرة أو رأي أو تصور، يشير إلى طريقة لتصور العالم أو الإحساس به وفهمه، على نحو معين، وهو بالتالي يمثل أو يدل على إطار يساعد كل فرد على رؤية كونية للعالم المحيط، والاقتناع بتفسير له، والتفاعل معه ومع مكوناته.⁴

¹ - هشام عبادة، الوشع المنهجي للعمل بالنظرية ومحددات توظيفها في أبحاث الإعلام والاتصال (مراجعة نقدية)، الملتقى الدولي الافتراضي حول: معايير الجودة في بحوث علوم الإعلام والاتصال، جامعة حمة لخضر، الوادي، 17/16 فيفري 2021، ص 133-134.

² - حسين سعد، براديغما البحوث الإعلامية (الابستمولوجيا، الإشكاليات، الأطروحات)، دار المنهل، بيروت، 2017، ص 48.

³ - تهاني سنديان، أفق الكتاب النسوي (نحو نموذج ثقافي جديد في عالم متحول)، مؤسسة الفكر العربي، بيروت (لبنان)، بلا سنة. ص 24.

⁴ - Gilles Willett, paradigme, théorie, model, schéma qu' est ce donc?, ? communication et organisation, october 2012. p 03.

ويعرفه محمد محمود ربيع وزملاؤه بأنه: "بناء نظري يحاكي من خلاله بنية منظومة ما وتركيبتها وكذلك آلية وتفاعلات مكوناتها وكذلك الظروف الخارجية المحيطة بها" أي التقنيات والحلول للمشكلات التي يحصل عليها الباحثون من خلال الحقل المعرفي الذي يشتغلون فيه.¹

يعرف البراديغم بأنه "المعيار الذي يضيفي الشرعية على النشاط داخل المجال العلمي، ينسق ويوجه عمل العاملين في العلم العادي الذي يركز على حل الأغا في المجال العلمي المعني ويحدد بدقة سيرورة الظاهرة المدروسة وجوانب الاهتمام التي توجه إليها والانتقال من العلم إلى النموذج يدفع إلى الدقة وعلمية التفسير والتأويل²

وفي معجم "أكسفورد" البراديغم هو وجهة نظر العالم التي تقوم عليها النظريات، ومنهجية البحث في الميادين العلمية، وهو تلك الإنجازات العلمية، التي تقبل في زمن معين وتشكل أساس قويا لطرح المشكلات العلمية ولطرائق حلها. وهو كذلك مجموعة القيم التي يشترك فيها الباحثون في قبولها والتمسك بها، ويعني البراديغم مجموعة القوانين والتقنيات والأدوات المرتبطة بنظرية علمية والمسترشدة بها والتي بواسطتها يمارس الباحثون عملهم ويديرون نشاطهم³

وهو عبارة عن صورة نظرية لما هو موجود في العالم الواقعي. أي أنه بناء مشابه للواقع وهو أداة للتمثيل الواقعي، إدراكه في بعض جوانبه الأكثر مغزى وأهمية، البراديغم عبارة عن مركب ذهني من مفاهيم معينة يقوم على مجموعة من العلاقات الارتكازية، وهذه العلاقة هي بنائية بمعنى أنها تعني بالتغيير في آن واحد لعناصر النموذج

¹ - ميشال دوبوا، مدخل إلى علم اجتماع العلوم، ترجمة: سعود المولى، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2008، ص151.

² - أحمد فلاق و خالد علاوي. إشكاليات منهجية في أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال بالجزائر مجلة الصحافة والاتصال، عدد: 08، 2018، ص96.

³ - سعاد سراي، البراديغم في علوم الإعلام والاتصال بين الضرورات المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، مجلد: 07، عدد: 28، بسكرة (الجزائر)، 2018، ص 395.

بحيث أنّ تغير إحدى هذه العناصر يحدث تلقائيا تغيرا في بقية العناصر بحكم الارتباط دون أن يعني ذلك وجود علاقة سببية بينها¹

وهو مجموعة من القنوات وطرق العمل المشتركة بين مجموعة من الباحثين في مدة زمنية تجاه أحداث أو قضايا أو مسائل ذات الاهتمام المشترك وفق رؤية نظرية وتطبيقية غالبا تتسم بالتكامل والانسجام.

تؤكد الباحثة (مارغريت ماسترمان) المتخصصة في الإعلام الآلي في دراستها التحليلية النقدية الصادرة عام 1962 حول توماس كوهن بأن "طرحه للنموذج ذو نظرة سوسيولوجية وليست فلسفية بخصوص البراديغم، وأكثر من ذلك تجزم بأن دراسات كوهن التي أجراها تتضمن أولا المسار الشامل المؤدي إلى بناء شرح علمي بدون تعقيدات، وكنوع من الاستشراف فالبراديغم يتحدد عندما لا تكون نظرية²

يتعين على الباحثين أن يكون لهم القدرة على التحرك ذهابا وإيابا بين الاستدلال والاستقراء والاستنباط إذا أرادوا تطوير أو تعديل نظرية معينة، أو صياغة نظريات أفضل، ونتيجة هذه العملية هي النموذج (تم تمديدها أو تعديلها من النظرية الأصلية) والتي يمكن اختبارها تجريبيا، إذا فالنماذج تعتبر وسيلة هامة لتقدم النظريات، وتخدم النظريات والنماذج أدوارا مختلفة قليلا في فهم ظاهرة معينة وبالتالي فكلاهما مهم في البحث العلمي.³

أبرز البراديغمات في الدراسات الإعلامية والاتصالية:

- البراديغم السلوكي
- البراديغم الوظيفي
- البراديغم التفسيري (التأويلي)
- البراديغم النقدي
- البراديغم النقدي.

¹ - عمار بوحوش، مرجع سابق. ص 24.

² - Margaret Masterman, the nature of paradigm, University Press (cambridge), london, 1970. P 59-89.

³ - أنول باتشيرجي، مرجع سابق. ص 51.

المحاضرة (03): تطور التنظير في علوم الإعلام والاتصال:

يرتبط التنظير بالنظرية المشتقة من الفعل "نظر" بمعنى تأمل الشيء وتمعن فيه إلا أن التمعن والنظر يتعدى الوظيفة الحسية للعينين إلى الوظيفة الفكرية للعقل البشري.

ويقابل مصطلح التنظير في اللغة العربية مصطلح *Théorisation* بالفرنسية وهو حسب قاموس *Larousse* عملية وضع وصياغة النظريات بما تحمله كلمة نظرية من معاني (المعتقد، التعريف، المبادئ والقوانين). وبهذا المعنى يكون التنظير في علوم الإعلام والاتصال هو محاولة الاقتراب من الظاهرة الاتصالية ووضع النظريات والفروض العمية لمحاولة فهمها والإحاطة بها وتفسير جوانبها ومعرفة الارتباطات بين متغيراتها ومكوناتها.¹

بدأ التنظير في علوم الإعلام والاتصال استنادا على مرتكزات علمية ومفاهيمية مستخلصة من العلوم المجاورة (سياسية، اجتماعية، لسانيات...) وتقاطع مع هذا الحقل حقول أخرى وهذا ما صعب عملية انطلاق التنظير فيه وضيق المنظر الانجلوساكسوني لها، حيث يقول ويلبر شرام: "حقل الاتصال هو بمثابة مفترق طرق أكاديمي يمر عبره الكثيرون، إلا أن القليل فقط منهم من ييقون فيه".

بداية التنظير في علوم الإعلام والاتصال من الدراسات الإمبريقية التي جاءت خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية، وقد اعتبرت البحوث الإعلامية الأرضية التي قامت عليها علوم الإعلام والاتصال، حيث ظهرت دراسات تهتم بالدعاية الإعلامية كما تناولها هارولد لاسويل.²

إن الكثير من باحثي العلوم الاجتماعية ومدرسيها في المنطقة العربية، تبنوا مع الأسف، فكرة التبعية للنظريات الغربية في مجال البحث في العلوم الاجتماعية من دون

¹ - عائشة لصلح، خصوصية التنظير لعلوم الإعلام والاتصال في بيئة الوسائط الجديدة، مجلة رقنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مج:03، عدد: 02، الجزائر، 2023، ص221.

² - سعيدة خيرة بن عمار، إشكالية التنظير والتطبيق في علوم الإعلام والاتصال، مركز جيل البحث العلمي، عدد:08، 2015، ص216.

فحص أو تحليل، وحولوها إلى مسلبة جاهزة في بيئة أكاديمية غابت النقاش الذي عمّر طويلا في الجامعات الأوروبية والأمريكية، حول كيف نفكر في علمية العلوم الاجتماعية والإنسانية اليوم؟ وبهذا يمكن القول إن هذه الفكرة تعاني إسقاطا إيديولوجيا أكثر من الرغبة في التعبير عن شغف معرفي. وهذا يجرنا إلى القول أنّ هناك سوء فهم لماهية النظرية، ونقصا في إدراك أهميتها في بناء مواضيع البحث العلمي في حقل علوم الإعلام والاتصال، لأنه يحى النقاش الذي فتحه الفيلسوف كارل بوبر حول علمية النظرية والمعايير التي ترتقي بالنظرية إلى مصاف العلم.¹

أحيانا يفهم التنظير على أنه الابتعاد عن الواقع الذي كان من المفترض أن تحيل إليه النظرية أو على الأقل تتخذه مرجعا لها. ونجد أن هذه الرؤية، ذات الطبيعة الكاريكاتورية إلى حد ما لنشاط المنظر، تعني انخراطه في إنتاج النظرية، يعني رفضه المشاركة في العالم، واختيار حياة ذهنية لا تشبه حياة العالم الذي يعيش فيه إلا قليلا. إن دعوة البعض إلى نهاية النظرية، ورفض الانخراط في العمل النظري، غالبا ما يتم النظر إليها على أنها محاولة للاحتجاج على هذا الانفصال، حيث ينظر إلى العمل المبريقي أو التجريبي على أنه أكثر واقعية وارتباطا بالواقع.²

تعد مساله التنظير من أعقد الإشكاليات التي واجهت الإعلام والاتصال أثناء بناء قاعدته النظرية وحتى بعد الاعتراف به ضمن العلوم الاجتماعية الإنسانية التي تتميز بخصوصية معرفية، حيث يجد الدارس في تطور نظريات الاتصال ارتباطا مباشرا بتأثر الباحثين بالمرجعيات والايديولوجيا والسياقات رغم الإقرار بموضوعية العلم حيث رآها الباحثون في هذا التخصص الناشئ أرضية لتكوين تراكم معرفي متشعب تخصصات ويسمح بإقامه علم قائم بذاته.

¹ - نصر الدين ليعاضي، البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري، مجلة المستقبل العربي، مجلد: 39، عدد: 450، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2016، ص 10.

² - الصادق رابح، نظريات الإعلام والاتصال وخطابات الأفول، مجلة التمكين الاجتماعي، مجلد: 07، عدد: 01، الأغواط (الجزائر)، مارس 2025، ص 28.

إن الحديث عن تاريخانيه تطور الأبحاث الإعلامية والاتصالية يؤدي الى الحديث عن البحوث الأولى التي انطلقت في عشرينات القرن الماضي وهي البحوث التي خصت بدراسات تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، حيث بدا النقاش بإشكاليه هل الوسائل الإعلام تؤثر في الفرد والجمهور أم لا؟ ليتحول النقاش فيما بعد الى الحديث عن مدى ودرجه تأثير هذه الوسائل حيث حصل ذلك بعد التسليم بوجود تأثير.¹

إن الدارس لحقل الإعلام والاتصال يظهر له جليا حجم الإسهام الغربي في بناء النظرية الاتصالية، فعندما تحدث عزري عبد الرحمن عن التكوين الإعلامي أشار إلى تشبع طلبه الجزائر المشترك بالفكر الغربي وطرح الآباء الأوائل لعلوم الإعلام والاتصال لم يكن يشخص وضعيه اجتماعيه يعيشها فاعلا اجتماعيا عن تأثيرات السياق ممارسه الفاعلين الاجتماعيه الآخرين بل قدم تشخيصا واضحا لبنية التكوين في الجامعة الجزائرية آنذاك وتأثير ذلك على نمط التفكير ونتائجه على الفكر ضمن عنصر زمن²

يطرح ريتشارد سويدبرغ (Richard Svedberg) في مقاله المعنون ب (قبل النظرية يأتي التنظير) سؤالا مهما للغاية مفاده كيف يمكننا أن نطور مقاربة لتدريس النظرية بطريقة فاعلة كما هي الحال مع الطريقة المتبعة حاليا في تدريس المناهج؟ ويأتي التنظير كمشروع أولي في نظره لفهم كيفية إعداد أو بناء نظرية ما كعمل موحد وكيف يتم التعامل معها في البحث الامبريقي وكيف يمكن من ناحية أخرى تدريسها بأسلوب فاعل³

لا يتعلم العلماء أبداً المفاهيم والقوانين والنظريات بشكل مجرد، ولكن يتم ذلك دائماً من خلال النموذج الذي يبرزها. خلال الأزمة علمياً، فإن النموذج الذي تقوم عليه الممارسة

¹ - عبد الوهاب غالم، تساؤلات حول إشكالية التنظير في علوم الإعلام والاتصال (محاولة لرصد إسهامات الباحث العربي وسياقه في التنظير)، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد: 08، عدد: 01، 2014، ص 171-

² - المرجع نفسه، ص 176-177.

³ - ريتشارد سويدبرغ، قبل النظرية يأتي التنظير أو كيف نجعل العلوم الاجتماعية أكثر جاذبية، ترجمة: حميد الهاشمي، مجلة عمران، مجلد: 05، عدد: 20، 2017، ص 166.

العلمية موضع تساؤل صياغة العديد من النظريات التخمينية وغير الدقيقة التي قد تؤدي إلى الاكتشافات، وبذلك يتحدد المسار الذي نتولد منه النظريات في شكل ترسيمات معرفية تؤدي إلى اكتشاف ما. منظم تم النظر فيه والتحقق منه.¹

يمكن لنظريات الإعلام والاتصال أن تفتح على ما يطلق عليه عادة فلسفة الإعلام وتداخل معها، حيث يشير هذا المصطلح في الأوساط الأكاديمية، إلى سياق مخصوص وهو السياق الألماني الذي انبثقت منه ممثلا في الجهود العلمية التي حاولت استحداث نظام قادر على إعادة التفكير في الوسيط/الحامل في علاقته بالذات الإنسانية.

إن فعل التنظير يمكن فهمه من منطلق تجريدي، من خلال العلاقة بين الجهد النظري الإعلامي والتجريد، في علاقة تساهم في صنع المفهوم، لأن هدف نظريات الإعلام والاتصال هو المفهمة.²

يتخوف بعض الباحثين من أن يؤدي التحول الحاسوبي إلى إنتاج دراسات لا تساهم كثيرا في بناء النظريات في الإعلام والاتصال، بل إن بعضهم خذر من أن التقليل من شأن البنى النظرية قد يؤدي إلى تحديد طبيعة دراسات البيانات الضخمة في حثل الدراسات الإعلامية على المدى البعيد. من المغالطات التي صاحبت التنظير المبكر أو الاحتفائي للأترنت ولاحقا شبكات التواصل الاجتماعي، اقتراض أن كل مجتمع سوف يتغير حتما وذلك بالنظر إلى للطبيعة الثورية لهذه الفضاءات، والأهم من ذلك، أن التغيير سيكون في نفس الاتجاه بالتوازي مع ذلك فإن التنظير النقدي تبني. وما يزال منظورا حضرت فيه اجتهادات متنوعة وعميقة وساهم في التنوع الثري لمناهج أبحاث الدراسات الإعلامية والاتصالية.³

¹ - Littlejohn, S. Theories of Human Communication, Wadsworth Publishing, Belmont, 1989. P10-11.

² - الصادق رايح، المرجع السابق. ص-35.

³ - المرجع نفسه. ص 38-39.

التنظير انطلاقاً من الاستقراء:

يجادل بعض الأكاديميين بأن البحث يجب أن يكون قبل النظرية. يعرف هذا المنهج بأنه الاستنتاج الاستقرائي، فالأكاديميون الذين يستخدمون الاستقراء، يعتقدون بأن النظريات الأفضل تنبثق عن نتائج دراسات نظامية، يعني ذلك أن أنهم يدرسون موضوعاً معيناً، واستناداً إلى نتائج بحثهم، فإنهم يطورون نظرية. يأتي البحث قبل النظرية.

التنظير انطلاقاً من الاستنباط:

يؤكد على الجانب الآخر بعض الأكاديميين أن التنظير يرتبط بالاستنباط، حيث يفترض المنهج الاستنباطي أن الفرض أو النظرية العاملة يتم تطويرها قبل إجراء أي بحث، بمجرد أن تكون النظرية قد تأسست، يجمع المنظر البيانات لاختبار وتنقيح وتعديل النظرية (قبول أو رفض)¹. يأتي بعد ذلك مجموعة موسعة من التعديلات على النظرية ومع عدد من البحوث الإضافية التي يتم إجراؤها يتم التوصل إلى إثبات دعمها بوصفها قانوناً تفسيرياً سيتسم، أو بوصفها وعاء تفسيرياً يحتاج إلى مراجعة وتعديل وهذا وجه من أوجه التنظير العلمي.

يصف بارسونز نفسه بأنه "مريض بداء التنظير" وما فعله بارسونز في الكثير من أعماله هو ترجمة النظريات الأخرى ودراساتها والنظر في نتائج الأبحاث المختلفة وإعادة صياغتها بطريقته ليبين أنها مناسبة لنظريته وهو الذي فصل بين الترتيب المنطقي للنظرية وعن الواقع كممارسة ثم هل ستتماسك النظرية أم لا²

تواجه الباحثين إشكالية كبرى تتعلق بملاءمة النظريات والمداخل النظرية والنماذج العلمية التي ظهرت في ظل وسائل الإعلام التقليدية والمستقرة أساساً من علوم اجتماعية أخرى والتي تم استخدامها لدراسة عناصر العملية الاتصالية في بيئة الإعلام الجديد، فواقع

¹ - ماريان ديانتن وإليان زيلي، مرجع سابق، ص 26.

² - أيان كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة: محمد حسين غلوم، المجلس الوطني للثقافة والفنون، الكويت، 1994، ص 64.

الأمر يشير إلى أن كثيرا من مسلمات النماذج والنظريات الاتصالية القديمة تتعرض لتآكل شديد بالتزامن مع طغيان نموذج الإعلام الجديد وتآكل النموذج الخطي القديم للإعلام الذي يسير في اتجاه واحد، إذ يحتاج هذا الاستخدام إلى إعادة نظر. تستلزم النظريات توفر شروط تفسيرها في البحث العلمي، وتفرض أيضا على الباحثين النظر في صلاحية أطروحتها وتطورها إذا وصلت إلى مرحلة الضعف في قراءة الواقع، لذلك حدد كوهن شروطا للنظرية حتى نتعزز علميا، بعرضها على المراجعة من وقت لآخر ومقارنتها بتطور الأبحاث في البحث السوسيولوجي أو غيره¹.

ثانيا: النظريات التقليدية حسب نوع التأثير

المحاضرة الرابعة: نظرية التأثير المباشر لهارولد لاسويل

أطلقت على هذه النظرية عدة تسميات أهمها: نظرية الرصاصة أو الطلقة السحرية، أي أن الرسالة الإعلامية قوية في تأثيرها، شبهت بالطلقة النارية التي إذا صوبت بشكل دقيق لا تخطئ الهدف مهما كانت دفاعاته. كما سميت أيضا بنظرية الحقنة أو الإبرة تحت الجلد، أي شبهت الرسالة هنا بالمحلول الذي يحقن به الوريد ويصل في ظرف لحظات إلى كل أطراف الجسم عبر الدورة الدموية؛ ويكون تأثيره قويا ولا يمكن الفكك منه.

قدم هارولد لاسويل من خلال كتابه "تقنيات الدعاية" نظرية الإبرة المخدرة، والتي تعمي أن لوسائل الإعلام سحر قوي على الأفراد، وتعتبر هذه الدراسات من الدراسات التابعة للبراديغم السلوكي القائم على ثنائية الإثارة والاستجابة معتبرة وسائل الإعلام المثير ورد فعل الجمهور هي الاستجابة². تفترض نظرية القذيفة السحرية الاعتماد الكلي على الاستجابة للمؤثرات المباشرة نسبيا، ولكنها أيضا نظرية تفترض صحة مجموعة معينة من الافتراضات غير الشفهية التي لا تتصل بالتنظيم الاجتماعي فحسب بل تمتد أيضا لتشمل

¹ Windahl, M. communication model (for the study of mass communications (Vol. 02). london : Routledge, (1993).

² - سعيده خيرة بن عمار، مرجع سابق. ص 216.

التركيب النفسي للكائن البشري الذي يتعرض للمؤثرات ويستجيب للرسائل الموجهة للجماهير.

لقد تبنت الدراسات الإعلامية خلال العقود الثلاثة من القرن العشرين وجهة نظر ترى أن لوسائل الاتصال تأثيرا كبيرا على الآراء والاتجاهات والسلوك، حيث تكون الرسائل الاتصالية كرمز سحري يصل فورا إلى عقول المستقبلين. وظهر ذلك مع هارولد لازويل وكانتريل والبورت حول التأثير السيكولوجي للراديو.¹

منطلقات النظرية:

- تفترض أن المرسل يتحكم بشكل كامل في العملية الاتصالية، لأنه هو الذي يوجه الرسالة ويقوم بتصميمها وبنائها ويختار الوسيلة، أو القناة الأكثر تأثيرا وانتشارا ويختار التوقيت والظرف المناسبين لنشرها.
- استقبال الرسالة هي تجربة فردية وليس جماعية، فاستقبالها يكون بشكل مستقل بمعزل عن الآخرين، لأن الجماهير في الأصل متشظية.
- يتلقى الأفراد الرسائل مباشرة من وسائل الإعلام.
- تصل الرسالة الإعلامية إلى كل الأفراد داخل المجتمع بطريقة متشابهة، ويكون استقبالها على هذا الأساس بنفس الطريقة بدون وجود فوارق في تعاملهم معها.
- يستجيب المتلقي دائما وبشكل قوي للرسالة التي يتلقاها، بما يحقق هدف القائم بالاتصال، فالمتلقي عنصر ضعيف جدا في العملية الاتصالية، وهو المستهدف في حين المرسل هو العنصر المسيطر.

أطلق على القذيفة السحرية اسم آخر هو نظرية الحقنة تحت الجلد، والفكرة الأساسية التي تقوم عليها هي أن الرسائل الإعلامية يتلقاها كل فرد من أفراد الجمهور بطريقة مشابهة، وأن الاستجابات الفورية والمباشرة تأتي نتيجة للتعرض لهذه المؤثرات.

¹ - حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط: 01.

ترى بعض النظريات الحديثة أن نظرية القذيفة السحرية وإن كانت تبدو ساذجة أحيانا في طرحها، إلا أن لها الكثير من النقاط الهامة في اقتراضاتها إلى جانب ما أوضحه الكاتبان كاتز ولازارسفيدل: "تقوم وسائل الإعلام ذات القوة المطلقة بإطلاق رسائلها من ناحية، فتتلقاها الجماهير المنتشرة المنتظرة على الجانب الآخر دون أن يكون هناك حائل بينهما"¹

لقد كانت نظرية القذيفة السحرية القائمة على الغرائز والإثارة ثم الانفراج Suspense-Release والاعتقاد بأن وسائل الإعلام، كانت تبدو رسائل قوية صحيحة تماما في ظل الرأي الذي يرى أن الطبيعة الأساسية متشابهة مع التأكيد على العمليات غير المنطقية، إلى جانب الرأي الخاص بالنظام الاجتماعي: لقد كان يقال إن المؤثرات القوية كانت تقدم بشكل متشابه للجماهير. وقد كانت هذه المؤثرات تمس الدوافع الداخلية والعواطف التي يحظى الفرد بقدرة محدودة على السيطرة عليها بشكل إرادي².

تقوم نظرية القذيفة السحرية على نظريات عامة في مجال علم النفس وعلم الاجتماع وفقا لتطورهما حتى ذلك الوقت، وقد كانت الدعاية خلال الحرب تقدم الدليل الصحيح على أن وسائل الإعلام كانت قوية على نفس النحو الذي وصفها به هارولد لازويل وصفا دراميا، عندما استنتج أنها كانت (المطرقة الجديدة وسندان الترابط الاجتماعي)³.

ترى النظرية أن الأفراد في المجتمع يتميزون بالعزلة، وهذا ما يسهل النيل منهم من قبل وسائل الإعلام، وأن هذه الوسائل لها كامل القوة في التأثير على الأفراد وتوجيههم كيف ما أرادت، وتكون ردة الفعل آنية بمجرد التعرض للإعلام هذا من جهة، ومن جهة ثانية فالأفراد يمتلكون نفس الخصائص البيولوجية، وهذا ما يجعلهم يستجيبون بطريقة متساوية للمثيرات الخارجية بما فيها المحتويات الإعلامية، وقد كان مبرر هذه الاستجابات

¹ - ميلفين لورانس ديفلر وساندرا بال روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة (مصر)، 1992، ص34-35.

² - المرجع نفسه، ص235.

³ - Harold Lasswell, Propaganda Technique in the world war, University of Michigan. New York. 1927. P 221.

لنجاحات التي حققتها الدعاية في تلك الفترة، والاستجابة للبرامج الإذاعية في الولايات المتحدة الأمريكية، بتعرض الأرض لغزو فضائي، حيث فسر الهلع والخوف بشكل فوري من خلال خروج الناس إلى الشوارع استجابة لما نشرته وسائل الإعلام¹

تنظر هذه النظرية إلى الناس باعتبارهم مخلوقات سلبية يمكن التأثير عليهم بمجرد حقنها بالرسائل الإعلامية، لكن ليست كل رسالة يمكنها أن تكون قوية ومؤثرة، وهذا ما جعل النظرية تهتز فيما بعد، حيث أثبتت دراسات لاحقة أن وسائل الإعلام ضعفت من حيث طغيان الطابع التأثيري القوي لها، سيما مع بروز دراسات التأثير المحدود².

وافقَ بعض علماء الاتصال على هذه اقتراضات نظرية الرصاصة السحرية، وانتقدها علماء آخرون، على الرغم من مشاهدتهم لردود الفعل الواسعة التي أحدثها البرنامج الإذاعي، إذ اعتبرها العالم لازارسفيلد بول غير دقيقة، بناءً على دراسات انتخابية أجريت داخل المجتمع الأمريكي آنذاك، إذ أوضح أنَّ باستطاعة الشعب اختيار مرشحيه على الرغم من الرسائل الإعلامية القوية، فبدأت نظريات أخرى تنبثق مثل نظرية التنافر المعرفي التي تقول بأنَّ الفرد يميل إلى تصديق الأخبار التي تعبر عن توجهاته الداخلية، وانحيازاته التأكيديّة، عكس ما تبناه نظرية الرصاصة السحرية التي تفترض بأنَّ جميع الرسائل تؤثر على الأفراد، ولو كانت هذه الرسائل لا تشبه محفزات الفرد الداخلية .

التصورات الأساسية لنظرية القذيفة السحرية:

1. تأثير مباشر وقوي: تفترض النظرية أن الرسائل الإعلامية لها تأثير مباشر وقوي على الأفراد، دون أن يتمكنوا من مقاومتها أو التفكير النقدي بشأنها.
2. الجمهور ككتلة متجانسة: تنظر النظرية إلى الجمهور ككتلة واحدة تتأثر بنفس الطريقة بالرسائل الإعلامية، بغض النظر عن الفروقات الثقافية أو الاجتماعية أو الفردية.
3. غياب التفاعل: تفترض أن الجمهور يتلقى الرسائل الإعلامية بشكل سلبي، ولا يشارك بشكل فعال في تفسيرها أو مقاومتها.

¹ - صونية عبدش، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، مطبوعة بيداغوجية، جامعة الجزائر 3، 2022-2023، ص38

² - صالح خليل أبوإصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي، ط:05، الأردن، 2006، ص125.

4. التأثير أحادي الاتجاه: ترى النظرية أن عملية التأثير الإعلامي تسير في اتجاه واحد فقط من المرسل (وسائل الإعلام) إلى المتلقي (الجمهور).
5. الاستخدام الدعائي: ظهرت هذه النظرية في سياق الحرب العالمية الأولى والثانية، حيث كانت الحكومات تستخدم وسائل الإعلام كأداة للدعاية والتأثير على الجمهور لصالح أهدافها.

نقد النظرية:

- ❖ إغفال الفروقات الفردية
- ❖ لا تأخذ النظرية في الاعتبار تأثير العوامل الاجتماعية والنفسية والثقافية التي يمكن أن تؤثر على استجابة الأفراد للرسائل الإعلامية.
- ❖ الافتراض المبالغ فيه للتأثير الإعلامي
- ❖ أثبتت الدراسات اللاحقة أن تأثير وسائل الإعلام ليس دائماً مباشراً أو قوياً كما افترضت النظرية.
- ❖ دور الجمهور النشط: تم تفنيد النظرية من خلال ظهور نظريات أخرى مثل نظرية الاستخدامات والاشباع ونظرية التأثير الانتقائي التي تؤكد أن الجمهور يختار ويتفاعل مع الرسائل الإعلامية بطرق مختلفة.

المحاضرة الخامسة: نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة):

يرجع البعض من الباحثين في تاريخ وضع الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة وضع الأجندة "ترتيب الأولويات" ظهرت عام 1958 في مقال لنورتن لونج، إلا أن أفضل تصريح حول هذه الوظيفة ظهر لدى برنار كوهين في كتابه "الصحافة والسياسة الخارجية" عام 1963. والذي أكد فيه أن الصحافة يمكن ألا تنجح كثيراً في أن تقول للناس بماذا يفكرون، ولكنها بحاجة إلى حد كبير في أن تقول للقراء عن الأشياء التي يفكرون حولها. إلا أن البعض يرجعها ل (والتر ليبمان) الذي يرى أن وسائل الإعلام

تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقولهم.¹

يفترض مدخل وضع الأجندة أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها. هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها. وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات وتحريكها صعوداً أو نزولاً. لا تستهدف إثارة الجمهور فقط وإنما صانعي القرار السياسي أيضاً.²

حدد الباحثون عدداً كبيراً من التعريفات لعملية وضع الأجندة، حيث تعرف بأنها: "العملية التي بواسطتها يعرف تحدد وسائل الإعلام بما نفكر وحول ماذا نقلق"، ويعد ليبمان (Lippmann) أول من حدد هذه الوظيفة في العشرينيات من القرن الماضي، حيث أوضح أن الإعلام هو الذي يهيمن على خلق الصور في أذهاننا وأن رد فعل الجمهور يكون تجاه تلك الصور وليس تجاه الأحداث الفعلية، لذلك فإن وضع الأجندة هي: "عملية تهدف إلى إعادة صياغة جميع الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بنا إلى نموذج بسيط قبل أن نتعامل معها".

إن مفهوم وضع الأجندات عبارة عن تأويل وفقه تؤثر المؤسسات الكبيرة على الرأي أو المسؤولين عندما تعلمهم بما هم بصدد التفكير فيه، فوسائل الإعلام تقوم دون علمنا بانتقاء المواضيع الجاري بشأنها النقاش والاهتمام، لكنها أيضاً تقوم بترتيب الأولويات حسب هذه المواضيع.

¹ - حسن عماد مكاي، مرجع سابق، ص 288.

² - سي موسى عبد الله، الإدراك الاجتماعي في نظرية وضع الأجندة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة المسيلة، عدد: 02، 2012، ص 118.

إن الأفراد لا يقررون ما إذا كانوا سيقعون عرضة لأجندات إعلامية تفرض عليهم، لأن الفعل التراكمي للتعرض يجعلهم كذلك، وبما أنها بناء الأجندات خاضع لمتغير الزمن، فإن وسائل الإعلام تؤثر مع مرور الوقت في الأفراد وتغير أجندات اهتماماتهم تبعاً لنوع من التعود في ترتيب أهمية القضايا لديهم انطلاقاً مما تمليه قائمة الأولويات لدى وسائل الإعلام.¹

اعتبر برنارد بيرلسون في مقاله المعنون بـ "الاتصالات والرأي العام" أن وسائل الإعلام تعد المسرح السياسي للمناظرات الجارية، ويرى أن هناك بعض الدلائل بأن المناقشات الخاصة حول المسائل السياسية تأخذ مؤشراتهما من عرض وسائل الإعلام لهذه المسائل، فالحديث في السياسة لدى الناس يتمشى مع ما ترسمه وسائل الإعلام وترشدتهم حوله، فالجمهور لا يعتلم فقط من الوسيلة حول قضاياها بل يتعلم أيضاً منها أهمية تلك القضايا انطلاقاً من الأهمية التي رسختها الوسيلة لتلك القضايا في إدراكه.²

وهذه النظرية دليل واضح على تورط وسائل الإعلام في الشؤون السياسية حيث منح كل من ماكسويل ماكمبس ودونالد شاو دفعة حقيقية للبحوث النظرية في مجال الاتصال السياسي، بعد أن عمل على إثبات العلاقة الارتباطية بين ما تعرضه وسائل الإعلام وميكانيكيات ترتيب القضايا من حيث الأهمية بالنسبة للجمهور المختلفة. ويرى الباحثان في هذا الشأن بأن الفرض القائل بأن وسائل الإعلام تحدد الاتجاهات في المنحى الذي تريد هو قول غير نهائي مقابل للمراجعة وبأن بما تقوم به هو توجيه الجمهور نحو المواضيع التي يجب أن يفكر فيها ويترجمان هذه الفكرة بعبارته مميزة لبرنارد بيرلسون هي: "أن كثيراً من الناس يهتمون لما تقوله وسائل الإعلام لكن قليلاً منهم فقط يصغون فعلياً لها".³

¹ - Thomas Vangshardt, Niels Bjerre Poulsen, "The Agenda Setting Effect of the U.S Mass Media During the 2008 Presidential Campaign," May 2009, "accessed January 1, 2020. P 28-30.

² - صالح خليل أبو إصبع، مرجع سابق، ص 144.

³ - إبراهيم حمادة بسيوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 210.

إن المفترض الأساسي لمقرب تحديد الأجندة مفاده أنه أثناء عملية صنع الأخبار تقوم وسائل الإعلام باختيار بعض القضايا من بين الكم الهائل الموجود على الساحة لتضعها في مستقبل الأخبار في الوقت الذي لا تكتسي فيه أهمية في أذهان الجمهور وتصبح هذه القضايا، مع مرور الوقت مع التأكيد عليها وتكرارها مهمة في أذهان الجمهور وجزء لا يتجزأ من أجندته القائمة.

إن أحد المفاهيم الرئيسية في نظرية تحديد الأجندة هو الاختيار الذي تقوم به وسائل الإعلام في عملية قبول أو رفض مفردة من المفردات الإخبارية وهذا المفهوم كان قد ابتكره Kurt Lewin 1947 حول قرارات ربات البيوت بخصوص شراء مواد غذائية حيث لاحظ تدفق المعلومات عبر بعض القنوات التي تحتوي على مناطق بوابات بخصوص ما إذا كان يسمح للمعلومات أو السلع بالدخول أو التواصل في القناة.

من التصورات الأساسية لهذه النظرية أن القائم بالاتصال يعمل على ترتيب اهتمامات الجمهور وفقاً للقضايا التي تناسب وتوجهاته الفردية، أو ربما إيديولوجيا المؤسسة الإعلامية، ويتلخص المعنى الكلي لهذه النظرية في أن وسائل الإعلام هي التي تحدد اهتمامات الجمهور. بمعنى أن هذه الوسائل عندما تهتم بموضوع معين أو قضية فإن الجمهور يصبح أكثر اهتماماً بها، فمثلاً إذا ركزت وسائل الإعلام في موادها الإعلامية على موضوع الأمن الغذائي، تصبح مواضيع أخرى كالفساد، التعليم، الجريمة، البطالة أقل أهمية لدى الجمهور، لأنه يتوجه إلى الاهتمام بكل ما له علاقة بقضايا الأمن الغذائي ويهمل الأخرى نسبياً.

تحتل دراسات وضع الأجندة أهمية خاصة في المجتمعات الديمقراطية التي تولي عناية خاصة لاهتمامات الرأي العام وتوجهاته كمدخلات في عمليات صنع القرارات ووضع السياسات على كافة المستويات، فيما تهتم الدول غير الديمقراطية بدراسات وضع الأجندة رغبة في إحكام السيطرة على الرأي العام، إذ يتم توظيف وسائل الإعلام لتركيز اهتمام

الرأي العام حول قضايا خاصة، وكذلك تشتت انتباهه بشأن قضايا أخرى لا يرد له التفكير فيها.¹

يعتبر ماكومبس ويكر ووفير أن الوقت عامل مهم مسبق لترتيب الأولويات لوضع الأجندة، ومن ثم فهم يقترحون ضرورة مرور عدة أشهر لانتقال الأجندة من وسائل الإعلام إلى أجندة الجمهور. وقد انتقدت ليندا لي كيد Kaid وكاثي هيل Hale ووليامز Williams هذا الطرح الذي يهمل بعض الأحداث السريعة والتي يكون لها تأثيرها في ترتيب أولويات وسائل الإعلام وأولويات الجمهور، أي أجندة الوسيلة مقابل أجندة الجمهور.²

لخص ماكسويل ماكومبس ولي غو Lei Guo تدرج اهتمام بحوث الأجندة ضمن ثلاث مراحل أو مستويات كالآتي:

-أولاً : عمل وسائل الإعلام في تركيز اهتمام الجمهور على عدد قليل من القضايا والموضوعات الرئيسة.

-ثانياً : تقترح وسائل الإعلام في المستوى الثاني على الناس كيف يفكرون في القضايا والموضوعات، وهو ما يسهم في بناء تصورات محددة لجوانب الموضوعات والقضايا المطروحة. وهنا، تقوم هذه الوسائل ببناء مفهومها من السمات الأكثر بروزاً لجوانب هذه الموضوعات (الصور الذهنية والأطر).

ثالثاً: وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر في بناء صورة متكاملة لهذه السمات أو بناء الشبكة المعرفية للجمهور.

إن المستوى الثالث من الأجندة يقترح على متلقي الأخبار كيفية ربط الأخبار معاً. لذلك فهذا المستوى هو الذي يؤدي إلى صيغة الشبكة أي التأثير الناتج عن الاتصال الشبكي، وهو المستوى الذي بدأ يشهد توسعاً وازدهاراً واضحين إثر الواقع الاتصالي الجديد، أو ما درج على وصفه بالبيئة الاتصالية الجديدة، أو البيئة الرقمية. إن واحدة من نقاط قوة نظرية الأجندة -مثلها يؤكد الثنائي، ماكومبس وغانم- خلال عشرات السنوات الماضية هو

¹ - إبراهيم حمادة بسيوني، مرجع سابق. ص 208.

² - صالح خليل أبو إصبع، مرجع سابق. ص 144.

تكاملاً مع عديد المفاهيم والنظريات، وقد أُدمجت في العديد من النظريات ومنها نظرية حراسة البوابة، وثمة تكامل مع نظرية دوامة الصمت الخاصة بالرأي العام، وهي تشترك مع نظرية الأجندة بطريقة أو بأخرى في تفسيرات سيكولوجية فيما يتعلق بالظواهر الإنسانية¹.
 فبينما ركزت المراحل الافتتاحية لبحوث وضع الأجندة على السؤال "من الذي يضع الأجندة العامة وتحت أي شروط؟"، فإن- الدراسات الأخيرة من العمل قد حولت انتباهها إلى السؤال التالي "من الذي يضع الأجندة الإعلامية؟" لقد ربط السؤال بين أبحاث وضع الأجندة وعدد من المجالات الفرعية في العلوم الاجتماعية والاتصال والصحافة.

لقد تضمنت هذه المرحلة من النظرية معرفة مصدر أجندة وسائل الإعلام، حيث يشتت الباحثون غالباً إلى هذا المجال باسم "بناء الأجندة" أو تحقيقات حول كون أجندة وسائل الإعلام جزءاً من عملية تتضمن اتجاهات الرأي العام واهتمامات المسؤولين العموميين ووسائل إعلام أخرى، وبالتالي فإن الأعمال هذه المرة ذهبت إلى أبعد من عملية البحث عن كيفية إنشاء أجندة وسائل الإعلام إلى من له تأثير في ذلك.

لقد استخدم في هذا الإطار كل من G.E Lang & K. Lang 1983 مصطلح "بناء الأجندة" لأول مرة في دراستهما التي شملت الرئيس نيكسون وهي الفضيحة السياسية التي اندلعت في عام 1972 وأجبرت ريتشارد م. نيكسون بعد ذلك على الاستقالة كرئيس للولايات المتحدة بعد ثبوت تنصته على غريمه في الانتخابات الأمريكية².
 في نهاية الثمانينات دخلت الأبحاث مرحلة جديدة حيث تم التركيز على حقيقة أن وسائل الإعلام لا تختار المواضيع وتنقلها إلى الجمهور، بل تعمل أيضاً على إبراز سمات معينة لهذه المواضيع. لقد ساعدت هذه الأعمال في توسيع التعريف الأصلي لنظرية وضع الأجندة بتركيزها على أهمية قلب السمات من التغطية الإعلامية لموضوع ما إلى الجمهور، ويحدد جدول السمات كيفية التفكير لدى الأشخاص في قضية أو حدث أو شخصية عامة،

¹ - عزام أبو الحام، مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الأجندة في سياق البيئة الرقمية للاتصال والإعلام (دراسات إعلامية)، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة (قطر)، 2020، ص5.

² - Schudson Michael, Notes on scandal and the Watergate legacy. American Behavioral Scientist. (2004), p11.

من خلال التركيز على السمات والخصائص وما يحيط بالموضوعات ضمن ثنائية البعدين (الموضوعي والعاطفي).

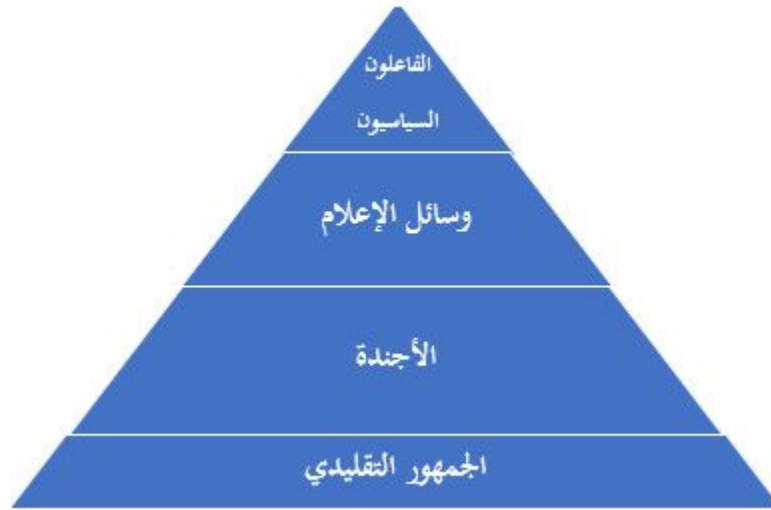
المفاهيم الأساسية لنظرية وضع الأجندة:

- لا تنجح وسائل الاتصال كل الوقت في تعليم وتعريف الجمهور في (كيف يفكر)، ولكنها تنجح غالبا وبكفاءة في تعليمه وتوجيهه حول ما يفكر فيه.
- توجد علاقة إيجابية بين تركيز وسائل الاتصال على موضوعات معينة وتركيز أو بروز الموضوعات نفسها لدى الجمهور المتلقي.
- يختلف تأثير وضع الأجندة عن التأثير المباشر لنظرية الحقنة تحت الجلد، فتأثير وضع الأجندة يفترض تركيز الاهتمام حول قضايا أو أحداث أو أشخاص معينين وتحديد الأهمية التي يمنحها الجمهور للموضوعات العامة، إذا يميل إلى إبراز أو استبعاد ما تبرزه وسائل الإعلام.
- تلعب حاجات واهتمامات الجمهور دورا رئيسا في وضع الأجندة، فمثلا قد لا يهتم كبار السن بقضايا النجوم والفنانين رغم تركيز وسائل الاتصال على أخبارهم، كما أن المراهقين قد لا يهتمون بالقضايا والموضوعات السياسية رغم اهتمام وسائل الإعلام بهذه القضايا.
- تطور منظور وضع الأجندة ليتعدى حدود التغطية الإعلامية لقضية معينة وتشكيلها لأجندة الجمهور في وقت زمني معين، وليصل إلى اعتبار الأجندة سلسلة من القيم الاجتماعية والسياسية التي تضيف عليها وسائل الاتصال صفة الشرعية عبر فترة زمنية معينة.
- برز مفهوم أوسع لوضع الأجندة عبر مقولة أن تأثير وسائل الإعلام لا يتمثل في التحول الدرامي المفاجئ لقضايا واهتمامات الرأي العام، ولكنه يتمثل في وضع حدود أو إطار عام للمناقشات والمناظرات العامة للقضايا الأخلاقية.
- تقوم وسائل الإعلام بوظيفة جديدة لكل قضية تحتل مكانا في أولوياتها، إذ تنتقي الآراء والأفكار بشكل متناغم، وتبتعد عن الآراء والأفكار المتناقضة، إذ تقوم

التغطية في شكل متماسك من المعلومات والحقائق، وما يخلق صورة ذهنية تبدو موضوعية حول هذه القضية.

- توجد مصادر مختلفة تنافس وسائل الإعلام في وضع الأجندة منها خبرة الفرد الشخصية وتأثير الجماعة، والظروف المحيطة بالفرد.
- قد تحظى موضوعات معينة باهتمام كبير من جانب الجمهور لأسباب أخرى غير اهتمام وسائل الإعلام.¹

يتم عادة قياس الأجندة من خلال دراسات تحليل المضمون مضامين وسيلة ما والنظر في ترتيب القضايا التي أولاها القائم بالاتصال الخطوة في الطرح والإبراز. كذلك يتم توظيف المسوح (الاستبيانات) لقياس موضوعات هامة لدى الجمهور، وعلى أساسها تستنتج مكانة القضايا لديه انطلاقاً من تعرضه لوسائل الإعلام.



مخطط وضع الأجندة

إن تغير البيئة الإخبارية عموماً كان له تأثيرات واضحة على إعداد الأجندة، فحتى وقت قريب كانت الوسائط التقليدية أو الرأسمالية نسبة إلى اتجاه الاتصال، هي التي تتحكم في توقيت وكيفية تلقي الجماهير للمعلومات، ولكن مع انتشار الوسائط الرقمية حدث تغيير مما

¹ - كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص 138-139

فتح لأي شخص إمكانية الوصول إلى المعلومات وبسرعة، وبذلك يتم استبدال خصوصية الوسائط الرأسية بأخرى تفاعلية، والتي تسمح بحرية اختيار لدى الجمهور غير محدودة.¹

نظرية وضع الأجندة في السياق الرقمي

كتب الباحثون في وسائل الإعلام التقليدية عند توظيفهم لنظرية وضع الأجندة الكثير، على نفس المضمار استمر الباحثون في طرح أسئلتهم حول احتمالات حدوث وضع الأجندة عبر وسائط الاتصال الجديدة، وتحورت الإجابات الأولى عن هذه التساؤلات، في أن جمهور المواقع الإخبارية على شبكة الويب العالمية مفتت على نطاق واسع، وهو الأمر الذي يعيق عملية وضع الأجندة. وفي المقابل فإن من المحتمل أن تولي بعض المواقع اهتماما كافيا بقضايا محددة، مما يؤدي إلى قيامها بدور ملموس في وضع أجندة للجمهور، خاصة أن أثر وضع الأجندة يمكن أن يتحقق إذا نجحت الوسيلة الجديدة في تغيير أولويات شخص واحد من مستخدميها.²

مثال: إذا ركزت وسائل الإعلام في مضامينها على موضوع الأمن الغذائي والاكتفاء الذاتي في المجتمع على حساب قضايا أخرى مهمة، مثل البطالة، الجريمة، الانتخابات، فعنائه أن وسائل الإعلام توجه الجمهور ليهتم بالأمن الغذائي ومشكلاته وتداعياته على حساب اهتمامه بغيره من الموضوع.

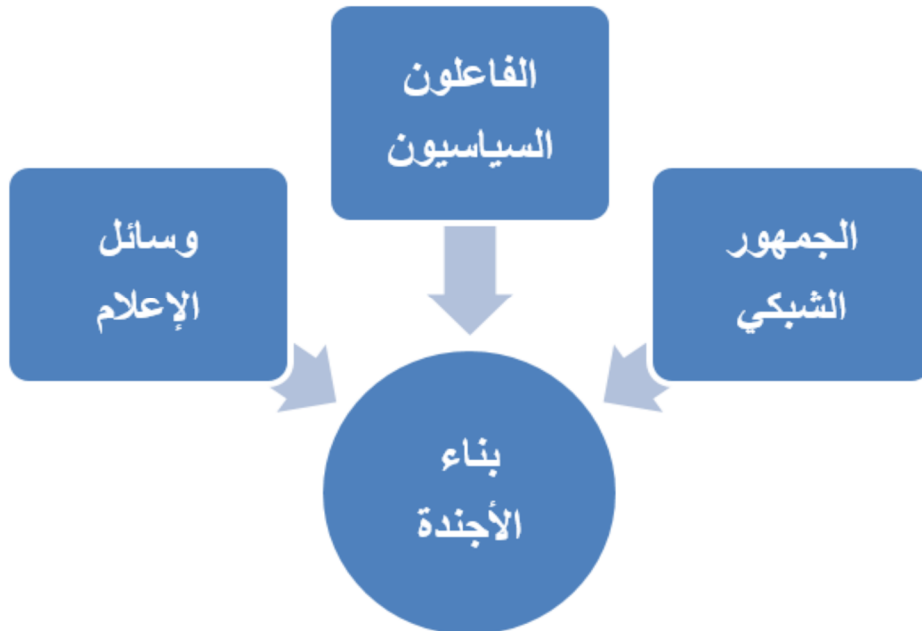
ويقتفي بعض الباحثين أثر مارشال ماكلوهان Marshall McLuhan في إيمانهم بحتمية التأثير العميق لتكنولوجيا الاتصال الجديدة على البنى الاجتماعية الثقافية. ومن هنا، استخدم العديد منهم تحليل الحتمية التكنولوجية، وحسب بريس وويليامز، سيصبح كل مستخدم وكل منتج وكل مستهلك لوسائل الإعلام قادراً على نشر الآراء الفردية،

¹ - عمر أوسامة، وسائل الإعلام التقليدية والمساحات لاقتراضية الجديدة (من يقود عملية بناء الأجندة؟)، مجلة الدراسات للبحوث الاجتماعية، مجلد: 09، عدد: 04، 2021، ص 409.

² - حميدة خامت وكال رزوق، المقاربات النظرية والأساليب المنهجية في دراسة وسائط الاتصال الجديدة (محاولة بحث في الإشكالات واقتراح للبدائل)، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مجلد: 03، عدد: 02، الأغواط (الجزائر)، 2020، ص 36.

والمنتجات، والقدرات الفنية، وهذا هو صلب التشاركية في إنتاج المضامين الإعلامية، وهو ما يُعدُّ تحولاً في ديناميات بناء الأجندة أيضاً.¹

فرضت البيئة الرقمية الجديدة للاتصال معطيات نظرية جديدة، أهمها: أن سلطة ترتيب الأجندة لم تعد حكراً على وسائل الإعلام والسياسيين وأصحاب الاستثمارات المادية والمعنوية، والجمهور لم يعد متلقياً؛ بل مستخدماً User متفاعلاً ومنتجاً 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 يُبثُّ 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، والشكل التالي: يمثل مكانة القوى الفاعلة في عملية ترتيب الأجندة.²



¹ - أندريا بريس، بروس ويليامز، البيئة الإعلامية الجديدة، ترجمة شويكار زكي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2012، ص 51.

² - عزام أبو الحمام، مرجع سابق، ص 09.

اتضح في سياق الأبحاث الأخيرة لوضع الأجندة أن الجمهور كما هو الحال في البيئة الرقمية، يمكنه التأثير بدوره على وسائل الإعلام التقليدية من خلال محتوى التدوينات أو التغريدات أو النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة، والتي يحاول من خلالها التعبير عن آرائه. فلم يعد الحديث مقتصرًا فقط على أجندات وسائل الإعلام بقدر اتجهت الأبحاث إلى مساءلة الأجندات المقابلة للجمهور، بوصفها رد فعل أو خارطة قد تحدد أحيانًا للوسيلة وضع سياساتها الإعلامية أو تغييرها بما يتلاءم وتوجهات الرأي العام. وهذا ما نلاحظه اليوم في التفاعل الرقمي إزاء القضايا ذات الاهتمام المشترك لدى الرأي العام. انتقادات النظرية:

- ✓ ضيق المجال الذي تتحرك فيه بحوث ترتيب الأولويات.
- ✓ التركيز على الآثار قصيرة الأمد وإهمال الطبيعة التراكمية لتأثيرات وسائل الإعلام.
- ✓ نتائج دراسات نظرية الأجندة غالبًا تكون نسبية ومحتمة وليست مؤكدة بشكل مطلق كونها تخضع لمتغيرات تؤثر على عمل وسائل الإعلام ما يجعل أجنداتها تتغير باستمرار.
- ✓ إهمالها لأجندات الجمهور والتي أصبحت من المعايير الواجب مراعاتها في بناء أجندات وسائل الإعلام.
- ✓ قلة الاهتمام بالقوى السائدة في بيئة وسائل الإعلام خاصة السياسية.

المحاضرة السادسة: النظرية النقدية ومدرسة فرانكفورت (الاقتصاد السياسي والصناعات الثقافية)

1- مدرسة فرانكفورت والنظرية النقدية:

تأسس المشروع الفلسفي لمدرسة فرانكفورت سنة 1923، في مدينة فرانكفورت على أنقاض معهد البحوث الاجتماعية والذي تولى تسيير شؤونه في البداية الباحث النمساوي كارل كرنبرغ، إلى أن خلفه ماكس هوركهايمر، وهي مدرسة ترجع نظرتها على

المرجعيات الكبرى للماركسية والاقتصاد السياسي وأفكار (الهيغلية، الكانطية، الفرويدية)، وأهم ما يميز المدرسة اتخاذها النقد منهجا لها.¹

تحمل المدرسة النقدية أسماء عديدة أكثرها رواجاً مدرسة فرانكفورت، وقد أعطت الأولوية للمحيط الاجتماعي الذي تجري فيه عملية الاتصال، وكانت تتساءل دائماً عن يتحكم في الاتصال؟ لماذا؟ ولفائدة من؟ بالإضافة إلى رفضها الجانب الإداري للمدرسة الوظيفية، التي يعيرون عليها تركيزها على الاتصال وإهمالها المحيط الاجتماعي والتاريخي والثقافي، وهو ما يشوّه حقيقة الاتصال حسب رأيهم.

انقسم أتباع النظرية النقدية إلى عدة اتجاهات، اهتم كل واحد منها بمؤشر واحد دون غيره من المؤشرات، فأصحاب المقاربة الاقتصادية السياسية تركّزت مجهوداتهم على تحليل بنية أو نسق ملكية ووسائل الإعلام وكيفية عملها كما جعلوا من الضبط الاجتماعي مركزاً لاهتمامهم. وهناك أصحاب المقاربة الشمولية في المدرسة النقدية الذين يعطون الأهمية للعامل الأيديولوجي على حساب العامل الاقتصادي، وترى المدرسة أن وسائل الإعلام ما هي إلا وسائل للتلاعب بال جماهير وضمان تبعيتها، وتنتقد المدرسة بشدة الواقع الاجتماعي وتحث الإنسان باستمرار على نقد الأفكار والأفعال والغايات وتجاوزها أحياناً.²

أوضحت مدرسة فرانكفورت أن الثقافة لا توجد بصورة مستقلة عن الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وأشارت إلى أن الثقافة تؤدي دوراً كبيراً في دعم سيطرة النظام الرأسمالي من خلال دمج الأفراد في هذا النظام وتعميمهم عن التناقضات الكامنة فيه. وأوضحت دور الثقافة في دمج الأفراد وسحقهم في السائد، وصرفهم عن أية محاولة للمقاومة أو إدراك التناقضات.³

¹ - إبراهيم يحياوي، النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت الإعلامية (نشأتها وروادها، خصائصها ومنطلقاتها الفكرية)، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، مجلد: 08، عدد: 01، 2022، ص 175.

² - محمد الراجي وآخرون، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال (المشكلات النظرية والتطبيقية)، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2023، ص 220.

³ - عزي عبد الرحمان، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية، دار الأمة، الجزائر، 1995، ص 154.

تفترض المقاربة النقدية تجاوز فكرة فيما تعلبنا وسائل الإعلام أن نفكر الى اقتراح البحث في الزوايا المظلمة من محتويات هذه الوسائل أي فيما لا يجب أن نفكر فيه وهي بذلك تقدم قراءه عكسيه للمنظور الوظيفي للمؤسسات وتختلف معه في تفسير الوظائف التي تلعبها وسائل الإعلام في الحقل السياسي، والمنظور النقدي ليس اتجاها واحدا بقربه وهو ملتقى العديد من التيارات البحثية التي انتشرت في أوروبا وفي قارات أخرى والتي تشترك في اشتقاق أفكارها الأساسية من الفكر الماركسي ولذلك غالبا ما تأخذ هذه الاتجاهات مسمى الماركسية المحدث¹

- وتشدد أبرز وجوه التيار النقدي على افتقاد الإعلام لمهمته التنويرية وتحوله الى أداة لتكريس الهيمنة ويشرح النقاد وجهه النظر هذه ضمن نسخ تفسير كلي يعنى بإعادة النظر فيما وصلت إليها الحضارة الغربية من منجزات هي في غالبا انتكاس على قيم العدالة.
- النظرية النقدية تُقدم إطاراً شاملاً لتحليل الإعلام والاتصال بوصفهما أدوات تحمل في طياتها إمكانات التحرر، لكنها غالباً ما تُستخدم كوسائل للسيطرة والإبقاء على الوضع القائم.
- تركز النظرية النقدية على كشف العلاقة بين الإعلام والسلطة، ودوره في تشكيل الوعي الاجتماعي، وديناميكيات الهيمنة الثقافية.
- تُقدم النظرية النقدية في علوم الإعلام والاتصال رؤية شاملة تركز على تحليل الإعلام كأداة للهيمنة، لكنها تعترف أيضاً بإمكاناته للتحرر والتغيير.
- تساعد هذه النظرية على فهم التفاعل بين الإعلام والسلطة، مع التركيز على كشف الهياكل الخفية التي تعيد إنتاج الهيمنة الثقافية والاجتماعية.
- تركز المدرسة النقدية على الكشف عن التناقضات في البيئة الإعلامية، والكشف عن العلاقة بين وسائل الإعلام والأنظمة السياسية والاجتماعية والثقافية الأخرى، ودور

¹ - Katz, Elihu, La recherche en communication depuis Lazarsfeld. Public opinion, vol : 51, Hermes.4. 1989. P 83.

أجهزة الاتصال في المحافظة على استمرار النظام العالمي وانتشار العولمة الثقافية، ونشر نموذج ثقافي عالمي موحد، وأساليب التحكم والسيطرة وكيفية صنع القرار الإعلامي في المؤسسات الإعلامية. وقد مثل تبني مدرسة فرانكفورت لمصطلح "التغيير الاجتماعي" إسهاما مهما في تاريخ البحث العلمي في مجال الثقافة والاتصال، وأثبتت في هذا الجانب أن النظرية النقدية تكشف العلاقة الجدلية بين النظرية والواقع الاجتماعي، وتعكس الإدراك العميق لطبيعة الحقيقة الاجتماعية والعلاقة الجدلية بين الإنسان والحقيقة.¹

عكفت مدرسة فرانكفورت على نقد ثقافة الجماهير وقد نظرت إليها كأداة للسيطرة الإيديولوجية، ولم يتردد تيودور أدورنو وهوركهايمر في تأكيد أن الراديو بالنسبة للفاشية يشبه ما كانت تفعله المطبعة بالنسبة لعصر الإصلاح الديني.²

دعت مدرسة فرانكفورت المتأثرة بأعمال كارل ماركس إلى مراجعة جذرية للأفكار الماركسية وعملت على تحديثها لتكون أكثر انسجاما مع متطلبات القرن العشرين، وتعتقد مدرسة فرانكفورت أن الماركسية لم تول اهتماما كافيا بآثار العوامل الثقافية عموما في المجتمع الرأسمالي الحديث.

تسعى النظرية النقدية إلى كشف الجوانب الإيديولوجية التي تكمن خلف النظام المؤسسي، كما تسعى إلى الكشف عن الوعي المزيف الذي تقدمه وتروج له وسائل الإعلام في المجتمعات الرأسمالية. وأنتجت فرانكفورت بنقاشاتها ومباحثها نموذجا للدراسات الثقافية النقدية لوسائل الاتصال والثقافة، يقوم على الجمع بين نقد الاقتصاد السياسي لوسائل الاتصال، وتحليل النصوص، ودراسة الآثار الاجتماعية للثقافة الجماهيرية والإعلام.³

¹ - محمد الراجي وآخرون. مرجع سابق. ص 220-221.

² - فيليب كابان وجان فرانسوا دورتييه، علم الاجتماع، من النظريات الكبرى إلى الشؤون اليومية (أعلام وتواريخ وتيارات)، ترجمة: إياس حسن، دار الفرق، دمشق، 2010، ص 190.

³ - محمد الراجي وآخرون. مرجع سابق. ص 221.

2- الصناعات الثقافية:

أستعمل مصطلح "الصناعة الثقافية" لأول مرة في سنة 1947 من طرف كل من "تيودور أدورنو" و "ماكس هوركهايمر"، من مدرسة فرانكفورت، في كتابهما الموسوم بـ "جدل التنوير" ¹ Dialectique de la raison حيث خصصا الفصل الأخير من كتابهما حول "الصناعة الثقافية"، ليتم تعريفها بحسب رواد هذه المدرسة، وتحديدًا من طرف "تيودور أدورنو" على: "أنها عملية تحويل أو إعادة إنتاج العمل الثقافي الأصيل وفق مبادئ الصناعة باستعمال وسائل التكنولوجيا الحديثة وتوجيهه للاستهلاك من طرف الجماهير".¹

قدمت مدرسة فرانكفورت تصورًا نقديًا عميقًا حول الصناعات الثقافية لوسائل الإعلام، معتبرةً أنها تسهم في ترسيخ الهيمنة الثقافية والأيديولوجية وتعزيز الاستهلاك السلبي. ومع أن هذه الطروحات ما زالت صالحة لتحليل الأنماط الإعلامية الحديثة، إلا أنها بحاجة إلى تطوير لمواكبة التحولات التكنولوجية والاجتماعية المعاصرة.

تعد صناعة الثقافة الموضوع الرئيسي الثالث في أعمال مدرسة فرانكفورت، والقضية الأكثر ارتباطًا وتعلقًا بالاهتمامات السوسيولوجية للمدرسة النقدية، بحيث تم تقديم هذه الفكرة، على يد كل من هوركهايمر وأدورنو، في مقالهما "صناعة الثقافة: التنوير نكداع للجماهير"، ليحاولا البرهنة على أن ثقافة كل الجماهير تصبح متطابقة في ظل الاحتكار الممارس من قبل الجهات والمؤسسات المالكة لوسائل الإعلام، وتضحى في نفس الوقت منفسخة كنتيجة لاندماج الثقافة والتسلية.²

وضعت مدرسة فرانكفورت دراسات مكثفة وواسعة لما أسمته "صناعة الثقافة" التي تعني في نظرها الصناعات الترفيهية والترفيهية التي تدخل في عدادها أنشطة السينما والتلفاز والموسيقى الشائعة والإذاعة والصحف والمجلات. ويرى مملو هذه المدرسة أن انتشار صناعة الثقافة، بما تنطوي عليه من منتجات سهلة ونموذجية الطابع، من شأنها أن تقوّض قدرة

¹ - نورالدين التبايعي، صناعة الثقافة، مجلة آفاق للعلوم، مجلد:05، عدد:03، 2020، ص14.

² - نصر الدين لياضي، عن مفهوم الثقافة الجماهيرية، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد:141، الجزائر، 1996، ص231.

الأفراد على التفكير النقدي المستقل، مما أدى إلى اضمحلال الفنون الإبداعية وحصص انتشارها وتوزيعها في ترويج منتجات تجارية تتم فيها المتاجرة بجوانب منتقاة من التراث الفني.¹

ما شهدته بداية هذه الألفية من حركية خصوصاً على صعيد الأنشطة الفنية والثقافية، ليعاد بذلك تعريف الصناعات الثقافية من قبل منظمة اليونسكو وذلك سنة 2012 وأجملتها في جميع الأنشطة المرتبطة بإنتاج وإبداع وتسويق المضامين الثقافية وغير المادية، ولا ينحصر نطاقها على أشكال الإنتاج التي تقوم على الاستخدام المكثف للتكنولوجيا. كما تؤكد منظمة اليونسكو أن لجميع هذه المجالات الإنتاجية قيمة اقتصادية كبرى، بالإضافة إلى أنها وسائل لتناقل مدلولات اجتماعية وثقافية عميقة الغور، فالإعلام تجسيد للثقافة ووسيلة لنشرها وتعميمها، بل والناقل الأساسي للمنتج الثقافي وهو في الحقيقة ليس علماً بالمعنى المادي أو الموضوعي ولكنه عملية تحليلية وفكرية وحضارية وثقافية.²

يمكن التنويه إلى أن الصناعة الثقافية، تندرج تحت مجالات القطاع الاقتصادي بشكل عام، وتعرف بأنها "كافة الأنشطة والممارسات الاقتصادية التي تتسم بدرجة من التعقيد في تحويل المواد الأولية إلى سلع وخدمات نافعة ومفيدة للمستهلك"، وتشمل الصناعة عدداً من الأنواع ومنها الاستخراجية والتحويلية بالإضافة إلى خدمة مقدمة للمستهلك تحقق ربحاً، كما تعرف الصناعة بأنها: "كافة المشاريع المحققة للإنتاج أو الفائدة بغض النظر عن الحقل أو المجال الذي تخدمه".³

تعيش الصناعات الثقافية في السنوات الأخيرة، انتقاله وقفزة نوعية، وتطوراً كبيراً من ناحية أساليب صناعة المحتوى الثقافي الرقمي، ومضامينه وكذا أنماط تلقي هذي المحتويات من طرف جماهيرها، إذ يعود سر هذا التطور إلى الاستغلال الأمثل

¹ - أنتوني غيدنز، علم الاجتماع، ترجمة، فايز الصياغ، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2005، ص 511.

² - علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، دار اليازوري، عمان، 2014، ص 10.

³ - نصر الدين ليعاضي، الهوية الوطنية والتلفزيون: عشر أطروحات لتطبيق المسلمات، مجلة عالم الفكر، مجلد: 38، عدد: 02، الكويت، 2009، ص 88.

لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الرقمي، من طرف مستخدمي وسائط الإعلام الجديد وتطبيقاته، سواء صناع محتوى، منتجين أو متداولين، ولعل هذا ما يدفعنا إلى ذكر أهم تصنيفات الصناعات الثقافية الرقمية، وتناولها بشكل عام دون الحديث المفصل عنها فلما كان الترويج الثقافي الرقمي في عصر المعلومات يتطلب ويفترض الاتصال باستخدام الوسائط التقنية الحديثة بما في ذلك الإنترنت وكل ما أتاحته من تكنولوجيات وبرمجيات حديثة للإعداد والإخراج التقني والفني، للترويج لمختلف الثقافات والموروثات الشعبية وغير ذلك.¹

وهذا يعني تحويل الثقافة في أغلب أشكالها إلى سلعة تخضع لشروط السوق كأى سلعة، إنتاجا وتصديرا، استيرادا واستهلاكا، إنلخ، واعتمدت الصناعة الحديثة للثقافة على توجيه المجتمعات المستهدفة إلى ما يُنتج لا إلى ما تحتاج إليه هذه المجتمعات حقيقة، وذلك عبر إيهامها بأن ما ينتج هو جل طموحها وغايتها، فالإنتاج والتدفق المتسارع للسلع والمنتجات الثقافية، وتضخم الإنتاج، كلها عوامل ساعدت في إيهام الجماهير المستهلكة على اعتبارها أمرا ومطلبا أساسيا غاية في الأهمية، فتعودت الجماهير على تلقيها واستهلاكها.²

ويشرح الباحث الإنكليزي جون ستوري، في كتابه "النظرية الثقافية والثقافة الشعبية"، أن الغاية من صياغة منظري مدرسة فرانكفورت لمفهوم الصناعة الثقافية، هي التشديد على منتجات الثقافة الجماهيرية في أفق التأكيد على طبيعة الإنتاج الثقافي ذاته، وتميزه بخواص محددة وعلى وجه التحديد خاصيتي "التجانس والتماثل" في الثقافة الجماهيرية. فقد أصبح من غير الممكن مخاطبة المجتمع إلا عبر منتجات ثقافية (إعلامية في الغالب)، قائمة في إطار من الصناعة الثقافية وحتى الثقافة الشعبية، التي كان من المفروض الدفاع عن تميزها عن الثقافة المصطنعة والمنتجة من خارج تفاعل البشر في إطار علاقات

¹ - سارة بن ريالة، الخطاب الثقافي الرقمي، وآليات تشكل صورة الواقع الاجتماعي (مقاربة تحليلية سوسيونقدية لعينة من صناع محتوى التيك توك في الجزائر)، أطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، 2023، ص 182.

² - طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث (الموضوع والقضايا)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 59.

مجتمعهم، صارت بدورها إنتاجاً مصنعاً. فالثقافة بهذا المعنى، وباعتبارها صناعة، فإنها صارت جزءاً من عملية القمع الشمولية في المجتمع الرأسمالي الحديث، لتصبح الثقافة جزءاً من شمولية متكاملة نجدها متلاحمة بشكل شبه كامل مع الاقتصاد الرأسمالي، وهذا ما يعني أن الثقافة عبارة عن آلية لخدمة الوضع الراهن، وأنها سلعة ليست أكثر من ذلك¹.

مبادئ الصناعات الثقافية في وسائل الإعلام:

❖ الثقافة كصناعة (Cultural Industry)

- الثقافة، التي كانت سابقاً مجالاً للإبداع الفردي والتعبير الفني، أصبحت تُدار مثل أي صناعة أخرى تهدف إلى الربح المادي.
- تحولت المنتجات الثقافية إلى سلع استهلاكية تهدف إلى الترفيه وتكريس الوضع القائم بدلاً من تحفيز التفكير النقدي.

❖ تقييد الإبداع

- الصناعات الثقافية تُنتج محتوى نمطياً ومتشابهاً يفتقر إلى الابتكار والتجديد.
- يتم ذلك لضمان تسويق المنتجات الثقافية بشكل أسرع وسهولة استهلاكها من قبل الجمهور العريض.

❖ الهيمنة الأيديولوجية

- وسائل الإعلام تُستخدم كأداة لنشر الأيديولوجيا المسيطرة وتعزيز القيم الرأسمالية والاستهلاكية.
- الصناعات الثقافية تُساهم في تشكيل وعي زائف يمنع الجماهير من إدراك الظلم والاستغلال.

¹ - سارة بن ربيالة، المرجع السابق، ص 179.

❖ توحيد الثقافة (Standardization)

- الصناعات الثقافية تُوحّد التجربة الثقافية، مما يؤدي إلى فقدان التنوع الثقافي وتحويل المحتوى الثقافي إلى منتجات مكررة.
- تكرار الأفكار والقصص في الأفلام، الموسيقى، والبرامج التلفزيونية.
- جعل الجمهور يقبل الأنماط المهيمنة دون تفكير نقدي.

❖ الاستلاب الثقافي (Cultural Alienation)

- تُبعد الصناعات الثقافية الأفراد عن الثقافة الحقيقية والواعية من خلال تقديم محتوى سطحي ومُسلي بدلاً من محتوى يعزز الوعي الاجتماعي والسياسي.
- الجمهور يُصبح مستهلكاً سلبياً للثقافة بدلاً من أن يكون مشاركاً نشطاً في إنتاجها أو فهمها النقدي.

❖ الإلهاء والترفيه

- تُركز وسائل الإعلام على تقديم الترفيه والإلهاء لإبعاد الجمهور عن التفكير في القضايا الجوهرية.
- يُستبدل النقاش حول العدالة الاجتماعية والفقر والسياسة بقضايا سطحية ومُسلية.
- تُصبح وسائل الإعلام أداة لإعادة إنتاج النظام الاجتماعي القائم.

❖ العلاقة بين الثقافة والرأسمالية

- الصناعات الثقافية تُخضع الفن والإبداع لمنطق السوق الرأسمالي، حيث يُصبح الهدف الرئيسي هو الربح وليس القيمة الفنية أو الثقافية.
- يتم إنتاج محتوى ثقافي يسهل تسويقه للجماهير العريضة بدلاً من إنتاج محتوى يطرح تساؤلات نقدية أو يثير وعياً.

❖ السيطرة على الحاجات النفسية

- تُلبّي الصناعات الثقافية الحاجات النفسية للأفراد بشكل زائف، مما يؤدي إلى حالة من الرضا الوهمي عن الواقع.
- تُشجع وسائل الإعلام على الاستهلاك المستمر لتلبية رغبات تم إنشاؤها صناعياً.
- تُغذي رغبة الجماهير في الترفيه بدلاً من التحفيز الفكري.

❖ الإعلام كوسيلة للسيطرة الناعمة

- تُستخدم وسائل الإعلام كأداة للسيطرة الناعمة من خلال التلاعب بالعقول والتأثير على الآراء دون اللجوء إلى القوة المباشرة.
- بث رسائل ضمنية تخدم أهداف النخب الاقتصادية والسياسية.
- تعزيز قبول الجماهير للوضع القائم كأمر طبيعي لا يمكن تغييره.

❖ تقويض الوعي النقدي

- تروج وسائل الإعلام لثقافة الاستهلاك والتسلية، مما يؤدي إلى إضعاف قدرة الجماهير على التفكير النقدي.
- يصبح الجمهور أكثر اهتماماً بالترفيه والإشباع الفوري وأقل اهتماماً بفهم الأسباب العميقة للقضايا الاجتماعية.

أبرز تصورات الفكر النقدي في مباحث علوم الإعلام والاتصال:

✓ الإعلام كأداة للهيمنة الأيديولوجية

- ترى النظرية النقدية أن وسائل الإعلام تُستخدم كأداة لنشر الأيديولوجيا المسيطرة وإعادة إنتاج القيم والنظم الاجتماعية القائمة.
- الإعلام يُعيد إنتاج أنماط التفكير التي تُخدم مصالح النخب السياسية والاقتصادية.
- يُعزز التبعية عبر ترويح رسائل تخدم النظام الرأسمالي والاستهلاكي.

✓ دور الإعلام في تزييف الوعي

- الإعلام يشوه الحقائق ويبسط القضايا المعقدة، مما يؤدي إلى تزييف وعي الجماهير عن القضايا الجوهرية.
- التركيز على قضايا ثانوية أو سطحية للتعميم على القضايا الاجتماعية والسياسية المهمة.
- خلق "ثقافة جماهيرية" تستهلك المحتوى الترفيهي بدلاً من التحليل النقدي.

✓ الهيمنة الثقافية في وسائل الإعلام

- الإعلام يُعزز الهيمنة الثقافية للنخب، وفقاً لتصوير أنطونيو غرامشي، من خلال فرض قيم وثقافة معينة على المجتمع.
- تعزيز التفاوتات الثقافية والاجتماعية عبر تهميش أصوات الأقليات.
- فرض "معايير" ثقافية تبدو طبيعية لكنها تخدم القوى المسيطرة.

✓ نقد الصناعة الثقافية

- مستوحاة من مدرسة فرانكفورت، ترى النظرية النقدية أن وسائل الإعلام تُعزز "الصناعة الثقافية" التي تحول الثقافة إلى سلعة.
- التركيز على الإنتاج الموجه لتحقيق الأرباح بدلاً من تعزيز القيم الإنسانية.
- استبدال الإبداع بمحتوى موجه للاستهلاك الجماهيري السريع.
- التعميم المفرط: تعامل مدرسة فرانكفورت الجمهور ككتلة سلبية وغير قادرة على التفاعل أو النقد.
- التغيير التكنولوجي: لا تأخذ الطروحات الأصلية في الاعتبار ديناميكيات الإعلام الجديد، مثل وسائل التواصل الاجتماعي.
- المبالغة في النقد: أحيانا تبالغ المدرسة في طرح تصوراتها وتضخم من الوضع المأساوي للمجتمع والسياسية والاقتصاد والثقافة وحتى عمل وسائل الإعلام

✓ الإعلام كأداة للتكنولوجيا العقلانية الأداتية

- الإعلام يُستخدم ضمن العقلانية الأداتية، حيث يتمحور حول الكفاءة والربحية بدلاً من المساهمة في تحقيق التقدم الاجتماعي.
- تحول الإعلام إلى أداة لتوجيه الجمهور والسيطرة على تفكيرهم.
- الترويج للمصالح التجارية على حساب الحوار العام والمشاركة الديمقراطية.

✓ الإعلام كمساحة للصراع الطبقي

- الإعلام ليس مجرد أداة هيمنة، بل هو أيضاً ساحة للصراع بين الطبقات الاجتماعية المختلفة.
- الأقليات والجماعات المعارضة تستخدم الإعلام البديل للتعبير عن قضاياها.
- مواجهة الإعلام السائد بوسائل إعلام مضادة تُعيد صياغة الرسائل لصالح التغيير.

✓ الإعلام والتحرر الاجتماعي

- الإعلام يمكن أن يكون أداة للتحرر إذا تم استخدامه لتحدي الهيمنة الثقافية وإيصال أصوات المهمشين.
- تعزيز الحوار الديمقراطي من خلال منصات إعلامية بديلة.
- تمكين الأفراد والمجتمعات من المشاركة النشطة في إنتاج المعلومات.

✓ الإعلام والديمقراطية الزائفة

- تروج وسائل الإعلام لفكرة الديمقراطية، لكنها في الواقع تُمارس دوراً في تقويضها عبر توجيه النقاش العام بما يخدم النخب.
- التلاعب بالمعلومات لجعل الجمهور يتبنى وجهات نظر محددة.
- تقليل المساحات الحقيقية للنقاش العام الحر.

✓ نقد المحتوى الإعلامي

- وسائل الإعلام تُقدم محتوى يخدم النظام القائم ويعزز الاستهلاك والتسلية بدلاً من تمكين الجمهور فكرياً.
- التركيز على الأحداث السطحية والدرامية على حساب القضايا البنيوية.
- إهمال القضايا الجوهرية مثل العدالة الاجتماعية، الفقر، وحقوق الإنسان.

المحاضرة السابعة: التفاعلية الرمزية:

ظهرت التفاعلية الرمزية في بداية الثلاثينات من القرن العشرين وتعتبر واحدة من أهم المحاور الأساسية التي تعتمد عليها النظرية الاجتماعية في تحليل الأنساق الاجتماعية وهي تبدأ بمستوى تحليل الوحدات الصغرى منها ثم الوحدات الكبرى، بمعنى تبدأ بالأفراد وسلوكهم كمدخل لفهم النسق الاجتماعي، فالحياة الاجتماعية التي نعيشها هي حصيلة تفاعلات بين البشر بعضهم ببعض أو بينهم وبين المؤسسات الاجتماعية في المجتمع، إذ تنظر لأدوار البشر بعضهم تجاه بعض من خلال المعاني والرموز المنتجة لديهم وهي ما يحدد طبيعة العلاقات الاجتماعية.¹

وبالتالي تُعرف التفاعلية الرمزية على أنها: "عملية تفاعل اجتماعي يكون فيها الفرد على علاقة واتصال بعقول الآخرين وحاجاتهم ورغباتهم الكامنة في تحقيق أهدافهم"، ويتم استخدامها لتفسير بعض الملاحظات الخاصة بالإنسان وسلوكه وتفاعله مع غيره من أعضاء مجتمعه، وتلك التفاعلات تقوم على استخدام الرموز حيث تتخذ أشكالاً وصوراً مختلفة".

التفاعل Interaction: هو سلسلة متبادلة ومستمرة من الاتصالات بين الفرد مع الفرد، أو بين الفرد وجماعة من الأفراد، أو بين جماعة من الأفراد مع جماعة أخرى.

¹ - سارة بريالة، المرجع السابق. ص 134.

الرموز Symbols: وهي مجموعة من الإشارات المصطنعة، التي يستخدمها الناس فيما بينهم بهدف تسهيل عملية التواصل، وهي سمة خاصة في الإنسان، وتشمل على اللغة والمعاني والانطباعات والصور الذهنية.

فالتفاعلية الرمزية هي: "التفاعل الذي ينشأ بين مختلف العقول والمعاني والذي يعد سمة مميزة للمجتمع الإنساني، ويستند هذا التفاعل الاجتماعي على أخذ الفرد ذاته في عين الاعتبار، وأن يحسب الفرد حساباً للآخرين، بمعنى أن يتفهم أدوارهم ويراعيها".¹

وبالتالي تكون التفاعلية الرمزية معبرة عن توجه الاجتماعي لعلم النفس الاجتماعي، فهي التي كشفت عن المصادر الاجتماعية للسمات الفريدة للإنسان، وأوضحت أن الفعل والذات هما أبسط صور المجتمع، ووصفت كيف يستطيع أعضاء الجماعات الإنسانية إظهار تصوراتهم للعالم الذي يعيشون فيه، كما ألفت الضوء على عملية التفاعل حيث كشفت أن الناس يشاركون بعضهم بعضاً من خلال هذا التفاعل أكثر من كونهم يستجيبون للسلوك الظاهر المتبادل، فهي بعبارة أخرى وضعت الفرد في قلب المجتمع كما جعلت المجتمع يعيش في الأفراد

قام بتطوير التفاعلية الرمزية جورج هربرت ميد George Herbert Mead الذي ينتمي إلى مدرسة شيكاغو، ونشر بلومر أعماله بعد وفاته. ويعتبر ميد مؤسساً فعلياً لهذه النظرية من خلال كتابه (العقل، الذات والمجتمع) الذي جمع بعد موته، وقد بلورها فيما بعد بلومر، ومانفرد كون، ورالف تيرنر، وإرفينغ غوفمان. ومن الأفكار الرئيسية لهذه النظرية:

¹ - [https://www.qaafe.net/items-](https://www.qaafe.net/items-4/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%85%D8%B2%D9%8A%D8%A9)

[4/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%85%D8%B2%D9%8A%D8%A9](https://www.qaafe.net/items-4/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%85%D8%B2%D9%8A%D8%A9)

- تشكل الحياة الاجتماعية وتستمر وتتغير المعاني الأساسية التي ترتبط بها عبر تفاعل الناس فيما بينهم واستجاباتهم لبعضهم البعض على أساس المعاني التي يضيفونها على عالمهم، فتصبح الحياة الاجتماعية والأشياء ذات دلالة عندما يضيفون معاني عليها.
- يعبر عن الحياة الاجتماعية برموز، واللغة هي أهم نظام رمزي.
- يهدف البحث الاجتماعي إلى دراسة بنية الأنظمة الرمزية ووظائفها ومعانيها.
- أفضل طريقة للبحث الاجتماعي هي الطريقة الطبيعية التي تتضمن إجراءات: الاستكشاف والتفتيش. يهدف الاستكشاف إلى دراسة ميادين جديدة والبحث عن تفصيلات وتقديم فهم واضح لسؤال البحث، وأي طريقة قد تكون مفيدة هنا. أما التفتيش فهو طريقة تحليلية تتضمن عملية اختبار مكثفة ومركزة وأطلق بلومر عليها اسم الاستبطان المتعاطف.
- تعتمد البيانات والتفسيرات على السياق والعملية، وينبغي أن نتأكد من صحة البيانات والتفسيرات ونصححها كلما دعت الضرورة.
- تشكل المعاني في التفاعل الاجتماعي ومن خلاله، ويكون تعلمها من خلال التفاعل وليس بأي طريقة أخرى.
- تستخدم المعاني وتشكل وتدار من خلال التفاعل.¹

سادساً: فرضيات التفاعلية الرمزية

تؤكد نظرية التفاعلية الرمزية على دور اللغة في صياغة الأنشطة الذهنية للأفراد ودورها في الاتصال الاجتماعي في بناء معاني الرموز من خلال التفاعل الاجتماعي، كما أنها تعتبر مدخلا لتفسير كيفية اكتساب الفرد المعاني التي تشكل الصور والانطباعات والتوقعات عن الآخرين بواسطة الرموز، ويمكن تلخيص فروض النظرية كما يلي

1. يعتبر المجتمع نظام تشكل فيه المعاني والرموز التي تُعد جزءاً من النشاط الاجتماعي الإنساني.

¹ - سوتيريوس ساراتاكوس، البحث الاجتماعي، ترجمة: شخدة فارغ، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة (قطر)، 2017، ص 121.

2. يتم بناء الحقائق والاتفاق عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد في المجتمع.
 3. تُعتبر الانطباعات التي يكونها الأفراد عن أنفسهم وعن الآخرين بمثابة بناءات شخصية للمعاني الناتجة عن التفاعل الرمزي والتي بدورها تمثل أهم حقائق الحياة الاجتماعي.
 4. يعتبر السلوك الإنساني حيال المواقف الحياتية المختلفة عبارة عن بناءات شخصية عن الذات وعن الآخرين في المجتمع.
 5. إن البشر يتصرفون تجاه الأشياء على أساس ما تعنيه لهم تلك الأشياء ووفق ما يرونها بنظرهم.
 6. المعاني هي نتاج تفاعل الأفراد في المجتمع الإنساني، وهذه المعاني تتغير وتعدل وتُستخدم عبر عملية فهم وتأويل يستخدمها كل فرد في تعامله مع الإشارات التي يواجهها.¹
- من أجل فهم مقارنة التفاعلية الرمزية لا بد من العودة إلى أعمال تالكوت بارسونز، في مقاربتة الوظيفية البنائية، التي تقوم على مجموعة من المسلمات حول الفاعل الاجتماعي، باعتبار أن الفاعل يختار الوسائل لتحقيق أهداف محددة، وتتطلب عملية خلق المؤسسات أن يوجه الفاعلون أفعالهم نحو بعضهم البعض لتحقيق الإشباع المتبادل، وإذا ما نجحت تلك العملية تصبح أفعالهم ثابتة وتتخذ نمطا من أدوار المكانة، أي تشكل بنية أدوار.
- المقارنة التفاعلية الرمزية منظور معرفي مهم في دراسة الشخصية، مركز اهتمامها هو دراسة التفكير وعملياته. فنحن نفهم البشر حينما نفهم ما يعتقدون أنهم يعرفونه عن العالم، أي نفهم معانيهم ومفاهيمهم عن أنفسهم، أنها مقارنة لدراسة الأفراد، ومقارنة خاصة بالفعل الاجتماعي، ولا تحاول في أوضح أشكالها أن تصبح نظرية للمجتمع وتفسيرها للفعل في صورتها المعرفي، كان أكثر ميلا إلى عمليات التفاعل البشري في الحياة اليومية.²
- يرى هيربرت بلومر أوجز صياغة للفرضيات التفاعلية في:

¹ - [https://www.qaafe.net/items-](https://www.qaafe.net/items-4/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%85%D8%B2%D9%8A%D8%A9)

[4/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%85%D8%B2%D9%8A%D8%A9](https://www.qaafe.net/items-4/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%85%D8%B2%D9%8A%D8%A9)

² - Herbert Blumer, Symbolic interactionism (perspectives and method) University of California Press. 1986. P 53.

- أن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه الأشياء لهم.
- هذه المعاني هي نتاج تفاعل اجتماعي في المجتمع الإنساني.
- هذه المعاني تحور وتعديل وتغير ويتم تداولها عبر عملية تأويل يستخدمها كل فرد في تعامله مع الإشارات التي يواجهها.

ركز كل تيار من تيارات التفاعلية الرمزية على جانب معين من النظرية، حيث تناولت مدرسة شيكاغو انساب التفاعل والعمليات التأويلية وتطور المعاني وتغيرها، بينما مدرسة أيوا ورائدها مانفرد كون Manfred Kuhn فحاولت تحويل أفكار مدرسة شيكاغو إلى متغيرات قابلة للقياس، مفترضة أن الذات مستقرة نسبياً.

وثمة تيار آخر يركز على نظرية الدور، وهو ينظر إلى الطريقة التي تكون بها المحادثة الداخلية وسيطا للذات في تقديم نفسها فينبى الأدوار، وأعمال رالف هربرت تيرنر Ralph Herbert Turner هي أكثر الأعمال تنظيماً في هذا الحقل، أما إرفينغ غوفمان Erving Goffman فيستخدم مصطلح المنظور المسرحي Dramaturgical Approach فالأدوار، أي التوقعات التي تكون لدى الآخرين عن سلوكنا في ظروف معينة هي بمنزلة نصوص نقوم بتمثيلها، لذا فهم مهتم ببيان الأساليب التي نسلکها لأداء أدوارنا.¹

وظف ميد تعبير "عقل" ليشير إلى مقدرة الإنسان على التعلم واستخدام الرموز التي يشاطر معناها مع الآخرين، وليس ككيان أثري، وتمسك ميد بأنه بسبب طاقة العقل هذه على التعلم واستخدام الرموز، يستطيع الأفراد التواصل فيما بينهم من خلال اللغة المبنية على معان متفق عليها. ويرى العالم تشارلز هورتون أن الناس يستطيعون الانتساب إلى بعضهم البعض ليس على أساس صفاتهم الموضوعية كما هي موجودة في الواقع ولكن من خلال "الانطباعات" التي يخلفها كل منهم لدى الآخرين من خلال عملية التفاعل فيما بينهم²

¹ - عبد الغني عماد، منهجية البحث في علم الاجتماع (الإشكاليات، التقنيات، المقاربات)، دار الطليعة، بيروت، 2007، ص 120.

² - ساندرا بول روكيتش، ميلفن ديفلر، مرجع سابق، ص 350-351.

يعتقد ميد أن الفرد عند انتهائه من عملية التفاعل مع الآخرين يكن رمزا عند كل فرد تفاعل معه، هذا الرمز قد يكون محببا أو غير محبب حسب طبيعة الرمز الذي أعطاه الفرد للآخرين، إن التفاعلية الرمزية تربط بين العالم والحياة الداخلية النفسية للفرد وبين طبيعة المجتمع الذي يعيش فيه وما يحتويه من لغة حضارة ورموز. والتفاعلية الرمزية لا تقتصر فقط بأن يكون هناك تبادل بل تعداها لتكون في شكل عملية تشفير لكل فرد محاولة أن تعكس مجمل الخبرات التي يمتلكها ذات الفرد وذات المجتمع، وقد تأثر ميد في بنائه لهذه التصورات بأفكار "ويليام وينت" العالم الألماني المتخصص في علم النفس الفردي وعلم النفس الفيسيولوجي، كما تأثر بأفكار عالم النفس "وليام جيمس". ومن هنا يتضح أن التفاعلية الرمزية قد تكون فيها اللغة مرتبطة بسلوك الناس الاجتماعي وهذا من خلال اكتساب أو وضع معاني مشتركة لما يتقاسمونه ويتم ذلك بالتفاعل فيما بينهم عن طريق اللغة أو الأشياء الأخرى.¹

إن دراسة نظرية التفاعل الرمزي باعتبارها من أهم النظريات السيكلوجية الرائدة في مجال دراسة الإعلام والاتصال، حيث تحدد وبوضوح عملية الاتصال بأنها عملية تفاعل رمزي من خلال الأفكار التالية:

- جاء ميد بثلاثية العقل والنفس والمجتمع والتي تندرج أساسا ضمن عملية التفاعل بين الناس باعتبارها من المقومات الأساسية.
- اللغة كعامل أساسي للتفاعل والتي تحتوي الرموز والمعاني وتفسر العلاقات الاجتماعية بصورة عامة.
- السلوك يكون نتائج عملية التفاعل وهو ما يعبر عنه سواء باللغة المستعملة أو طبيعة الاتصال أو في تلك الرموز المتبادلة، وغالبا ما يعكس هذا السلوك المواقف الاجتماعية "الحقيقة المعاشة" والتي بدورها تحمل أهداف يراود تحقيقها.

¹ - مقديش عواطف، الهويات الافتراضية وتمثاتها عبر الفضاءات الرقمية في الجزائر (دراسة لعينة من مستخدمي الفايبروك)، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، مجلد: 07، عدد: 01، الحلقة (الجزائر)، 2022، ص 1041.

- تشكل الذات في عملية التفاعل الرمزي يكون في أغلب الأحيان من التجارب الحياتية لها، حيث تمثل إما طاقات أو توجهات أو أنماط جديدة (وهذا ما يمكن تأكيده من خلال المجموعات الافتراضية)¹

انتقادات النظرية:

- إغفال الجانب الأوسع للبنية الاجتماعية، وعدم القدرة على تقديم قراءة شاملة عن ظواهر مثل الصراع، القوة، التغير، التفاعل...
- لا يمكن التسليم بأن المعرفة عن المجتمع كاملة دائماً وصحيحة وان نظريات التفاعل لا يمكن أيضاً قبولها في نظرية تفاعلية.
- المعاني التي يعطيها الأفراد لحياتهم الاجتماعية كثيرة وغير نهائية ومتجددة بشكل يومي لذلك فإن أي تصور قطعي لتأويل تفاعلات الأفراد يكون ظرفياً.
- أكدت التفاعلية الرمزية على طابع التفاعل الرمزي في المجتمع خارج السياقات الاجتماعية والتاريخية لهذا التفاعل، وهذا يعني أنها أهملت الظروف والمعطيات الاجتماعية التي تؤثر حركة التفاعل في جديلات التأثير والتأثر بالظواهر الاجتماعية ومؤسساتها الكبرى
- لم تستطع التفاعلية تقديم الحجج والبراهين الكافية حول الكيفيات التي تؤدي إلى تشكيل وبناء التكوينات الاجتماعية القائمة.
- قللت التفاعلية الرمزية من أهمية البناءات الاجتماعية، وجعلتها مجرد نتائج عفوية طبيعية للتفاعل الاجتماعي، وهذا يتناقض مع معطيات التفكير السوسيولوجي وحكمته، فالتفاعل الحر لا يؤدي بالضرورة إلى تشكيل طبقة أو سياسة أو ظاهرة اجتماعية.

¹ - مقديش عواطف، المرجع السابق. ص 1042.

المحاضرة الثامنة: انتقال المعلومات عبر مرحلتين:

أول ظهور لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين هو ما بلورته نتائج دراسة أعدها باحثون في جامعة كولومبيا الأمريكية بول لازارسفيلد وبيرنار بيرلسون وهيلين جوديت بعنوان: اختيار الشعب *The People's Choice* التي أجريت على الانتخابات الأمريكية عام 1944. إذ كان من أهم نتائجها التي لفتت نظر الباحثين أن قادة الرأي كان لهم الأثر الأكبر في اتجاهات الناخبين أكثر من الأثر الذي كان متوقعا إن تحدثه وسائل الإعلام الجماهيرية وبخاصة الإذاعة والصحف. فسّر الباحثون هذه النتيجة بقولهم: إن الرسالة الإعلامية لم تكن ذات تأثير مباشر في الناخب، وإنما يكون التأثير عبر وسيط هو "قادة الرأي"، فقادة الرأي يتعرضون لمضامين وسائل الإعلام ويتأثرون بها ثم ينقلون هذا التأثير بدورهم إلى الجماهير عبر قنوات اتصالية متنوعة أهمها الاتصال الشخصي.¹

يتضح إذن أن قادة الرأي يمثلون مجموعة وسطاء بين وسائل الإعلام وجماهيرها، حيث يعمل قادة الرأي على نقل وتعميم رسائل وسائل الاتصال، لكن من خلال مواقفهم وتفسيراتهم لمضمون تلك الرسائل، من خلال الاتصال الشخصي المباشر، داخل ما يسمى بالمجموعات التفسيرية، وهي مجموعات يناقش فيها الأشخاص مضمون وسائل الإعلام مثل: الأصدقاء، زملاء العمل، الأسرة، الأحزاب السياسية، لاتحادات النقابية. على أساس أن تلك المجموعات تتكون من أشخاص تربطهم قواسم مشتركة. إذ يميل الناس عموما إلى مناقشة المستجدات الإعلامية مع الأشخاص الذين يشبهونهم في التعليم أو المهنة أو مستوى المعيشة أو الخلفية الأسرية. هكذا تتضمن تلك المجموعات التفسيرية نوعين من الأشخاص: قائد الرأي، الذي يكون له رأي مؤثر، والتابع الذي يتبنى آراء وتفسيرات قائد الرأي.²

¹ - محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، دار العبيكان، الرياض (السعودية)، 2014، ص 111.

² - هشام المكي، الاتصال الجماهيري وسؤال القيم، دراسة في نظريات الاتصال الجماهيري المؤسسة (أطروحة دكتوراه منشورة)، مركز نماء للبحوث والدراسات، القاهرة، بيروت 2016، ص 94-95.

لقد نقل أفراد العائلة والأصدقاء وغيرهم أفكارا من وسائل الإعلام إلى دائرة اهتمام النخبين الذين لم يتعرضوا بأنفسهم للحملة بصورة مباشرة، وهكذا كان هناك تدفق غير مباشر ولكنه هام للأفكار ووسائل الإعلام بخصوص أولئك الذين تعرضوا لها بصورة مباشرة ثم منهم إلى أناس إضافيين لم يقرؤوا أو يسمعوا الرسائل الأصلية. وهكذا تم اقتراح مسار المعلومات وحركتها الانتقالية ذات المباشرة وغير المباشرة. ففي الدراسات التي أجريت في مجال الانتخابات، وجد أن قادة الرأي لم يكونوا ناقلين محايدين للمعلومات، بل كانوا يؤدون دورها هاما في تشكيل النوايا الانتخابية لدى من يمررون لهم المعلومات، وسرعان ما أصبح هذا الشكل من التأثير الشخصي معروفا كعملية متداخلة هامة أخذت مجراها لدى كثير من الناس في بين محتوى وسائل الإعلام والاستجابة له.¹

تم التركيز في هذه النظرية على الدور الذي يلعبه الاتصال الشخصي في مجمل الاتصال الجماهيري، هذا الدور أصبح يعرف بفرضية تدفق المعلومات على مرحلتين وفق التصورات الآتية:

- أن وسائل الإعلام بدلا من أن تكون عامل تحويل للمعتقدات، فمن الأرجح بأن تكون عامل تعزيز للمعتقدات المتصورة - المدركة مسبقا.
- مهما كان لوسائل الإعلام من تأثير، فإنه من الأرجح أن يتم تنقيتها عبر قادة الرأي، ويقترح هذا الفرض إن المعلومات تتدفق من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي، محددين في المجتمع، يسهلون تأثيرات الاتصال، من خلال المناقشات مع زملائهم، وعلى سبيل المثال وجد لازارسفيلد وزميله، بأن النخبين يتأثرون بأصدقائهم أكثر من وسائل الإعلام خلال الحملة الانتخابية.²

وسائل الإعلام لا تؤثر في الجمهور بشكل مباشر بل هو تأثير يتم من خلال مرحلتين:

¹ - ساندرا بول روكيتش وميلفين ديفلير، مرجع سابق. ص 273.

² - A. Joseph, T. Klapper, the effects of mass communication, free Press, Glen Coe, 1961. P 18-25.

أولا تبث وسائل الإعلام رسائلها إلى جمهورها، فيتلقى الناس رسائلها لكنهم لا يتأثرون بها بشكل مباشر، بل يتأثرون بها في مرحلة لاحقة، من خلال تأثرهم بمواقف وتفسيرات فئة معينة من الناس، يعرفونهم شخصيا ويثقون بهم وبآرائهم، هؤلاء الناس يسمون قادة الرأي (Opinion Leader). والمرحلة الثانية التي تعكس الاتصال الشخصي المباشر بين قادة الرأي ومعارفهم من الناس العاديين.¹

قدم كاتز ولازارسفيد تصورا دقيقا لنظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين في كتابهما "النفوذ الشخصي" 1955. مفاده بان الأفراد من قادة الرأي في المجتمع يستقبلون المعلومات من وسائل الإعلام، ويقوم هؤلاء بتمريرها على زملائهم أو أتباعهم، ومن المهم أن ندرك إن قيادة الرأي تتغير من وقت لآخر ومن موضوع لآخر وتبعا لتغير المواقف. وقد حاول الباحثان الإجابة على تساؤلين مهمين:

الأول: ما هي الخصائص الاجتماعية لقادة الرأي في كل حقل يكون لهم فيه موضع نفوذ؟

الثاني: ما هي أنواع الطرق التي يسعى إليها أو يرتبط بها الذين يسعون للحصول على الرأي أو النصيحة من قادة الرأي؟

وفي دراسة أجراها كاتز عام 1956 يقدم لنا التصور العام لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين وفق فروض علمية مثبتة وهي:

- 1- إن قادة الرأي والناس الذين يؤثرون فيهم ينتمون إلى نفس الجماعة الأساسية سواء كانت العائلة، أو الأصدقاء، أو جماعة العمل.
- 2- يمكن أن يتبادل قادة الرأي (وذوي النفوذ) والأتباع الأدوار في ظروف النفوذ المختلفة، فقائد الرأي في المجال السياسي، يكون تابعا لقائد آخر في مجال من غير مجاله.

¹ - هشام المكي، الاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص 94.

- 3- يكون قادة الرأي أكثر تعرضا واتصالا بالعالم الخارجي، فيما يتعلق بموضوع اهتمامهم أو تخصصهم، وذلك عن طريق وسائل الإعلام، وعلى الرغم من أنهم أكثر تعرضا لوسائل الإعلام، إلا أنهم يتأثرون بغيرهم من الناس أكثر من تأثرهم بوسائل الإعلام.
- 4- تؤكد فرضية انتقال المعلومات على مرحلتين على اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة ووسائل اتصالية، وكذلك اعتبار أنها تشكل مصدرا ضاغطا على الفرد لينسجم مع أسلوب الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي.¹

بخصوص مواصفات قادة الرأي فقد حددها في انتشار المبتكرات شوميكير وروجرز بشكل مفصل وهي تتمحور أساسا حول:

- القدرات الإبداعية ولابتكارية لقادة الرأي
- وقدرتهم على قبول المستجدات واستيعاب التغيير.
- والتزامهم الكبير بالمعايير الاجتماعية السائدة مقارنة بالأشخاص العاديين.
- الانفتاح الكبير في أساليبهم الاتصالية سواء فيما تعلق بدقة المعلومات أو نوعيتها، وذلك بفضل تعاملهم مع مصادر معلومات متنوعة لا تنحصر فقط في قنوات الاتصال الجماهيري.²

¹ - Elihu Katz and Paul Lazarsfeld, Personal influence, the free Press, new York, 1955. P322.

² - Rogers Everett, Shoemaker Floyd, communication of innovation, the free Press, New York, 1971. ص 96. نقلا عن: هشام المكي الاتصال الجماهيري وسؤال القيم، ص 96.

المحاضرة التاسعة: نظرية انتشار المبتكرات:

تم مناقشة نظرية انتشار المبتكرات أو مرة سنة 1903 من قبل عالم الاجتماع الفرنسي "غابريال تارد" حين تناولت دراسات العلاقات الشخصية وأطلق عليها بعض الباحثين نظرية التأثير المحدود التي تجري حول انتشار المبتكرات أو الأفكار المستحدثة، كونها نظرية تشبه نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين مع توسعها في مراحل التدفق ووسائله وذلك بظهور كتاب "نشر التجديدات" (The Diffusion of Information) مع Everett Rogers الذي قدم ردا على عالم الاجتماع روبرت ميرتون حول كيفية استجابة الناس للأفكار الجديدة بطريقة تجريبية وبآثار عملية.¹

تفترض النظرية أن المعلومات حول المبتكر تنتقل من وسائل الإعلام نحو الجمهور عبر عدة مراحل، وأن التدفق الاتصالي يتجه من وسائل الإعلام إلى المتبنين الأوائل ثم إلى قادرة الرأي ومنه إلى المجتمع وتقتصر وظيفة وسائل الإعلام ضمن هذا التصور على المرحلة الأولى من مراحل عملية التبني وهي مرحلة المعرفة، بينما يؤدي الاتصال الشخصي المباشر الوظيفة الإقناعية عبر قادة الرأي ما يعزز انتشار المبتكر وتبنيه.²

يمكن تعريف الانتشار أو الذبوع بأنه: "انتقال الفكرة الجديدة من مصدرها الذي اخترعها أو ابتكرها إلى الذين يستعملونها في النهاية أي متبنيها".

أما عملية التبني فهي: "العملية العقلية التي يمر بها الفرد منذ سماعه وعلمه بالمبتكر أو الشيء المستحدث إلى اعتناقه" وتنقسم عملية التبني حسب روجرز إلى عدة مراحل (المعرفة، الاهتمام، التقييم، التجريب، وأخيرا التبني أو الاقتناع).³

يمكن تعريف الانتشار بأنه: عملية اجتماعية تحدث بين الناس استجابة لتعلم الابتكار، يتم ذلك عبر قنوات معينة بمرور الوقت بين أعضاء النظام الاجتماعي والمتغير النموذجي

¹ - جلولي حفيظة، بغدادي عبد القادر، اليوتيوب وصناعة المحتوى (رؤية في ضوء نظرية انتشار المبتكرات)، مجلة الفكر المتوسطي، مج:12، عدد: 02، تلمسان (الجزائر)، مارس 2024، ص 362.

² - عبد المنعم رقاز، التدفق الاتصالي الصحي في الجزائر خلال جائحة كورونا (قراءة في مراحل تبني لقاح كوفيد 19 من منظور انتشار المبتكرات)، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مج: 04، عدد: 02، الأغواط (الجزائر)، ديسمبر 2021، ص 53.

³ - كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص 107

المعتمد في بحوث الانتشار هو وقت التبني." غالباً ما يتم تفسير الانتشار أو عد وجوده من خلال مجموعات من المتغيرات: مجموعة الإيجابيات والسلبيات (السمات الخاصة بالمبتكر) وخصائص المتبنين أو التأثير الاجتماعي، خاصة (تصورات قادة الرأي)، والسياق الاجتماعي، بما في ذلك بروز القضايا المتعلقة بالابتكار، وكيفية تأطير المؤيدين والمعارضين لمعنى الابتكار، وتوقيت تقديمه.¹

وهو أيضاً "انتقال الفكرة الجديدة من مصدرها الذي اخترعها أو ابتكرها إلى الذين يستعملونها في النهاية أي متبنيها". وهو أيضاً: أما التبني: هي عملية عقلية يمر بها الفرد منذ سماعه وعلمه بالمبتكر أو الشيء المستحدث إلى اعتناقها وينقسم المتبنون للابتكار حسب روجرز إلى خمس فئات:²

لقد اعتمد لازارسفيلد في الميدان الانتخابي على تقنية البانل Panel (نموذج من تقنيات البحث تخضع فيه عينة من الأشخاص لمقابلات متكررة لفترة زمنية معينة)، في دراسته للخطوات المتتابعة في اتخاذ القرار وهو في طور التشكل والتخلق. هذه المنهجية ومسلتها كانت معقدة على سيرورة تبني وانتشار "التجديد" سواء تعلق الأمر باقتناء آلة ماء، أم بذور بالنسبة للمزارعين، أم سلعة استهلاكية، أم ممارسة طبية أم تكنولوجيا.

وقد وجهت هذه الرؤية البحث إلى استحداث طبقات أو خطوات متعاقبة تمر من خلالها كل عملية لتجديد ماء، سواء تعلق الأمر بمنتج أو سلوك. وهو ما أدى إلى ظهور نماذج تقنية تتضمن عدة مستويات: (الوعي، الاهتمام، التقييم، التجريب، التبني أو الرفض)، وقد استحدثت أطراً لتحديد طرائق الاتصال الجماهيري أو الاتصال بين الأفراد الأكثر فاعلية في إحداث وتسريع تبني التجديد.³

¹ - جولي حفيظة وبغداداي باي عبد القادر، مرجع سابق. ص 364-365.

² - عبد المنعم رقاز، التدفق الاتصالي الصحي، مرجع سابق. ص 54.

³ - ارمان ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ص 59.

خلال الستينات والنصف الأول من السبعينات، وهي الفترة التي عرفت كثافة في برامج أطلقتها الكثير من الوكالات والمؤسسات التربوية، تم إنجاز العديد من الدراسات المسحية التطبيقية خدمة للسياسات القطاعية المهمة بنشر التجديدات والابتكارات (تبني سياسية منع الحمل، الأخذ بالتقنيات الزراعية)، خاصة في أمريكا اللاتينية وآسيا. ويعتبر إيفرت روجرز Everett Rogers الشخصية المحورية لهذه الرؤية وقدم فيها مفهوم (التنمية-التحديث) باعتبارها نوعاً من التغيير الاجتماعي، حيث يتم حقن النظام الاجتماعي بأفكار جديدة بهدف تحقيق زيادة في المداخل وتحسين المستويات المعيشية اعتماداً على طرائق الإنتاج الأكثر تحديثاً وتنظيم اجتماعي أكثر أداءاً.¹

هذه الرؤية أدت إلى بروز استراتيجيات بحثية علمية مؤسسة من ناحية، على تصنيفات حسب طبيعة الهدف، ومجموعة من المستويات التي يجب المرور بها لتحقيق التجديد، من ناحية ثانية، فضمن فئة الفلاحين، مثلاً نجد (المجددين) و(المتبنين الأوائل) و(المجموعة الرائدة) و(المجموعة المتأخرة) و(المتخلفين). وقد انتقد الكثير من المتخصصين في سوسيولوجيا الاتصال الريفي من أبناء العالم الثالث نظرية "التجديدات أو الابتكارات" أو ما يعرف بالنظرية الانتشارية (البث)، معتبرين أنها تجاهلت التراتيبات المتصلة وعلاقات القوة داخل مجتمعات يحكمها التمايز الشديد، حيث أن عملية تشكل قرارات التبني أو رفض فكرة (تجديدية أو مجددة)، أو تعريف من هم قادة الرأي، محكومة ومشروطة بآليات توزيع السلطة.²

تقترح النظرية أن المعلومات حول المبتكر تنتقل من وسائل الإعلام إلى الجمهور عبر عدة مراحل، وأن التدفق الاتصالي يتجه من وسائل الإعلام إلى المتبنين الأوائل ثم إلى قادة الرأي ومنه إلى باقي أفراد المجتمع وتقتصر وظيفة وسائل الإعلام ضمن هذا التصور

¹ - ارمان ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ص 63.

² - ميشال وارمان ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة: نصر الدين لعاضي والصادق رايح، مركز دراسات الوحدة العربية (المنظمة العربية للترجمة)، بيروت، 2005، ص 63.

على المرحلة الأولى من مراحل عملية التبني وهي مرحلة المعرفة، بينما يؤدي الاتصال الشخصي المباشر الوظيفة الإقناعية عبر قادة الرأي ما يعزز انتشار المبتكر وتبنيه.¹

فروض نظرية انتشار المبتكرات:

1- تكون قنوات وسائل الإعلام أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، في حين تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول المبتكر الجديد.

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

3- يتعرض قادة الرأي لوسائل الإعلام أكثر من أتباعهم.

4- يكون قادة الرأي أكثر ابتكارية من أتباعهم ولديهم أفكار جديدة أكثر من غيرهم.

5- أهمية عنصر الوقت كعامل ضروري لانتشار المبتكرات.²

يعد مفهوم قادة الرأي مفهوماً مركزياً لفهم النظرية، فهم الأشخاص الذين يتعرضون أكثر من أتباعهم لوسائل الإعلام والاتصال لحرصهم الدائم على متابعة كل مستجد في بيئتهم، لذلك يتميزون بالقدرة على التجديد الفكري وتبني المستحدثات وهم أكثر ابتكارية من أتباعهم، ويحتلون في الغالب مراكز اجتماعية متميزة داخل بيئتهم نتيجة وضعهم العلمي أو الاقتصادي أو التخصصي. والانتشار والعملية التي يتم من خلالها توصيل الابتكار عبر قنوات اتصال معينة بمرور الوقت بين أعضاء النظام الاجتماعي.³

إن انتشار المبتكرات هي عملية توسع فكري في أطروحة انتقال المعلومات على مرحلتين، ففهوم قادة الرأي في هذه النظرية لا يتغير عنه في انتقال المعلومات على مرحلتين، بل إنه يتضمن تفاصيل أكثر تتعلق بقادة الرأي ودورهم من خلال:

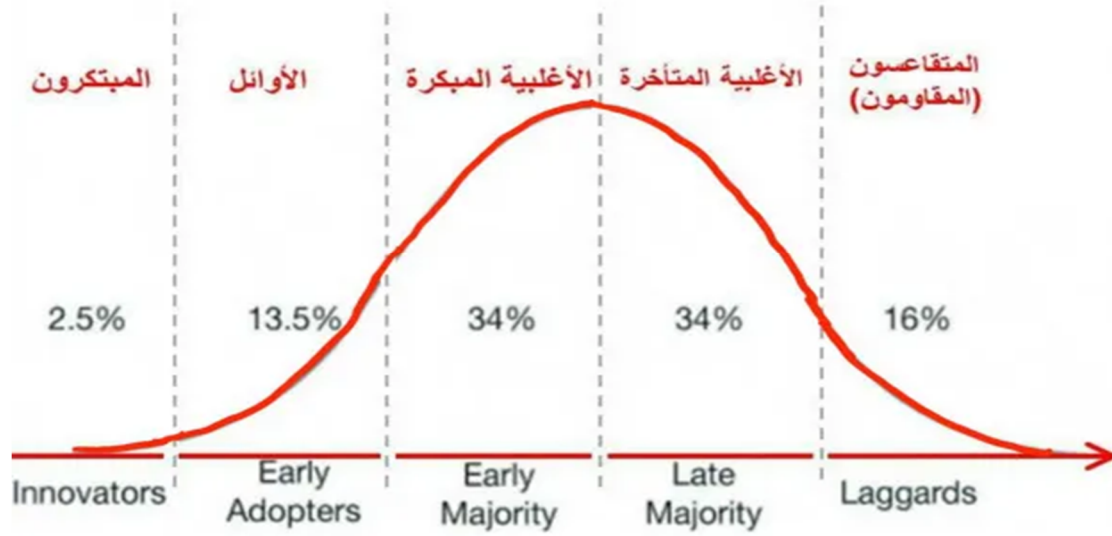
¹ - عبد المنعم رقا، مرجع سابق، ص 53.

² - جولي حفيظة وبغدادى باي عبد القادر، مرجع سابق، ص 365.

³ - عبد المنعم رقا، التدفق الاتصالي الصحي، ص 54.

- يتعرض قادة الرأي أكثر من غيرهم لوسائل لإعلام مما يساعدهم على المتابعة بشكل أفضل لمجالات تخصصهم.
 - يتصل قادة الرأي أكثر من غيرهم بالجهات المسؤولة عن برامج التغيير مثل المسؤولين عن مشاريع التنمية وغيرهم، فهم يعبرون عن رأيهم ورأي اتباعهم بهذه البرامج وينقلونها إلى المسؤولين.
 - يتميز قادة الرأي بمركز اجتماعي أفضل من غيرهم ومن اتباعهم، وذلك نتيجة تميز مواقفهم العلمية أو الاقتصادية أو الاجتماعية عن أتباعهم.
 - يمتاز قادة الرأي بعقولهم المنفتحة أكثر من الاتباع، إذ أنهم أكثر من غيرهم قدرة على تقبل فكرة التغيير إلى الجديد، وعلى تقبل الأفكار الجديدة.
 - مشاركة قادة الرأي الاجتماعية أكثر من مشاركة الاتباع، سيما في المناسبات الاجتماعية، والسياسة والثقافية، فهم أكثر اندماجا وحرصا على متابعة كل ما يجري والحضور فيه.
 - قادة الرأي أكثر ابتكارية من غيرهم وأكثر ترحيبا بالإبداع والأفكار الجديدة وداعمين لها، ينظرون إلى الواقع نظرة تغير مستمر ويدفعون بالاتباع دائما إلى تقديم الجديد والتطور.
 - يكون قادة الرأي أكثر ابتكارية إذا كانوا يتفاعلون داخل بيئة اجتماعية مساعدة على التغيير ومتقبلة له، لأن ذلك يجعلهم أقل ابتكارية.¹
- تعد هذه النظرية من بين النظريات التي استخدمت على نطاق واسع في تفسير ظاهرة انتشار وتبني وسائط الاتصال الجديدة في المجتمعات على اختلافها غربية أو عربية. فهي تسعى إلى معرفة كيفية تبني تجديد تكنولوجيا ما وقت انتشاره وكذا التعرف على الذين تبنوا هذا التجديد بصياغة أنماط أو نماذج سلوكية، أو قياس هذا التبني من خلال دراسة التغيرات التي يحدثها في الممارسات

¹ - صالح خليل أبو إصبع، مرجع سابق، ص 130.



لقد وجد الباحثون أن الأشخاص الذين يتبنون الابتكار مبكراً، لديهم خصائص مختلفة عن الأشخاص الذين يتبنون الابتكار لاحقاً. ويتوزع هؤلاء، بموجب هذه النظرية، التي اعتمدت بدورها على دراسات واستطلاعات عديدة، على خمس فئات رئيسية:

1- المبتكرون (غير المخترعين) الذين يشكلون 2,5% من السكان، وهم أول من يجرب الابتكار. إنهم مغامرون ومهتمون بأفكار جديدة، وعلى استعداد تام لتحمل المخاطر. ولا يحتاج هؤلاء لأي ترويج لجذبهم.

2. المتبنون الأوائل، ويشكلون 13,5%. هؤلاء هم قادة الرأي، ويتمتعون بأدوار قيادية، ويدركون بالفعل الحاجة إلى التغيير، ويرتاحون إلى تبني أفكار جديدة. يحتاج هؤلاء لاجتذابهم أدلة إرشادية ومعلومات حول التنفيذ فقط. إنهم لا يحتاجون إلى معلومات لإقناعهم بالتغيير.

3. الأغلبية المبكرة، وتشكل 34%. هؤلاء الناس نادراً ما يكونون قادة، لكنهم يتبنون أفكاراً جديدة قبل الشخص العادي. ومع ذلك، يحتاجون عادةً إلى رؤية دليل على أن الابتكار يعمل قبل أن يكونوا على استعداد لتبنيه.

4. الأغلبية المتأخرة، الأغلبية المتأخرة، التي تشكل أيضاً 34%. يشكك هؤلاء في التغيير، ولن يعتمدوا ابتكاراً إلا بعد تجربته من قبل الأغلبية. تتضمن استراتيجيات جذب هؤلاء السكان معلومات حول عدد الأشخاص الآخرين الذين جربوا الابتكار واعتمدوه بنجاح.

5. المتخلفون، الذين يشكّون 16%. هؤلاء الناس ملتزمون بالتقاليد ومحافظون للغاية. إنهم متشككون للغاية في التغيير، وهم أصعب مجموعة يمكن جذبها. تشمل استراتيجيات جذب هؤلاء السكان الإحصاءات، والضغط من الأشخاص في المجموعات المتبينة الأخرى.

تعد هذه النظرية من بين النظريات التي استخدمت على نطاق واسع في تفسير ظاهرة انتشار وتبني وسائل الاتصال الجديدة في المجتمعات على اختلافها غربية أو عربية، فهي تسعى إلى معرفة كيفية تبني تجديد تكنولوجي ما وقت انتشاره، وكذا التعرف على الذين تبنوا هذا التجديد بصياغة أنماط أو نماذج سلوكية، أو قياس هذا التبني من خلال دراسة التغيرات التي يحدثها في الممارسات.

فعلى المستوى المنهجي، تبحث هذه النظرية في المرحلة الأولى عن تقديم صورة أو وصف عام للوضع، يكشف الفروق في مستوى أو معدل التجهيز عند الجماعات الاجتماعية) من يملك ماذا؟ (، ثم بعدها تحليل شروط واختلافات الاستعمال) من يفعل ماذا؟، وبأية وتيرة؟ ليلها في مرحلة لا حقة، البحث عن شرح أو تفسير لهذه الفروق والاختلافات، من خلال ربطها بالمتغيرات السوسيو ديموغرافية الكلاسيكية: كالسن والجنس والمهنة والدخل، حجم العائلة... الخ، حيث تتم الاستعانة بالتقنيات الإحصائية بغرض تحديد المتغير أو المتغيرات المفسرة للفروق الملاحظة في مستوى التجهيز ووتيرة الاستعمال.¹

تبين أن قادة الرأي الذين يؤثرون في عملية تبني الابتكارات يشبهون إلى حد بعيد من يتأثرون بهم، فهم يميلون بدرجة كبيرة إلى محاكاة القواعد السلوكية لمجموعاتهم، وهم يميلون لأن يكونوا ذوي إطلاع حسن على وجه خاص في مجال واحد، ولكن ليس بالضرورة في مجالات أخرى. وقيادة الرأي لا تأتي بالضرورة من جانب من يشتغلون منزلة أعلى ممن يؤثرون فيهم، ويدو أن التأثير يحدث بين من يتشابهون في المنزلة إلى حد ما، رغم أن هذا ليس حقيقيا دائما.²

¹ - حميدة خامت وكال رزوق، مرجع سابق. ص 36.

² - ميلفين لورانس ديفلر، مرجع سابق. ص 275.

يعتمد انتشار المبتكر على:

- الابتكار والمبتكر: ما يمثل فكرة أو مستحدث جديد تدور حوله اهتمامات قادة الرأي والأتباع.
 - التفاعل (الاتصال): ضرورة وجود قنوات اتصال بشأن الشيء المبتكر.
 - الوقت: إن انتشار المبتكرات يحتاج إلى فترة زمنية معينة من أجل الذبوع والانتشار والاقتناع به لدى الجميع.
 - الإقناع: أي لا بد ن توفر اتصال إقناعي بشأن كل ماله علاقة بتفاصيل الفكرة الجديدة مع اعتماد أساليب وحجج لجعل الفكرة تصل للجميع وضمان قابلية تبنيها.
- ويمر انتشار أي مبتكر بمراحل أساسية حتى يبلغ مرحلة الانتشار والقبول وهي:
- المعرفة: الاطلاع على المبتكر وجمع المعلومات حوله، من مصادر مختلفة خاصة قادة الرأي، حتى يتسنى بأفراد أخذ فكرة واضحة عن طبيعة الفكرة الجديدة.
 - الاهتمام: في هذه المرحلة يبدأ اهتمام الفرد بالابتكار ويعمل على معرفة المزيد من المعلومات والتفاصيل حوله
 - اتخاذ القرار: يفكر الفرد في هذه المرحلة في التغيير، ويدرس المزايا والسيئات الناتجة عن استخدام أو تبني الابتكار، ويقرر بعدها تقبل الفكرة أو رفضها أساساً. وبناء على طبيعة الأشخاص، فقد نوه روجرز إلى كون هذه المرحلة الأصعب في الحصول على دليل منهجي، بمعنى حجة قوية على تقبل المبتكر.
 - التجريب: يستخدم الفرد الابتكار في هذه المرحلة بطريقة تختلف تبعاً للموقف. ويحدد على هذا الأساس مدى فائدة الابتكار وربما يبحث عن معلومات أكثر أيضاً.
 - التبنّي النهائي: (التثبيت)، مراجعة القرار السابق والتأكد من علمية اتخاذ القرار، التي يمكن إن تغير بوجود معطيات جديدة.
 - أبرز انتقادات النظرية:
 - إن مراحل انتشار المبتكرات قد ينقصها الاستمرار.
 - المراحل الخمسة لانتشار المبتكر ليست متساوية الطول، وتختلف من فرد لآخر تبعاً لعوامل شخصية واجتماعية متفاعلة مع بعضها.

- المراحل الخمسة لا تحدث دائما وفق التسلسل السابق كما أن بعض الأفراد قد يتبنون مبتكرا ما دون الدخول في مرحلة التجريب على نطاق ضيق، كما أن التقييم يعد عملية مستمرة ومصاحبة لكل مرحلة وليست مجرد مرحلة مستقلة.
- لوحظ أن معدل انتشار الأفكار المستحدثة يكون بطيئا في أول الأمر ثم تزداد سرعة الانتشار بالتدرج كلما رأوا الأفراد أو سمعوا عن نجاحها.
- لوحظ أيضا أن السلوك الاتصالي يختلف في كل مرحلة عن الأخرى من مراحل تبني الأفكار المستحدثة ويقصد بالسلوك الاتصالي نوع المصادر وتكرار الاتصال بها.
- الأفراد قد يتغاضون عن الفكرة المستحدثة في أي مرحلة من مراحل تبني المستحدث وقد اصطلح على أن يسمى هذا التغاضي باسم الرفض إذا حدث في الأربع مراحل الأولى، أما إذا حدث في الخامسة فيصبح المشكل في الاستمرار.

المحاضرة العاشرة: النظرية البنائية الوظيفية:

يشير مصطلح البناء structure إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع. والواقع أن السلوك الأسري، والنشاط الاقتصادي والنشاط السياسي، والعقيدة وغيرها من أشكال الأنشطة الاجتماعية، تعد على جودة عالية من التنظيم من وجهة نظر السلوكية.

ويشير مصطلح وظيفة fonction إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع وقد قام روبرت ميرتون بتلخيص البنائية الوظيفية للمجتمع فيما يلي:

- 1- إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مرتبطة، وأنه تنظيم للأنشطة المرتبطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.
- 2- يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي، وإذا حدث أي نوع من التنافر داخله، فإن قوى معينة سوف تنشط من أجل استعادة التوازن.
- 3- تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره، وبمعنى آخر فإن كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.

- 4- إن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.
- 5- إن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده أي أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلي الحاجات الملحة للنظام وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش.¹

تعد وسائل الإعلام من المكونات الأساسية التي لا يمكن الاستغناء عنها في البناء الاجتماعي، ولا يستطيع المجتمع المعاصر أن يستمر بدونها. من ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام يمكن أن تكون أحد عوامل الخلل الوظيفي، وذلك حين تساهم في التنافر وعدم الانسجام بدلا من الاستقرار إذا كان تأثيرها على الناس هو الإثارة والتحريض على ممارسة أشكال السلوك المنحرف.

يهم منظور الوظيفة بتحليل العلاقة بين النظام ككل والوحدات المكونة لهذا النظام، والوحدة يمكن أن تكون الفرد أو المؤسسة الاجتماعية أو الثقافية أو الإعلامية. تمارس هذه الوحدات مجموعة من الأنشطة مثل: الاستهلاك، نقل الأخبار، الترفيه، بحيث تتم مرسة هذه الأنشطة داخل بناء اجتماعي وينتج عنها مجموعة من الوظائف. فمثلا يؤدي تقديم وسائل الإعلام للأخبار إلى زيادة المعلومات لدى الفرد، ومراقبة البيئة، وتحقيق الترابط الاجتماعي، ونقل التراث الحضاري.²

في حين يشير مصطلح الاختلال الوظيفي إلى آثار غير مرغوبة قد تحدثها وسائل الإعلام مثل أن يؤدي عرض الأخبار إلى زيادة القلق والاضطرابات لدى الأفراد. ويركز منظور التحليل الوظيفي على البناء المجتمعي، وكيف تعمل الوحدات داخل النظام العام. كما يسعى إلى فهم دور السلوك أو التأثير الثقافي والاجتماعي في الحفاظ على توازن النظام وديناميته، ويتم تحليل نشاط الأفراد. وتقدم نظرية البنائية الوظيفية من خلال التحليل

¹ - حسن عماد مكاوي. مرجع سابق، ص 124-125.

² - المرجع نفسه. ص 126-127.

الوظيفي نموذجاً لعلاج مشكلة الذوق لدى الجمهور من خلال تحليل الوسيلة الإعلامية بوصفها نظاماً اجتماعياً.¹

بما إن الظاهرة الاجتماعية حسب رواد هذه النظرية هي نتاج الأجزاء البنوية التي تظهر في وسطها، ولها وظيفة اجتماعية مرتبطة بدورها بوظائف الظواهر الأخرى الناتجة عن بقية الأجزاء المكونة للبناء الاجتماعي، إنه يستحيل فصل الوظائف عن البنى أو العكس، فالمجتمع بناء ووظيفة وأن هناك تكاملاً بين الجانب البنوي للمجتمع والجانب الوظيفي إذ أن البناء يكمل الوظيفة والوظيفة تكمل البناء.

يرى ماريون ليفي أن هناك ثلاث محاور كبرى رئيسية للاتجاه البنوي الوظيفي:

- محور أنماط الظاهرة الاجتماعية ويبحث في البناء الاجتماعي.
- محور البيئة وظروف تفاعل الأنماط ويبحث في الوظائف الاجتماعية تأثيراتها على النسق الكلي.
- محور يجمع بين الاتجاهين السابقين، حيث يبحث في الوظائف التي تمكننا من رصد أنماط الظاهرة الاجتماعية وتبيان تفاعلاتها.²

الجهاز المفاهيمي للبناء الوظيفية:

المجتمع: حيث يمثل الكل المعقد الذي يضم العناصر الصغرى (الوحدات) التي تخضع للتفاعل المستمر والعلاقات المعقدة، وهو نسق من الأفعال، يتألف من منظومة من المتغيرات والأبعاد المترابطة وظيفياً.

التوازن الاجتماعي: عملية تساعد من منظور الوظيفيين على بقاء الاستقرار والانسجام بين مكونات البناء وكذلك التكامل بين الوظائف.

¹ - حسن عماد مكاي، مرجع سابق، ص 128.

² - محمد غربي، وإبراهيم قلاو، النظرية البنائية الوظيفية: نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، مجلد: 01، عدد: 03، الأغواط (الجزائر)، 2019، ص 167-168.

البناء الاجتماعي: بمعنى مجموع العلاقات الاجتماعية المترابطة بين الأفراد داخل التنظيم الاجتماعي، ويعره رادكليف براون على أنه: "شبكة من العلاقات الوظيفية بين مجموع الوحدات الاجتماعية"

النسق الاجتماعي: أي البناء الذي يخضع إلى تنظيم وليس عشوائية، حيث تكون الأدوار والوظائف متسمة بالانسجام والاتساق فيما بينها حتى لا يحدث انخلل الوظيفي للعناصر أو الوظائف.

القيم المشتركة: كل بناء اجتماعي تحكمه منظومة قيم متفق عليها تحقق تماسكه الثقافي والديني والاجتماعي.

الوظيفة الاجتماعية: مفهوم مركزي في أطروحة البنائية الوظيفية.¹

المحاضرة الحادي عشر: نظرية الوسائل كامتداد للحواس لمارshall ماكلوهان (الحمية التكنولوجية):

لطالما اعتقد هارولد إينيس السياسي والاقتصادي، أن تكنولوجيات الاتصال تشكل العمليات السياسية والاقتصادية، تبلورت نتائجه بحوثه من خلال دراستيه "الإمبراطورية والاتصالات" 1950 و "انحراف الاتصال" في 1951، وقد جاءت فرضيات إينيس ممهدة لميلاد نظرية تهتم بأثر تكنولوجيا الاتصال على ثقافة المجتمعات وقدرتها على إحداث التغيير والتي نسبت فيما بعد لتلميذه مارshall ماكلوهان بعدما طورها وأعطاهها تسمية الحمية التكنولوجية.²

قام ماكلوهان 1964، بتطوير بعض أفكار إينيس وطبقها بصورة خاصة على وسائل الإعلام في المجتمعات الصناعية، ومن الأفكار الرئيسية التي طرحها أو الوسيلة هي الرسالة

¹ - محمد غربي، وإبراهيم قلوّاز، المرجع السابق. ص 169-171.

² - لبنى سويقات، وعبد الله عبد القادر، الحمية التكنولوجية (مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الإلكتروني، مجلة الواحة للبحوث والدراسات، مجلد: 09، عدد: 02، غرداية (الجزائر)، 2016. ص 877-879.

(أي الوسيط الإعلامي) هو الرسالة. وذلك يعني بعبارة أخرى أن طبيعة الوسيلة الإعلامية المستخدمة في المجتمع تؤثر في بنية المجتمع أكثر مما يتركه المضمون أو المحتوى أو الرسالة التي تنقلها وسائل الإعلام. فالتلفاز على سبيل المثال، وسيلة إعلامية واتصالية مختلفة تمام الاختلاف عن الكتاب المطبوع، فهو يتكون من منظومة إلكترونية بصري من الصور المتحركة.¹

تقوم نظرية الحتمية التكنولوجية لمارshall ماكلوهان التي وضعها في كتابه "مجرة غوتنبيرغ" على قناعة راسخة بأن كل مرحلة من مراحل التطور التقني في ميدان الاتصال، تنتج عنها تحولات اجتماعية وثقافية عميقة، تغير بنية المجتمع وعقليات أفرادها، وأشكال وعيهم، وحتى أنماط حياتهم اليومية في الفضاءات العامة. وفي سياق الامتداد التكنولوجي للحواس، يعتبر ماكلوهان أن هذه العملية ستمكّن من إقامة روابط تواصلية قوية ومتشابكة بين الناس، وبالتالي فإن احتمالات القرية الكونية التي أسسها تجسدت في عالم اليوم بفضل الطفرة التكنولوجية الحاصلة.²

آمن ماكلوهان بأن الوسيط Medium هو امتداد للإنسان ولم يحصره في وسائل الإعلام التي تحظى بالإجماع مثل: الصحيفة والمجلة، والمذياع، وجهاز التلفزيون، بل رآه في كل وسائل النقل والمواد والتجهيزات التي تمد حواس الإنسان وتوسع نشاطه، ووصفها بأنها امتداد للإنسان لكونها تتوسل بأحد مؤهلاتنا البدنية أو الحسية.³

صنف ماكلوهان وسائل الإعلام إلى ساخنة وباردة، واستند في تصنيفه إلى مدى مشاركة الجمهور بحواسه في تعامله مع الوسيلة، فتلّك التي تتطلب مشاركة ضعيفة من قبل المتلقي، وهي ذات مستوى عال من الوضوح، صنفّت ساخنة على غرار الإذاعة، والطباعة

¹ - أنتوني غيدنز، علم الاجتماع، ص 510.

² - هشام المكي، الاتصال الجماهيري وسؤال القيم (دراسة في نظريات الاتصال الجماهيري المؤسسة)، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، 2016، ص 128-129.

³ - نصر الدين لعياضي، التفكير مع ماكلوهان ضد الماكلوهانية في عصر الميديا الرقمية، مجلة لباب، عدد: 112، الدوحة، 2021، ص 17.

والصور الفتوغرافية والأفلام، لكونها تركز على حاسة واحدة تسخنها وتخدر بقية الحواس، بمعنى أن الحواس تفقد توازنها في استخدامها. وهذا خلافاً للوسيلة الباردة التي تتطلب مشاركة قوية، مثل الهاتف والخطابة، وأفلام الكارتون، والتلفزيون، التي تستدعي كل الحواس، وتحقق توازنها. لقد توصل ماكلوهان من تصنيفه هذا إلى نتائج مذهلة، إذ يقول على سبيل المثال: إن التلفزيون يجذب ويقود انتباهنا بشكل مكثف يكاد يكون تنويمياً، فيتفاعل إحساسنا وعقلنا معه عبر الإنارة والبلورات الزجاجية.¹

الحتمية تعني أن الإنسان يصبح غير مخير في التكيف مع التكنولوجيا واستخدامها، حيث تجبره التغيرات السريعة والمتلاحقة على الانخراط في التقنيات الحديثة لتجنب العزلة الاجتماعية أو المهنية، وفي هذا السياق تعد التكنولوجيا قوة تفرض على الأفراد والمجتمعات بحيث يصبح من الصعب أو حتى من المستحيل العيش بمعزل عنها دون أن يكون هناك نوع من الانفصال عن الحياة الاجتماعية والاقتصادية الحديثة.²

يرى هارولد إينيس وماكلوهان أن وسائل الإعلام تؤثر في المجتمع من خلال الكيفية والأسلوب الذي تنقل به المادة الإعلامية لا بمضمون التواصل نفسه. وعلى حد قول ماكلوهان فإن الوسيلة هي الرسالة، فالتلفاز مثلاً، يؤثر في أنماط سلوك الناس ومواقفهم لأنه يختلف في طبيعته عن الوسائل الأخرى مثل الصحف والكتب.³

تصب مختلف كتابات ماكلوهان في الإشكالية العالقة بين البشر والتكنولوجيا التي شددت اهتمام الكثير من الباحثين. فوظف أطروحة هارولد إينيس التي تعتمد على عنصرين: الفضاء والزمن، لتفسير دور وسائط الاتصال في نشوء الإمبراطوريات

¹ - نصر الدين لعياضي، التفكير مع ماكلوهان، ص 20.

² - طلال ناظم الزهيري، الحتمية التكنولوجية وتأثيرها الإعلام الجديد (دراسة استقرائية) مجلد: 08، عدد: 02، الوادي (الجزائر)، 2024، ص 154.

³ - أنتوني غيدنز، علم الاجتماع، ص 533.

واستمرارها. لقد آمن ماكلوهان بأن كل وسيط يملك خصائص تسمح له بالتحكم في أحد العنصرين المذكورين.¹

تعتبر نظرية الحماية التكنولوجية من النظريات المادية التي اهتمت بتأثير تكنولوجيا وسائل الإعلام على شعور وتفكير وسلوك الأفراد وعلى التطور التاريخي للمجتمعات، ويرى أن مضمون وسائل الإعلام لا ينظر إليه مستقلا عن تكنولوجيا وسائل الإعلام نفسها. فطبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل الأفراد والمجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال، لذلك يفترض في النظرية أن تكنولوجيا الاتصال تكبل حرية الإنسان الذي يصبح تابعا لها.

من هنا فإن تجارب الحياة اليومية في مجتمع يقوم فيه التلفاز بدور أساسي تختلف في جوهرها عما هي عليه في مجتمعات تستخدم فيها وسائل إعلام مطبوعة فقط. تقوم نشرات الأخبار التلفزيونية بنقل المعلومات العالمية بصورة فورية لملايين الناس بالوسائل الإلكترونية، مما حول العالم المعاصر بحسب تعبير ماكلوهان إلى قرية كونية. ويعني ذلك أن الناس في جميع أرجاء العالم يشتركون في مشاهدة الأحداث العالمية وهي تتكشف أمامهم لحظة بلحظة، ولا تقتصر هذه المشاركة على أخبار الحروب والنزاعات الكبرى والثورات والكوارث التي تحدث في باقع العالم، بل إنها تشمل أحيانا أحداثا تفصيلية ثانوية قد لا تكون دلالاتها إلا لفئة واحدة أو مجتمع واحد.²

التصورات الأساسية للحتمية التكنولوجية:

- وسائل الإعلام امتداد لحواس الإنسان: يرى ماكلوهان أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يترك أثره على الشعوب في تنظيمها وحواسها، وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام، لن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية في المجتمعات، فأى وسيلة هي امتداد للإنسان، تؤثر على تفكيره فكاميرا

¹ - هشام عبادة، الفعل التواصلي في الفضاء، ص 40.

² - أنتوني غيدنز، علم الاجتماع، ص 511.

التلفزيون هي امتداد للعين البشرية، والميكروفون هو امتداد للأذن، ويرى ماكلوهان إن وسائل الاتصال غيرت في نسب استخدام الحواس، فامتداد أي حاسة يعدل من تفكيرنا وتصرفاتنا وإدراكنا للعالم م حولنا. كما إن وسائل الإعلام حولت العالم إلى قرية عالمية. ¹ Global village لكن ريتشارد بلاك Blacke انتقد ماكلوهان بخصوص رؤية القرية العالمية، ففي نظره أن وسائل الإعلام والتكنولوجيا بصفة عامة بدلا من إن تحول العالم إلى قرية، حوله إلى شظايا وفتته، فكل فرد يعيش في عزلة ولا يعرف شيئا عن المحيطين به مقارنة بسنوات الثمانينات. ودبلا من حدوث الاندماج، حصل التنافر والانعزال لدى الأفراد في منظور الاستخدام.

- الوسيلة هي الرسالة: يشير ماكلوهان أن لكل وسيلة جمهورا يهتم بها كوسيلة أكثر من اهتمامه بمضمون ما تقدمه ويرى إن طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هو المؤثر في المجتمعات.

- تصنف وسائل الإعلام إلى ساخنة وباردة: تعتبر الصحيفة والراديو وسائل ساخنة لأنها تعتمد على حاسة واحدة، ولا تحتاج إلى جهد كبير في التلقي، بينما السينما والتلفزيون من الوسائل الباردة التي تحتاج إلى ممارسة جهد كبير من طرق المتلقي.

إن قوة التأثير عند ماكلوهان هي الوسيلة ذاتها بمعزل عما تحمله من مضمون، وهذا ما اصطلح عليه الرسالة هي الوسيلة، ويرى أن مضمون الاتصال غير ذي علاقة بالتأثير فالذي يجعل هناك فرقا في حياة الناس إنما هي الوسائل السائدة في عصر ما وليس مضمونها. ويرى ماكلوهان أن وسيلة الاتصال هي بجذ ذاتها رسالة. فبغض النظر عن البرامج مثلا فإن الناس لن يتوقفوا عن مشاهدة التلفزيون، وأن وسائل الإعلام الإلكترونية ستغير أوجه حياة البشر والحضارة، وذلك ليس بسبب مضمونها، ولكن بسبب طبيعتها، فوسائل الإعلام بالتالي أصبحت مجرد أدوات غامضة ذات قوة تستطيع تغيير الناس وحياتهم². 68.

¹ - كمال شاوي، نظريات الإعلام والاتصال. ص119.

² - ياسين قرناي، قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية (بين مارشال ماكلوهان وعزي عبد الرحمان)، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد: 08، عدد: 01، 2014، ص68.

يمكن أن نرصد اتجاهين لحضور ماكلوهان في البيئة الرقمية، الاتجاه الأول: ظل وفيما لنزعة ماكلوهان الاستعارية، إذ اتجه إلى تكييف أطروحاته مع معطيات البيئة الرقمية وتعميقها. واتجاه آخر سعى إلى إعطاء بعد تطبيقي لها من خلال تنزيل "قانون الميديا" على العدة الرقمية، كالهاتف الذكي، مواقع التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك. يعتقد البعض أن التكنولوجيا الرقمية تمنح الفرصة لإثبات صحة رؤية ماكلوهان لوسائل الإعلام، إذ يذكر أن كل وسيلة إعلام جديدة تستعين بخصائص الوسيلة التي سبقتها في الوجود وحتى لغتها، وتستغلها لصقل خصوصيتها وتشكيل لغتها الخاصة. وهذا ما حصل مع شبكة الإنترنت، التي تشكل محتواها من وسائل الإعلام التي سبقتها إلى الوجود وأنتجت "وسيلة هجينة" تجمع خصائص الوسائل السمعية البصرية، والسمعية، والمكتوبة.¹

أما الاتجاه الثاني: يمثله إيان بوغوست Ian Bogost وغوردن تورانس Gordden Torrance وينص على أن لكل وسيط اتصالي أو إعلامي تأثيرا يمكن حصره في أربع فئات: (التحسين، التعزيز، التقادم، الاسترجاع والتحويل). بمعنى أن دراسة الميديا تتطلب النظر إلى تكنولوجيا الاتصال التي سبقتها، وبماذا تجاوزتها، وما الإضافات التي قدمتها أو التعديلات التي أدخلتها عليها؟²

في انتقاله من التفكير في الوسيط إلى البيئة الإعلامية، توصل ماكلوهان إلى فكرة مهمة مفادها أن كل ميديا لا تولد مكتملة، بل تسعى في بداياتها على استعمال محتويات الميديا التي سبقتها وحتى لغتها، وهذا ينطبق تماما على وسائل الإعلام. لقد نلخص أول معد لشبكة البرامج في التلفزيون الفرنسي، 1946 هذه الفكرة في الجملة التالية: إن التلفزيون يتوجه بإمكانات الإذاعة إلى جمهور ينتظر منه أن يقدم له ما يعادل السينما وتدرجيا تستقل الميديا الجديدة عما سبقتها من وسائط الاتصال بعد أن تفرض خصوصيتها ويبتتها الخاصة.³

¹ - نصر الدين لياضي، التفكير مع ماكلوهان، مرجع سابق. ص 29.

² - المرجع نفسه. ص 30.

³ - المرجع نفسه. ص 17.

من جهة أخرى، قدم ألفين توفلر (Toffler) في كتابه الموجة الثالثة رؤية متقدمة حول تأثير التكنولوجيا على حياة البشر، مشيراً إلى أن التكنولوجيا ليست مجرد أداة لدعم الحياة اليومية، بل هي قوة تحويلية تفرض تغييرات شاملة في جميع جوانب الحياة، مثل الانتقال من العصر الصناعي إلى عصر المعلومات. ويرى توفلر أن هذا التحول ينتج ما أسماه "صدمة المستقبل"، حيث يصبح التكيف مع التقدم التكنولوجي ضرورة ملحة للمجتمع. ومن ضمن التوقعات التي طرحها توفلر هي الخوف من فقدان الوظائف التقليدية بسبب تقدم الآلات والتقنيات الجديدة. كان توفلر يتنبأ بتغيرات جذرية في سوق العمل، وهو ما تحقق جزئياً مع ظهور الذكاء الاصطناعي والأتمتة في الكثير من المجالات¹.

وهناك موقف آخر اتخذته الناس ضد الحتمية التكنولوجية من منطلق أن التكنولوجيا ليست عاملاً سببياً، بل هي أداة يمكن استخدامها للمساعدة في تطور المجتمع. وفي هذا السياق فسر المؤرخ الأمريكي (وايت)، "إن الجهاز الجديد لا يفعل أكثر من فتح الباب؛ مع هذا لا يجبر المرء على الدخول من خلاله". وهذا يعني أن التكنولوجيا تنتج التقدم إذا سمحنا لها بذلك. ويقول أكاديمي أمريكي آخر، إيثيل دي سولا بول، "إن التكنولوجيا تشكل بنية المعركة ولكن ليس كل نتائجها" مما يعني أن التكنولوجيا تشكل عاملاً من عوامل التغيير، ولكن هناك عوامل أخرى أيضاً يمكن أن تدفع إلى التقدم².

مقترح الرسالة هي القيمة (عزي عبد الرحمان):

قدم الباحث عززي عبد الرحمان قراءة نقدية لنظرية ماكلوهان وتحديدًا نجد أنه قام بتنفيذ إحدى تصوراته الرئيسية في الحتمية التكنولوجية، من خلال رفض الفرض القائل بأن الرسالة هي الوسيلة، ليحل محله الرسالة هي القيمة التي تحملها. لأن ذلك يرجع حسبه إلى متغيرات وخصوصيات تتحكم في مضامين وسائل الإعلام في مقدمتها البيئة والعادات والتقاليد والدين.

¹ - طلال ناظم الزهيري، المرجع السابق. ص 155.

² - طلال ناظم الزهيري، ص 155.

حيث لا تسمح هذه المتغيرات بجعل الفرد ذا قابلية لكل ما تقوله لنا وسائل الإعلام، فمن منظور عزري عبد الرحمان، لا تكون الوسيلة وسيلة بالمعنى الحقيقي إلا إذا قدمت مضمونا محتكما إلى قيم أخلاقية ودينية وإنسانية تؤثر حياة الأفراد وتضبطها أعرفهم وخصوصياتهم الثقافية. فالرسالة أو المضمون في منظور الحتمية القيمية، لا بد أن تكون لها قيمة سامية، من هذا المنطلق لا بد أن تتكيف الرسالة الإعلامية وفق البعد القيمي كمرجعية.

انتقادات نظرية الحتمية التكنولوجية:

- تركيزها على متغير قوة الوسيلة، حيث ترجع كل تطور حاصل أو تأثير قوي يحدث في المجتمعات الإنسانية إلى قوة وسئل الإعلام، وهذا يتنافى مع تفسير الظواهر الذي لا يمكن فيه النظر على متغير واحد على أساس هو الوحيد الذي نفهم من خلاله.
- اعتباره أن القيم لدى الأفراد تعرقل أداء الوسيلة، وهي أصلا ما يوجه السلوك.
- المبالغة في فكر الإكراهات والحتميات والإجبار الذي تفرضه لوسيلة على الجمهور.
- إهمال دور الأفراد وصانعي القرار في اختيار التكنولوجيا وتوظيفها لأغراض مختلفة.
- تجاهل السياق الثقافي والاجتماعي، فتأثير التكنولوجيا يختلف من مجتمع لآخر.
- في بعض أشكالها، تقدم التكنولوجيا كقوة خارجة عن السيطرة:
- إهمال الأبعاد الاقتصادية والسياسية المتحركة في اختيار التكنولوجيا مثل مصالح الشركات والقرارات الحكومية، وهيمنة الدول الكبرى على المعرفة التكنولوجية.
- التعميم المبالغ فيه، حيث كان يتم رد تطور الفكر إلى الطباعة وتطور الإعلام بفضل الأنترنت.

المحاضرة (12) نظرية الغرس الثقافي:

لا تزال فرضية الغرس الثقافي التي وضعها جربنر Gerbner 1973 أفضل الفرضيات توثيقاً، وأكثرها استقصاءً، وتنص هذه الفرضية على أن التلفزيون، من بين وسائل الإعلام الحديثة، قد اكتسب مكاناً مركزياً في الحياة اليومية، حيث أصبح يهيمن على البيئة الرمزية لدينا، ليستبدل رسالته (المشوهة) عن الواقع للتجارب الشخصية، ويحل محل الوسائل الأخرى لمعرفة العالم. ويوصف التلفزيون أيضاً بأنه الذراع الثقافي للنظام الصناعي القائم الذي يعمل في المقام الأول للحفاظ على المعتقدات والسلوكيات التقليدية، واستقرارها، وتعزيزها بدلاً من تغييرها أو تهديدها أو إضعافها. وبذلك يقرب هذا الوصف تأثير الغرس الثقافي للغاية من ذلك الذي يفترضه المنظرون النقاد في مدرسة فرانكفورت، ولا يبعده في الوقت ذاته عن التحليل الماركسي اللاحق. يعتبر تحليل الغرس الثقافي العنصر الثالث في نموذج بحثي يحمل عنوان (المؤثرات الثقافية) حيث يبحث في العمليات المؤسسة التي يستند إليها إنتاج المحتوى الإعلامي والصور التي يتضمنها هذا المحتوى والعلاقات بين التعرض للرسالة التي ينقلها التلفزيون ومعتقدات الجمهور وسلوكياته.¹

من أشهر نماذج هذا الاستخدام دراسات الغرس الثقافي التي تقوم بتحليل مضمون بعض الرسائل الإعلامية ثم تجرى دراسة على الجمهور لترى تأثير هذه الرسائل على كثيفي المشاهدة مقارنة بمنخفضي المشاهدة لمعرفة ما إذا كانت تلك الرسائل تخلف لدى كثيفي المشاهدة معتقدات وأفكار عن الواقع مشابهة لما يراه في وسائل الإعلام.

ومن الدراسات المعروفة في هذا المجال تلك التي أجراها كل من جربنر وسينورلي ومورغان وجاكسون بيك (1979)، حيث وجدوا أن كثيفي المشاهدة أكثر خوفاً من العالم المحيط بهم، لأن المضمون الذي يقدمه التلفزيون يعرض جرعات مكثفة من الجريمة والعنف وهو ما أدى إلى غرس اتجاهات متسقة مع هذه الرسائل، أكثر من اتساقها مع

¹ - دينس ماكويل، نظرية ماكويل للاتصال الجماهيري. ترجمة: أيمن باجنيد وعبير خالد، منتدى أسبار الدولي، السعودية، بلا: سنة، ص 735.

الواقع الفعلي حيث يدرك كثيفو المشاهدة المضمون التلفزيوني باعتباره الواقع ذاته أو الحقيقي.¹

تناولت بحوث دراسات الغرس الثقافي تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية للفرد خاصة المشروع الثقافي لجربنر والذي ركز فيه على المؤشرات الثقافية التالية:

- دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
- دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية
- دراسة المشاركة المستقلة للرسائل الجماهيرية على إدراك الواقع الاجتماعي.

وتعتبر نظرية الغرس الثقافي تصورا تطبيقيا للأفكار الخاصة ببناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، ويرى جربنر أن الأشخاص كثيفي التعرض لبرامج التلفزيون يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي من الأفراد قليلي التعرض، وأن التلفزيون وسيلة فريدة للغرس الثقافي لدى الأشخاص خاصة الأطفال، لتمتعه بخصائص منها قيامه بدور رواية الحكاية، وإمداد الطفل بالمعلومات، وتكرار الصور الذهنية، وتفترض النظرية أن تقديم التلفزيون للواقع الاجتماعي يؤثر على معتقدات المشاهدين حول واقعهم.²

يرى جربنر أن وسائل الإعلام تنقل للجمهور رسائل عديدة تؤثر في رؤيتهم وفهمهم للأحداث والقضايا والأشخاص في العالم من حولهم، ومن ثم فإن هذه الوسائل تسهم في غرس صور ذهنية منظمة، وبناء على ذلك فإن وسائل الإعلام تقدم للجمهور صياغة جديدة للحقائق الاجتماعية. يتم تناقلها بينهم ما يعني التسليم بها والتصديق لما تطرح على أساس أنه واقع حقيقي.³

¹ - شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص 142.

² - مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد، عمان (الأردن)، 2015، ص 220-221.

³ - George, G and Gross, L. living With television, the violence profile, journal of communication, 1976. P177.

من بين وسائل الإعلام المتعددة تهتم ونظرية الغرس الثقافي بالتلفزيون، أكثر من غيره من الوسائل الأخرى، حيث كانت الدراسات الأولى تركز على الصور التي ينقلها التلفزيون وعلاقتها بالواقع الاجتماعي للأفراد، لذلك جاءت معظم فروض النظرية مرتبطة بتأثير التلفزيون على إدراك الجمهور للواقع. فالواقع الطي يحاول التلفزيون صياغته وتقديمه للأفراد يمثل أهم عوامل التنشئة الاجتماعية وبخاصة لدى فئة الأطفال.¹

كانت الفرضية المركزية للبحوث تتمثل في فكرة أن مشاهدة التلفزيون تؤدي تدريجياً إلى اعتماد المعتقدات السائدة حول طبيعة العالم الاجتماعي التي تتوافق مع رؤية نمطية ومشوهة وانتقائية للغاية للواقع كما يعرضه الخيال التلفزيوني والأخبار بطريقة منهجية. ويُقال إن عملية الغرس الثقافي تختلف عن عملية تأثيرات الاستجابة للمحفز المباشرة، بسبب طبيعتها التدريجية والتراكمية. ويتضمن ذلك التعلم أولاً، ثم بناء رؤية للواقع الاجتماعي تعتمد على الظروف والتجارب الشخصية) مثل: الفقر، أو العرق، أو الجنس (، وتعتمد أيضاً على عضوية الجماعات المرجعية ثانياً. ويُنظر إلى هذه العملية أيضاً على أنها عملية تفاعلية بن الرسائل والجماهير.²

وفي نظرية تأثيرات وسائل الإعلام هذه، يقدم التلفزيون للعديد من الأشخاص بيئة رمزية ثابتة وشبه كاملة، تعمل على توفر معايير للسلوك والمعتقدات فيما يخص مجموعة واسعة النطاق من مواقف الحياة الواقعية. ولا يعني ذلك أنه نافذة أو انعكاس للعالم، بل هو عالم بحد ذاته. وللبحوث الناتجة محوران رئيسان: الأول موجه لاختبار الافتراض حول اتساق وتشويه «منظومة الرسائل» التلفزيونية، والآخر مصمم لاختبار مجموعة متنوعة من المعتقدات العامة حول الواقع الاجتماعي، ولا سيما تلك التي يمكن اختبارها مقارنةً بالموشرات التجريبية، من خلال إجراء التحليلات الاستقصائية. ويتمثل جوهر التحليل التالي في المقارنة بين المعتقدات حول الواقع، والواقع الفعلي، مع مراعاة تفاوت درجات

¹ - محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، مرجع سابق. ص 121-122.

² - دينس ماكويل، نظرية ماكويل للاتصال الجماهيري، المرجع السابق. ص 736.

التعرض المعتاد للتلفزيون. ويتضح من ذلك وجود بعض التشابه الأساسي مع الأفكار التي تستند إليها فرضية «ترتيب الأولويات»¹

يتوقع من أولئك الذين يشاهدون كميات متزايدة من المحتوى التلفزيوني أن يظهروا تباعداً متزايداً في مفاهيم الواقع، بعيداً عن الصورة المتعارف عليها للعالم الاجتماعي، تجاه صورة «التلفزيون» للعالم. ودائماً ما كان التركيز الأساسي للبحوث على الأمور المتعلقة بالعنف والجريمة، في الوقت الذي اهتمت فيه بحوث الغرس الثقافي بالتصوير التلفزيوني، وحدوثه الفعلي، ومخاطره التفاضلية من ناحية، وبالوعي العام بالمواقف تجاه الجريمة، وبهذه المواقف نفسها من الناحية الأخرى.

كذلك، أظهرت نتائج بحوث الغرس الثقافي المبكرة وGross، 1976 وGerbner أنه كلما ازدادت مشاهدة الأشخاص للتلفزيون، كلما ازداد احتمال مبالغتهم في وقوع الجريمة في العالم الواقعي، والمخاطر الشخصية التي يتعرضون لها. ويبدو أن هذه العلاقة لا تزال قائمة في الولايات المتحدة الأمريكية، على الأقل، ويضاف إلى ذلك دراسة موضوعات أخرى ذات أهمية سياسية واجتماعية، بما في ذلك الإنتاج الإعلامي للإجماع السياسي. كذلك، طبق Gerbner وآخرون مفهوم «التعميم» لديهم على المجال السياسي، كما وجدوا دليلاً على أن التعرض للتلفزيون قد أدى إلى تغير الرأي، في اتجاه الرأي (المعتدل)²

أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي:

- ❖ لم تأخذ النظرية في اعتبارها المتغيرات الأخرى غير كثافة المشاهدة التي تدخل في عملية التأثير التلفزيوني مثل العامل الديمغرافي.
- ❖ العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والغرس الثقافي عند مشاهدته لا يمكن أن ترجع إلى بعض محتوياته ولا تنطبق على البعض الآخر من البرامج فيه، ولا يمكن إن تطبق العلاقة على جميع محتوياته في عمومها نتيجة مشاهدة برامج محددة.

¹ - المرجع نفسه، ص 736.

² - دينس ماكويل، نظرية ماكويل للاتصال الجماهيري المرجع سابق، ص 737.

❖ المادة المقدمة في التلفزيون من الممكن إن تكون عرضة التزييف والتحريف من قبل المشاهدين، كما أن استجاباتهم قد تكون متحيزة، ما يجعل نتائج الحكم على حدوغرس ثقافي غير دقيقة.¹

المحاضرة (13): نظرية الفجوة المعرفية:

ينحصر مفهوم الفجوة الرقمية في النفاذ إلى مصادر المعرفة من حيث توفر البنى التحتية اللازمة للحصول على موارد المعلومات، والمعرفة بالوسائل الآلية أساسا دون إغفال الوسائل غير الآلية من خلال التواصل البشري، لذا يركز هذا التعريف على الفارق بين مدى توفر شبكات الاتصال ووسائل النفاذ إليها، وعناصر ربطها بالشبكات العالمية وعلى رأسها الأنترنت.²

تمثل المعرفة حصيلة المعالجات التجريدية للمظاهر الكامنة في المعلومات وتقطيرها إلى مجموعة قواعد تحكم الفكر بشقيه النظري والتطبيقي لتتجاوز العقبات الابدستيمولوجية أو التطبيقية على حد سواء، وعلى هذا الأساس فإن المخزون المعرفي الذي يمتلكه كيان من الكيانات (منظمات، دولة...) يعد مؤشرا على الحصيلة التي يمتلكها المجتمع عبر ممارسته لعمليات تقطير البيانات وترجمتها إلى قواعد حاكمة للأنشطة السائدة بنوعها الصرف والتطبيقي.³

وتعرف الفجوة المعرفية أيضا: بأنها: " مجموعة من التحديات يطرحها المعدل المتسارع لتطور تكنولوجيا المعلومات، والصعوبات التي تواجهها البلدان النامية في نشرها وزرعها في صلب الكيان المجتمعي". والفجوة المعرفية تعد معيارا على وجود ثغرات مقيمة في البنى

¹ - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق. ص 222.

² - محمد قارش، الفجوة المعرفية في الوطن العربي (التحديات والرهانات)، مجلة الإحياء، مجلد: 16، عدد: 01، 2016.

ص 140

³ - المرجع نفسه. ص 141.

التحتية ومناهج التعليم والمعرفة التقنية والمهارات لدى الأفراد، والمنظمات، بحيث يعجز المجتمع عن مواكبة متطلبات الساهمة في أنشطة التنمية¹.

تقوم نظرية الفجوة المعرفية على فكرة وجود تباين بين الأفراد والجماعات في المعرفة وأثر التعرض لوسائل الإعلام في زيادة هذا التباين أو خلقه. وتفترض هذه النظرية أن المعلومة تتدفق من وسائل الإعلام إلى الجمهور في النظام الاجتماعي لصالح مجتمعات أعلى مستوى تعليمي ومادي أكثر ويتأثرون بها بشكل أكبر.

• مع تزايد انسياب المعلومات في النظام الاجتماعي من خلال وسائل الاتصال تحدث الفجوة في المعلومات بين الفئات ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي الأعلى، والتي تميل إلى اكتساب المعلومات أكثر، وبين الفئات ذات المستوى الأقل. تصنف النظرية أفراد المجتمع إلى مستويات اجتماعية اقتصادية بناء على مستوى تعليم الفرد، ويتبر المستوى الاجتماعي الاقتصادي متغير أساسي في النظرية. يرى تيتشنر وزملاؤه أن هناك خمسة أسباب لإمكانية حدوث الفجوة المعرفية:

- 1- تباين المهارات الاتصالية بين الطبقات، من خلال وجود تباين في التعليم (القراءة، التذكر، الحديث).
- 2- تباين قدر معلومات المخزنة أو ما يسمى بالخلفية المعرفية السابقة، والطبقات الأعلى.
- 3- أهمية التواصل الاجتماعي لدى الطبقات الأعلى، وبالتالي نجدهم يشاركون غيرهم ممن يتعرضون إلى موضوعات الشؤون العامة أو الأخبار العلمية ويدخلون مع الغير في مناقشات حولها.
- 4- تأثير آلية التعرض الانتقائي، وكذلك الاهتمام والتذكر، فقد لا يوجد فعلاً لدى الطبقات الأقل معلومات حول الشؤون العامة والأخبار العلمية تتفق مع قيمهم واتجاهاتهم وربما لا يهتمون فعلاً بمعلومات معينة.

¹ - محمد قارش، المرجع نفسه. ص 142.

5- طبيعة نظام وسائل الإعلام نفسه، والذي نلاحظ اتجاهه إلى الطبقات الأعلى، كما أن الكثير من الموضوعات، الشؤون العامة، والعلوم تظهر في الوسائل المطبوعة وهذه تناسب اهتمامات الطبقة الأعلى.¹

يمكن قياس الفجوة المعرفية بطريقتين: الأولى في لحظة زمنية محددة، والثانية خلال فترة زمنية ممتدة، وقد وجد تيتشنر وزملاؤه أن الاختلافات في مستويات المعرفة توازي الاختلافات في مستويات التعليم وقد وجو باحثون آخرون أن هناك عوامل أخرى ترتبط بفجوة المعرفة، مثل الأمية والوظيفة والمستوى الاقتصادي.

تركز هذه النظرية بشكل أساسي على عامل التباين والاختلاف بين الأفراد والجماعات في مستوى المعرفة لديهم، وأثر وسائل الإعلام في حدوث هذا الاختلاف، إما بالزيادة أو النقصان. قامت دراسة باختبار الفرض الرئيس للنظرية وهو: يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذات المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض. ومن ثم تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدل النقصان. يركز هذا الفرض على متغيرين أساسيين هما الجانب الاقتصادي والاجتماعي الذي تتفاوت فيه فئات الجمهور.²

كلما كان الفرد متمتعاً بمستوى اقتصادي أو اجتماعي مرتفع كلما كانت فرصته للحصول على المعلومات التي تتدفق من وسائل إعلام أكبر مما يؤدي إلى ضيق الفجوة لديه والعكس صحيح. والفجوة لا تطبق على الفرد فقط بل تأخذ وجهين:

- الأول المستوى الفردي: متعلق باكتساب الأفراد لروق فردية. وقياسها يؤشر على طبيعة الفجوة لديهم.

¹ - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 227.

² - محمد سعود البشر، مرجع سابق، ص 123.

- الثاني: مستوى مجتمعي، يشمل طبيعة البناء الاجتماعي ككل، يهدف إلى قياس عوارض المعرفة لدى المجتمع في كليته.¹
 هناك عوامل كثيرة تؤثر في اتساع أو ضيق الفجوة المعرفية مثل: استمرار وسائل الإعلام في تقديم رسائل عن الموضوع. أيضا اهتمام الأفراد بموضوع معين سيجعله أكثر تعرضا لوسائل الاتصال التي تقدم رسائل عن هذا الموضوع أو ذاك. كما إن قوة الدافع لها تأثير في تضيق الفجوة المعرفية، فكلما كانت دوافع الأفراد شديدة للحصول على المعرفة حول موضوع معين أدى ذلك إلى التقليل من اتساع الفجوة وانحصارها والعكس صحيح.²
 تلعب وسائل الإعلام دوراً مزدوجاً في تشكيل الفجوة المعرفية :

- توسيع الفجوة :عندما تقدم وسائل الإعلام معلومات معقدة أو متخصصة، قد يستفيد منها الأفراد ذوو المستويات التعليمية الأعلى بشكل أكبر، مما يزيد من التفاوت المعرفي .
- تقليص الفجوة :في بعض الحالات، يمكن لوسائل الإعلام تبسيط المعلومات وتقديمها بطرق جذابة وسهلة الفهم، مما يساعد الفئات الأقل تعليماً على استيعابها وتقليل الفجوة المعرفية .

يمكن التعبير عن فرضية الفجوة المعرفية باستخدام مجموعة المقترحات التالية:

1. يظهر الناس في المجتمع تنوعاً نفسياً كبيراً تبعاً لتكوينهم النفسي والخبرات المكتسبة والعلاقات الاجتماعية، وعضويتهم في الفئة الاجتماعية.
2. بغض النظر عن هذه الاختلافات فإن الناس ذوي المستوى التعليمي العالي يميلون لتطوير مهارات الإدراك والتواصل، والحصول على مجالات اجتماعية أوسع والمزيد من الاتصالات الاجتماعية، وكمية أضخم من المعلومات المخزنة مقارنةً مع نظرائهم ذوي الأقل تعليماً.

¹ - - المرجع نفسه. ص125.

² - محمد سعود البشر، مرجع سابق، ص126.

3. يميل الأشخاص ذوو التعليم العالي إلى الاهتمام الواضح بنطاق واسع من المواضيع - والتعرف عليها- بما في ذلك المواضيع الجدية كالشؤون العامة والعلوم وأخبار الصحة.
4. لذلك، مع زيادة ضخ المعلومات من وسائل الإعلام إلى النظام المجتمعي، تميل الشرائح ذات الوضع الاجتماعي والاقتصادي العالي للحصول على المعلومة بمعدل أسرع من الشرائح الأدنى، ولهذا فإن الفجوة المعرفية بين هذه الطبقات تزداد بدلاً من أن تنقص¹.

المحاضرة (14): نظرية دورة الاهتمام بالقضايا

قدم Anthony Downs صياغة لمفهوم "دورة الاهتمام بالقضايا عام 1972 والذي اختبره إمبريقيا بالتطبيق على قضايا البيئة في دراسته التي نشرت بدورية the public Interest من العام نفسه، وبذلك وجه Downs الأنظار لدراسة الطبيعة الدورية للاهتمام العام بالقضايا، واقترح تقسيم دورة الاهتمام إعلاميا وجمهوريا إلى خمس مراحل هي مرحلة ما قبل القضية، مرحلة الاكتشاف التحذيري والحساس للنشاط اتجاه وقوع هذه القضية، مرحلة استيعاب تكاليف إحراز تقدم ملحوظ بشأنها، مرحلة الهبوط التدريجي، مرحلة ما بعد القضية.

أما اقتراضات نظرية "دورة الاهتمام بالقضايا" كما صاغها Downs بنفسه فهي كالتالي: يرى Downs أن جوهر دورة الاهتمام بالقضية يكمن في طبيعة المشكلات الداخلية وأسلوب وطريقة التفاعل بين أنماط الاتصال الجماهيري عبر وسائل الإعلام وبين الجمهور، وتتكون هذه الدورة من خمس مراحل تستغرق مدى زمني معين يعتمد على طبيعة وخصوصية القضية التي تتناولها وسائل الإعلام، ويحدث التابع الزمني لهذه المراحل كالتالي:

1. مرحلة ما قبل القضية (المشكلة): "فالقضية أو المشكلة تكون موجودة لكنها لم تستحوذ بصورة كبيرة على اهتمام الجمهور"، وهنا ينحصر دور وسائل الاتصال في توجيه نظر الجماهير إلى مثل هذه الأحداث".

2. الاكتشاف المفزع للقضية وتعظيم التحمس لمواجهتها: وهذه المرحلة هي "ما يسمى بالمدخل التي يحدث خلالها ارتفاع مفاجئ في منحنى الاهتمام والانتقال من مرحلة ما قبل القضية أو المشكلة لمرحلة وقوع القضية أو المشكلة" فنتيجة تكرار الحوادث تصبح الجماهير على علم بخطورتها ويصاحب هذه المعرفة إدراك لخطورة المشكلة وتحمس كبير للمواجهة وتساهم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بدور كبير.¹

3. مرحلة إدراك تكلفة حل القضية أو المشكلة وإحراز تقدم فعال بشأنها: يطلق بعض الباحثين مثل Neuman على هذه المرحلة تسمية "الاستقرار النسبي" التي "عندما ينتشر خلالها تدريجياً إدراك صعوبة حل القضية وهو ما يعتبر جوهر القضية فيحدث فتور في الحماس لمواجهتها والتصدي لها.

4. التناقض التدريجي في كثافة الاهتمام العام: ونلاحظ في هذه المرحلة أن الاهتمام بالقضية الذي حظيت به في المرحلة السابقة يبدأ في الانحسار، فتتضاءل كثافة اهتمام الجمهور بالقضية؛ لأن المزيد والكثير من أفراد هذا الجمهور يدركون صعوبتها والتكلفة الكبيرة لهم فيما يتعلق بمواجهتها، ويترتب على ذلك تراجع اهتمام هؤلاء الأفراد بالقضية، وفي هذه المرحلة يصبح الجمهور العام في حالة قلق وملل ولا مبالاة وربما يصيبه اليأس والإحباط وهو ما يؤدي إلى تناقص اهتمامه بالقضية.

5. مرحلة ما بعد القضية: وتمثل المرحلة الأخيرة في دورة اهتمام الأفراد بالقضية التي تخرج من بؤرة الاهتمام العام لتحل محلها قضية أخرى، وكنتيجة لهذا يصل معدل الاهتمام لأدنى مستوياته ويكاد يتلاشى أو يظهر بصورة متقطعة، وتعد هذه المرحلة مختلفة مع ما كانت عليه القضية بالمرحلة الأولى، وينتظر الجمهور العام وقوع قضية جديدة أو وجود أمل جديد لحدوث تقدم بشأن القضية السابقة ليهتم بها مرة أخرى"

تم الاسترداد بتاريخ: 13 أبريل 2025. <http://constantine3.blogspot.com/2014/01/blog-post.html> - 1

"ويمكن القول أنّ افتراضات Downs أثبتت جديتها من الناحيتين الواقعية والأكاديمية لاسيما أن نماذج التغطية الإعلامية لعدد كبير من القضايا البيئية سلكت سلوكا سبق لهذا الباحث توقعه".

لذلك يمكن القول أنّ نشأة نظرية "دورة الاهتمام بالقضايا" تمثل خطوة علمية أكثر تعمقا في ميدان الدراسات المعنية بالاهتمامات، فقد تمكن Downs عام 1972 من تقديم مفهومه لدورة الاهتمام بقضية ما وصياغة افتراضات هذه النظرية واختبارها وثبوت صحتها، ويؤكد Downs أن نشأة هذه النظرية انطلقت من ملاحظته ورصده لواقع الممارسة والجمهور في المجتمع الأمريكي فهو يرى أن "الاهتمام العام نادرا ما يظل مركزا على أي قضية داخلية لمدة طويلة حتى ولو كانت قضية مزمنة أو ذات أهمية كبيرة للمجتمع".¹

وأُسفرت نتائج دراسة Downs عن تأكيد أن الاهتمام العام بجودة البيئة حاليا في منتصف الطريق بدورة الاهتمام بالقضايا، فقد أصبح عدد الناس الذين يدركون ضخامة التكلفة الاجتماعية والمالية لتنقية الهواء والماء والمحافظة على نقاء المناطق الشاسعة المفتوحة في تزايد تدريجي، وعقب ذلك حدث نوع من الفتور في الحماس الخاص بإجراء تحسينات عاجلة وحاسمة في البيئة ورغم ذلك هناك قدر كبير من اهتمام الناس بالقضايا نفسها، وهو ما يؤكد عدم الوصول لمرحلة "ما بعد القضية أو المشكلة"، ويتحدد السبب الأكثر وضوحا لحدوث هذا الارتفاع المبدئي في الاهتمام بقضايا البيئة في الانهيار الحالي للظروف البيئية وهو ما سهل إدراكه ولا شك أن التصدي لذلك ليس سهلا، وأما السبب الثاني فهو تطلعات الناس لوجود ظروف بيئية معيارية.

ويمكن القول أنّ نشأة نظرية دورة الاهتمام بالقضايا تدعم بقوة افتراضات نظرية الأجندة وهو ما يوضحه كل من Watt، Mazza and Sunder بتأكيدهم "وجود معيار آخر يتوافر في عدد من القضايا يمكن أن تساعد في التنبؤ بقوة تأثير وضع الأجندة وهو جدتها أو جدارتها الإعلامية أو ما يمكن تسميته بموقعها داخل دورة الاهتمام وسائل الإعلام بالقضايا المختلفة.

¹ - <http://constantine3.blogspot.com/2014/01/blog-post.html>

ونثير هنا تساؤلا مهما حول المقارنة بين انتشار وتراكمية التطبيقات البحثية لنظريتي دورة الاهتمام بالقضايا ووضع الأجندة وهما ما كان في صالح الأخيرة رغم أنه تمت صياغتهما ونشأتهما معا عام 1972، وهذا التساؤل هو ما أسباب شهرة وانتشار نظرية وضع الأجندة مقارنة بمثلتها دورة الاهتمام بالقضايا؟، وهو ما يمكن الإجابة عنه وتلخيصه في الأسباب الآتية¹:

1. لم يكرر Downs اختباراه لاقتراضات النظرية مرة أخرى في مجالات ومع قضايا أخرى مثلها فعل كل من Shaw and McCombs فيما يتعلق بنظرية وضع الأجندة
2. أثارت نظرية دورة الاهتمام بالقضايا عددا من الصعوبات مثل المدى الزمني الطويل لتتبع دورة الاهتمام الإعلامي بقضايا معينة، ومعايير تحديد المراحل المختلفة لهذه الدورة وغيرها من الصعوبات التي دفعت الباحثين للاهتمام الكبير بنظرية وضع الأجندة.
3. المعايير الثلاثة التي وضعها Downs للقضايا التي من المحتمل أن تمر بدورة الاهتمام بها والتي ربما رآها الباحثون كالقيود والمعوقات مما جعلهم يقبلون على نظرية وضع الأجندة. ونلخص مما سبق "أن ظروف نشأة نظرية "دورة الاهتمام بالقضايا" ارتبطت بتوجه الباحثين خلال عقد السبعينيات من القرن العشرين لدراسة العلاقة بين اهتمامات وسائل الإعلام بقضايا معينة وبين المردود التأثيري لذلك في اهتمامات جمهور هذه الوسائل، كما ارتبطت بظروف نشأة نظرية وضع الأجندة التي تم صياغتها واختبار اقتراضاتها إمبيريقيا في العام نفسه (1972)" ، وتعد هذه هي المرحلة الأولى في تطور نظرية "دورة الاهتمام بالقضايا" والتي قام خلالها Downs بصياغة المفهوم والاقتراضات الخاصة بها واختبارها إمبيريقيا أيضا من خلال التطبيق على قضايا البيئة.

معايير القضايا التي تمر بدورة الاهتمام بالقضايا:

لا تمر كل القضايا والمشكلات بهذه المراحل الخمس ضمن الاهتمام بها لأنه من البديهي أن هذه الدورة تتطلب وجود قدر من التغطية الإعلامية لها بما يثير اهتمامات جمهور وسائل الإعلام وهو ما يعني أن هناك بعض القضايا لا تمر بهذه الدورة؛ لأنها قد تشغل حيزا من

¹ - <http://constantine3.blogspot.com/2014/01/blog-post.html>

اهتمام وسائل الإعلام بها أو لأنها تفتقد للمعايير التي حددها Downs كي تمر القضايا بهذه الدورة، والتي توصل إليها من خلال الإجابة على السؤال: ما معايير المشكلات التي من المحتمل أن تمر بهذه الدورة من الاهتمام؟¹

- لكي تمر هذه القضايا بمراحل دورة الاهتمام يجب أن تتوفر على المعايير الثلاثة التالية:
- 1- ألا يعاني من أثارها غالبية الأفراد في المجتمع أو بمعنى آخر أن يعاني منها أقلية أو بعض الأقليات والأقلية هنا تعني أقلية في العدد وليس بالضرورة الأقلية العرقية.
 - 2- أن تكون سبب معاناتهم من آثار هذه القضايا والمشكلات اتخاذ بعض التدابير والترتيبات الاجتماعية التي تمثل فوائد للأغلبية
 - 3- أن تُتصف القضية أو المشكلة بالإثارة وألا تستغرق وقتاً طويلاً في تناولها وتغطيتها إعلامياً دون جديد، فقد تركز اهتمام الجمهور بصورة طبيعية على أسباب ونتائج هذه الاضطرابات وعندما تتوقف فقد يتحول الاهتمام بالقضايا والمشكلات المرتبطة بالقضية إلى التناقص بصورة حادة.

الجوانب السلبية للنظرية:

بالرغم من أوجه التميز والإيجابيات التي تحظى بها نظرية "دورة الاهتمام بالقضايا" لكنها لم تسلم من توجيه الانتقادات وهي:

1. لم يحدد Downs بشكل قاطع هل الفتر في الاهتمام بالقضية خلال المرحلة الرابعة من مراحل دورة الاهتمام بالقضايا يحدث نتيجة دخول قضية أو قضايا أخرى ضمن المرحلة الثانية من المراحل المختلفة لدورة أو دورات الاهتمام بقضايا أخرى جديدة؟
2. وجود قدر من التناقض بين الباحثين فيما يتعلق بالمستوى الذي يصل إليه الاهتمام بالقضايا خلال المرحلة الخامسة مرحلة ما بعد القضية أو المشكلة.
3. مازالت افتراضات النظرية بحاجة إلى المزيد من الإسهامات الفكرية لوضع معايير علمية دقيقة للحدود الفاصلة بين كل مرحلة ومثيلتها أو التي تليها بدورة الاهتمام بالقضايا، وهو الأمر الذي لم تناوله الأطر الإجرائية للتطبيقات البحثية المختلفة للنظرية.

¹ - <http://constantine3.blogspot.com/2014/01/blog-post.html>

4. لم توضح افتراضات النظرية دور المتغيرات الوسيطة بشكل مستفيض في تعاقب المراحل المختلفة لدورة الاهتمام بالقضايا، وهو الأمر الذي أدرك الباحثون أهمية تناوله بالبحث والدراسة في تطبيقات بحثية أوروبية.
5. لم تقدم افتراضات النظرية وتطبيقاتها البحثية اللاحقة طرقاً مقننة كأسس علمية لبناء وتطبيق مقاييس لمراحل دورة الاهتمام بالقضايا¹

المحاضرة (15) نظرية دوامة الصمت

هي نظرية تركز على تحليل دور وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام على المدى الطويل، وخاصة فيما يتعلق بتأثير الحملات السياسية على السلوك الانتخابي وتعرف باسم دوامة الصمت، قدمت صاحبها نويل نيومان فرضية مؤداها: أن غالبية الأفراد خوفاً من أن يرفضوا وأن يصبحوا غير شعيين يحاولون تمثيل آراء الآخرين وإتباع رأي الأغلبية الذي عادة ما يكون متسقاً مع الأفكار التي تدعمها وسائل الإعلام ومن ثم فإن لهذه الوسائل دور بارز في تكوين الرأي العام لأنها تعتبر هي المصادر المرجعية لإعلام الجمهور.²

يعود تأصيل هذه النظرية إلى عام 1974 عندما قدمت نيومان الفرضية الأساسية لها، في مقال في جريدة الاتصال Journal of Communication تحت عنوان "دوامة الصمت: نظرية في الرأي العام The Spiral of Silence: a Theory in Public Opinion" ورغم أن نظرية دوامة الصمت هي نظرية في الرأي العام فإنه يمكن اختبار فرضياتها في الإطار الإعلامي من خلال تحليل مواد الرأي الإعلام بما فيها أبواب بريد القراء بوصفها أداة من أدوات التعبير عن الرأي العام القائم في فترة محدودة واتجاه قضايا أو أحداث معينة.³

¹ - <http://constantine3.blogspot.com/2014/01/blog-post.html>

² - فضيل دليو، الاتصال (مفاهيمه- نظرياته، وسائله)، دار الفجر للنشر، مصر 2003، ص 38.

³ عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة و بروز الشعب، ط2. الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، 2005.

وتحدد نيومان الرأي العام في فكرتين: الرأي العام بمفهوم العقلانية، أي ما يجعله أداة فعالة في عملية صنع القرار والديمقراطية، والرأي العام كمتحكم في الوضع الاجتماعي، حيث يمثل دوره في ترويض وتعزيز التكامل الاجتماعي، وضمان وجود مستوى كافي من الإجماع حول الإجراءات والقرارات التي يمكن أن تُبنى من خلاله.¹

ولقد أثبتت نيومان في دراستها التطبيقية لهذه النظرية أن تغير الرأي العام من أصعب الأمور لتمسك الناس بالرأي العام على أنه الرأي السائد في المجتمع، وفي حقيقة الأمر أن الرأي الشخصي قد يختلف عن الرأي العام ولكن الناس يعبرون عن آرائهم في استطلاعات الرأي العام عن آراء الآخرين، أكثر من التعبير عن الآراء الشخصية في المجتمع التي كانت تمثل رأياً آخر مختلفاً عن الرأي السائد وهكذا يقل عدد الأشخاص الذين يجاهرون برأي مختلف عن رأي الجماعة أو عن الرأي العام في المجتمع.²

تؤكد نيومان بأن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري بشكل عام تخاز أحياناً إلى جانب إحدى القضايا أو الشخصيات، بحيث يؤدي ذلك إلى تأييد القسم الأكبر من الجمهور للاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام، وذلك بحثاً عن التوافق الاجتماعي. أما الأفراد المعارضين لهذه القضية أو تلك الشخصية فإنهم يتخذون موقف (الصمت) تجنباً لاضطهاد الجماعة الكبيرة المؤيدة، وبالتالي فإنهم إذا كانوا يؤمنون بآراء مخالفة لما تعرضه وسائل الإعلام، فإنهم يحجبون آرائهم الشخصية.³

¹ Dietram A. Scheufele, Patricia Moy, Twenty-Five Years of The Spiral of Silence: A Conceptual Review & Empirical Outlook, International Journal of Public Opinion Research, Vol 12, No.1. pp 4,5.

² عبد الله الغدامي، مرجع سبق ذكره، ص 26.

³ عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين، دار اليازوري، عمان (الأردن)، 2016، ص

إذ تعرف الباحثة مصطلح دوامة الصمت "بأنه تعبير عن التوتر الذي يشعر به الفرد عندما ييوح برأيه أو وجهة نظره خوفاً من أن يكون من الأقلية المخالفة للاتجاه السائد الذي تبناه وسائل الإعلام".¹

قام كل من Koffa & Wertheimer بدراسة الكيفية التي يقوم بموجبها استدراك المعلومات المتلقاة لدى الجمهور حسب علم النفس الجشتالتي، و ثم Sherif ناقش استخدام الأفراد للأطر المرجعية، والاعتماد على الجماعات، ووجد أن الأفراد يستخدمون بيئتهم الاجتماعية كإطار مرجعي لتفسير المعلومات والتي سيتم من خلالها لاحقاً تكوين رأي عام، وفي هذا السياق تحت افتراضات علم النفس الجشطالت، يشعر الأفراد بعدم الارتياح إذا واجهتهم معلومات أو أخبار دون إطار مرجعي مناسب يمكنهم من وضع تفسيراتهم لها. وبالتالي فالرأي العام وأحكام الآخرين تمثل الإطار المرجعي الأقوى في تفسير وتبني الأفكار.²

ترى نيومان أن الرغبة في الحديث حول القضايا تتأثر بشكل كبير بإدراك مناخ الرأي، فإذا كان مناخ الرأي يسير عكس رأي الشخص، فإن هذا الشخص يبقى صامتا والقوة الدافعة لهذا الصمت تتمثل في الخوف من العزلة. وقد تساءل لاسورسا عما إذا كان الخوف من المناخ العدائي للرأي له هذه القوة في الواقع أم لا، ولذلك فقد أجريت دراسة للإجابة عن هذا السؤال، وتضمنت الدراسة مسحا اختبار فيه ما إذا كان التعبير عن الرأي في القضايا السياسية يتأثر فقط بإدراك الشخص لمناخ الرأي كما تقول نيومان، أم يتأثر بمتغيرات أخرى أيضا. وقد شملت هذه المتغيرات العمر والتعليم والدخل والاهتمام بالشؤون السياسية، ومستوى الكفاءة الذاتية والارتباط الشخصي بالقضية واستخدام وسائل الإعلام الإخبارية ومدى إيمان الشخص بصحة موقفه. وقد أظهرت نتائج تحليل الانحدار أن الإفصاح عن الرأي يتأثر بكل المتغيرات الديموغرافية (العمر، التعليم، الدخل)

¹ محمد بن سعود البشر، مرجع سابق، ص 143.

² Dietram A. Scheufele, Patricia Moy, op.cit. p7.

وبالمتغيرات الأخرى السابقة، فيما عدا متغيري الارتباط الشخصي بالقضية واستخدام وسائل الإعلام الإخبارية.

ويقول لاسورسا أن نتائجه توضح أن الناس ليسوا سلبين تماما في مواجهة الراي العام كما تقول نظرية نيومان وأن هناك أحوالا يمكن في ظلها مقاومة دوامة الصمت.¹

وقد اهتم الباحثون بعدة عوامل على افتراض تأثيرها والاستعداد للتعبير العلني عن الموقف من قضية ما إلا أن نتائج تلك الدراسات اتسمت بشيء من التباين والاضطراب" الافتراض الرئيس الذي قامت عليه النظرية هو: أن وسائل الإعلام حين تتبنى آراء أو اتجاهات معينة خلال فترة من الزمن فإن معظم الأفراد سيتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام.²

فعندما تتخذ وسائل الإعلام موقف معيناً من قضية أو شخصية فإن ذلك يؤدي إلى تأييد معظم الأفراد للاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام بحثاً عن التوافق الاجتماعي ومن ثم فإنهم يلجؤون إلى الصمت ويحجبون آراءهم الشخصية ظناً منهم أن الإعلان عن رأيهم قد لا يحضاً بتأييد الآخرين هذا الموقف هو ما يعبر عنه كثير من الباحثين بالخوف من العزلة الاجتماعية (Social Isolation) وهو اعتقاد فئة من الجمهور أن ما يتبنونه من رأي اتجاه قضية معينة سيكون مخالفاً لاتجاه السائد الذي تؤيده وسائل الإعلام ومن ثم يجعلهم يشعرون بعدم التوافق الاجتماعي ويضعهم في خانة الأقلية.³

وتقول نيومان: "إن الرأي العام هو تعبير الأشخاص عن رأيهم تجاه مواقف معينة بطريقة لا تعرضهم إلى العزلة عن المجتمع".⁴ وأما الافتراض الآخر فيستند على مبدأ معروف في علم النفس يسمى مقت العزلة وخلاصته يميل الفرد دائماً إلى تبني رأي الغالبية والتوافق معه لتجنب العزلة فإذا ما كرر الإعلام تحت ظروف معينة موقفاً معيناً فسيولد لدى غالبية

¹ عبد الله الغدامي، مرجع سابق، ص 26، 27.

² محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004، ص 288، 289.

³ محمد بن سعود البشر، مرجع سابق، ص 142.

⁴ المرجع نفسه، ص 143.

المتلقين قناعة أن هذا هو الموقف الصحيح، لذا ترتفع رغبة مؤيدي هذا الرأي ومؤازريه بالانتماء إليه والبوح بيه علانية، وأما معارضوه فسيشعرون بالحرج والتجمل والخوف من سخط الجماعة عليهم، لذا نجدهم ينظمون إلى رأي الأغلبية أو نجدهم يلزمون الصمت مما يحولهم إلى أقلية صامتة في المجتمع، وفي ضوء ذلك نجد أن الرأي الذي تبناه وسائل الإعلام يبدأ بالانتشار والتعاظم والتصاعد في المجتمع الأمر الذي يولد ضغطاً على المخالفين تجنب إبداء وجهات نظرهم نحوه.¹

وتفترض هذه النظرية أيضاً أن الإعلام كثيراً ما يشكل ضغطاً رهيباً على الرأي العام ليصبح الرأي العام هو ما يريده الإعلام لا ما يريده الشعب وهي تقوم على افتراض رئيسي هو أن الإنسان في الأغلب لا يحب العزلة ويخشى من مصادمة الرأي العام، وأن الإعلام يستطيع تحت شرط معين أن يلح على فكرة أو موقف من شخص أو جماعة بدرجة تعطي قناعة لدى جميع المتلقين أن هذا هو الرأي العام، ومن ثم ترتفع الرغبة لدى مؤيدي هذه الفكرة، ويفتخرون بالانتماء إليها، بينما يشعر المعارضون لها أو المؤيدين لأطروحات أخرى بالحرج والتجمل فيلزمون الصمت، مما يحولهم إلى أقلية صامتة في المجتمع.²

بل ذهبت النظرية إلى ما هو أبعد من ذلك، وهو أن الإعلام يستطيع إذا توحد على وجهة نظر مصادمة لرأي الأغلبية أن يحولها إلى أغلبية صامتة تتجمل من مبادئها؛ حتى لو كانت هي مبادئ الأغلبية، بينما الأقلية المساندة من الإعلام تشعر بأنها صارت الأصل. ولكن الشرط الأساسي لكي تحدث هذه الظاهرة، هو: أن تتوحد وسائل الإعلام على أيديولوجية أو فكرة أو هدف، وهذا حاصل في حالات الإعلام الموجه من قبل الحكومات الديكتاتورية.³

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. مرجع سابق، ص 289.

² لامية طالة، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر، (أطروحة دكتوراه: الاتصال السياسي)، قسم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2015، ص 81.

³ فتيحة بوغازي، صحافة المواطن والرأي العام دراسة من منظور دوامة الصمت، (أطروحة دكتوراه: علوم الإعلام والاتصال)، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018، ص 90.

صعوبات التعبير العلني حسب النظرية دوامة الصمت

هناك عوامل عدة اهتم بها الباحثون على افتراض تأثيرها على الأفراد وتمثل لهم صعوبات في التعبير العلني عن الراي في ظل نظرية دوامة الصمت من أهم هذه الصعوبات:¹

الخوف من العزلة: يحتل الخوف من العزلة مكانة مركزية بين فروض نظرية دوامة الصمت حيث تشرح نيومان هذه المكانة، إذ تقول: الجهد الذي يبذله الفرد في مراقبة محيطه يعتبر ثمنا بخصا بالمقياس الى الخطر المتمثل في فقدته حب الناس واحترامهم، أو أن يصير الفرد عرضة للتبلد والاحتقار والوحدة.

خشية الاتصال: فيها بعض من بين الجوانب التي رأى فيها بعض الباحثين مواطن خلل وقصور في النظرية، إذ ينظرون الى خشية الاتصال كإحدى سمات الشخصية التي يعانها كل الأفراد وإنما بدرجات متفاوتة في المواقف الاتصالية الشخصية المختلفة، والتي ربما تفرز متاعب أو صعوبات نفسية. والأفراد الذين لا يحسنون التعاطي مع هكذا صعوبات قد يتجلى ذلك لديهم في سلوك من قبل تجنب موقف، أو وضعية اتصالية أو الانسحاب من النقاش.

وهذا ربما ما يجعل كثيرا من الأفراد لا يعبرون عن آرائهم لمجرد خشيتهم من الكلام في الملاء وهو خوف مختلف عن مفهوم الخوف من العزلة والذي يركز على مخاوف لدى الأفراد حيال التعبير عن آراء خلافية. أي أن ما ألبأ هؤلاء إلى الصمت هو خوفهم من الاتصال لا خوفهم من العزلة.

التوجه الفردي الجماعي: إن نظرية دوامة الصمت تعرضت للاختبار في عدد من دول مثل ألمانيا، المكسيك، هونغ كونغ، اليابان... ورغم تعدد السياقات الثقافية التي جرت محالة التنبؤ بالتعبير العلني عن الراي فيها إلا أن الفوارق الثقافية مثلت أكثر العوامل عرضة

¹ سعيد لوصيف، نعيم بلعموري، محددات التعبير العلني عن الراي: محاولة لاختبار نظرية دوامة الصمت في السياق الجزائري، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، السنة الخامسة، العدد 17، 2017، ص 15-18.

للتجاهل، رغم تنويه كثير من الباحثين بأهميتها ووثيق صلتها بالتعبير العلني عن الرأي، وهكذا لم يحتل بحث دور الثقافة في صيرورة دوامة الصمت الى الآن حيزا ثانويا. وكرد فعل تجاه هذا الواقع جاءت دعوة إلى وجوب عناية الاختبارات القادمة بالخصائص الثقافية للمجتمعات، نظرا لكون الخصائص المشتركة لمواطنين من ثقافة ما قد توفر فرصا أكبر للتنبؤ بالتعبير العلني عن الرأي وعلى المدى الطويل مقارنة مع متغير مناخ الراي السائد المتسم بالظرفية. كما يجب الأخذ بعين الاعتبار ثلاثة عوامل إضافية لشرح العملية وتمثل فيما يلي:¹

المكون الأخلاقي في الرأي العام: يعمل نموذج لولب الصمت مع القضايا ذات البعد الأخلاقي، أو القضايا القيمية، فحسب نيومان المعيار الأخلاقي هو الذي يجعل الأفراد يعزلون أنفسهم أو ينضمون إلى الآخرين.

عامل الزمن أو الوقت: المناخ المتصور للرأي وتطوره مستقبلا هي عوامل نقدية حاسمة بالنسبة لدوامه الصمت، والتي من المرجح أن تكون المهيمنة، وهذا المنظور يشير إلى أن الوقت يؤثر الاستعداد للتعبير عن الرأي، وأن الأشخاص يواجهون صعوبة في التعبير خصوصا في ذروة تكوين الرأي العام، وفي الأخير مع مرور الوقت، لن تبقى أقلية في الدوامه وسيتم التعبير عن كل الآراء.

دور الإعلام الجماهيري: لا يمكن أن تتم دوامة الصمت، إلا إذا اتخذت وسائل الإعلام الجماهيرية موقفاً في الصراع، ففي كل المقاربات في مجال الرأي العام ترى وسائل الإعلام كأداة لنقد الأوضاع فقط، ولكن ندحض ذلك، فكلما زادت نبرة هذه الأخيرة نجد أن الرأي العام يتشعب أكثر، وكبرت الدوامه.

ويعزز أهمية العامل الثقافي هنا ارتباط دوامة الصمت بشكل كبير بمفهوم الكونفورميا متجليا في نصها على نزوع الأفراد إلى الصمت أو ادعائهم التوافق مع الأغلبية إذا أدركوا تعارضا معها في الرأي، بل من بين هذه العوامل الثقافية نتعزز ومن باب أولى أهمية

¹ Dietram A. Scheufele, Patricia Moy, op.cit. pp 11,12.

الفردانية/الجماعية تحديداً الذي يعتبر عاملاً مهماً في وصف الفوارق الثقافية ومتغيراً أساسياً في تحديد السلوك الاجتماعي، وبشكل أساسي سلوك الاتصال ضمن الثقافات وتنعين هذه الأهمية في دوامة الصمت لدى ملاحظة أن التعبير العلني عن الرأي كسلوك اجتماعي يتباين الموقف منه من ثقافة إلى أخرى فبينما تقف منه المجتمعات الغربية (الفردانية) موقف الإعجاب والتشجيع، ترى فيه المجتمعات الشرقية (الجماعية) سمة سلبية وسلوكاً غير لائق.¹

فنيومان تصف آلية تشكيل الرأي العام من طرف وسائل الإعلام التقليدية في وقت من الأوقات هي الصورة المهيمنة، وذلك عندما يصبح الواقع المصور من طرف وسائل الإعلام التقليدية -واقعا راهناً-، فيضطر من يعتقدون أنفسهم بأنهم صاروا أقلية لكتم صوته، خاصة في الحالات التالية: حين يكون الإعلام موجهاً لخدمة الرأي الذي يراد له أن يكون غالباً، وحين يلقي من يصورون على أنهم أغلبية تشجيعاً للتعبير عن آرائهم، وحين يخلق سياقاً يجعل الناس لا يعبرون عما في فكرهم إلا إن توافق ذلك مع التوجه السائد.²

انتقادات النظرية في ضوء البيئة الرقمية:

أحد أبرز الانتقادات الموجهة لهذه النظرية، أن وسائل الإعلام لا تعبر بالضرورة عن رأي الأغلبية، بل تعكس أحياناً رأي الأغلبية المزيفة التي تروج لها وسائل الإعلام. هذا الانتقاد عززه المفكر النقدي نعوم تشومسكي، فقد تطرق بكتابته المهم في هذا المجال (السيطرة على الإعلام، الإنجازات الهائلة للبروجندا) في موضوع كيفية استخدام الإعلام والدعاية في تجريد الديمقراطية من قوة تمثيلها للإرادة الشعبية وتحويل تلك الإرادة الشعبية نحو موضوع مزيف آخر يصب أو يخدم مصلحة النخب المهيمنة في المجتمع. ورغم ما وجهه الباحثون من انتقادات للنظرية، إلا أنها تبقى من أهم النظريات المفسرة لتشكيل

¹ - سعيد لوصيف، نعيم بلعموري، مرجع سابق، ص 18

² كمال حميدو، التواصل الاجتماعي والنشاط السياسي المواطن في الحراك الجزائري من دوامة الصمت إلى دوامة التعبير، مجلة الجزيرة للدراسات الإعلامية 10 أكتوبر 2019، ص 22.

الرأي العام، والمعتمدة على قاعدة بحثية صلبة، تزاوج بين دراسة الجمهور، وتحليل محتوى الرسائل الإعلامية.¹

لم يكن تقبل هذه النظرية سهلاً وبسيطاً ودون آراء مضادة إذ وجهت لها انتقادات من قبل علماء الألمان والأميركيين وقد تركزت معظم هذه الانتقادات في النقاط التالية:²

- إن مفهوم الأقلية الصامتة غير دقيق فكثيراً ما يقوم هؤلاء الأقلية بالنقاش والاعتراض وبشكل قوي رغم الاختلاف مع رأي الأكثرية.

- لا يرجع صمت الأفراد بالضرورة إلى الخوف من العزلة الاجتماعية وإنما يرجع إلى عدم الاهتمام الكافي بالقضية المطروحة للنقاش أو بجهلهم بها أصلاً.

- الشك في افتراض التكرار والهيمنة والتسيير اللاإرادي للفرد من قبل وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام على الأقل في ظل الديمقراطية الغربية التي تعدد فيها المصالح ويصعب على وسائل الإعلام أن تتبنى اتجاهها واحداً وثابتاً ودائماً من القضايا المثارة ولفترة زمنية طويلة.

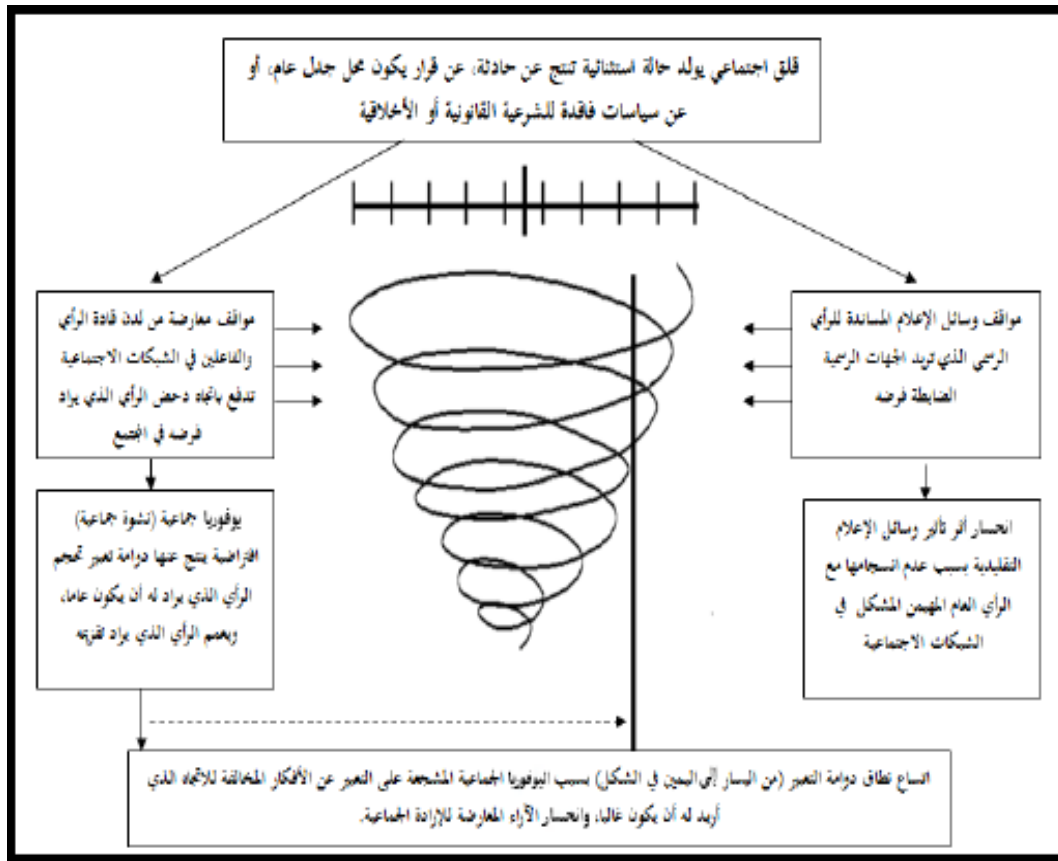
- من الصعب تفسير الرأي العام وتشكله بمعزل عن دور المعلومات والتجارب التي يحصل عليها الفرد من خلال البيئة السياسية والاجتماعية المحيطة به وخاصة في القضايا المهمة التي نتصل بمصائر الشعوب.

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

ويشير الباحث (كمال حميدو) في دراسته حول التعبير الافتراضي والنشاط السياسي، أثبت وجود علاقة طردية بين نسبة التعبير عند الأفراد في الشبكات الاجتماعية ونسبة التعبئة العامة الحقيقية بين أفراد الشعب، أو الفرضية الثانية التي دفعت بوجود علاقة عكسية بين نسبة المقاومة التي يتلقاها التعبير في الفضاء الإلكتروني ومدى الجنوح نحو

¹ حسني محمد نصر، نظريات الإعلام، ط1، الكّاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2015، ص249.

التعبير الاقتراضي أولاً، ثم مدى الجنوح نحو الفعل السياسي الحقيقي عبر المشاركة في الحراك فعلياً¹ وعلى الرغم من أن الأنترنت يستخدم الآن بوصفه وسيلة عامة لحث المواطنين على مناقشة القضايا السياسية، إلا أن قلة من الدراسات العلمية حاولت التعرف على الكيفية التي يؤثر بها الاتصال الوسيط المباشر online Mediation Effect في النموذج الذي قامت عليه نظرية دوامة الصمت وبخاصة إذا علمنا أن الجمهور أصبح يعتمد كثيراً على الأنترنت في البحث عن المعلومات السياسية، ومن بين هذه الدراسات، الدراسة التي أجراها كل من Shahira و Xudong ، والذين اختبرا مجموعة من الفروض العلمية، من بينها الشعور المتدني بالعزلة الاجتماعية للجمهور عندما يناقشون قضية اجتماعية معينة عبر التواصل المباشر من خلال الأنترنت.²



آلية عمل دوامة التعبير بتأثير من الشبكات الاجتماعية في حالة الاضطرابات السياسية

¹ كمال حميدو، مرجع سابق، ص 23.

² فتيحة بوغازي، مرجع سابق، ص 95-96.

ويشير الباحث كمال حميدو أن دراسته جمعت مؤشرات نوعية تدل على أن الخوف من العزلة وردود الفعل الانتقامية في عصر الويب 2.0، ليس هما الدافعين الأساسيين اللذين يجعلان الأفراد يستسلمون لقوة التيار الإلكتروني الذي يهين ويوجه الرأي العام، بل نفترض أن النشوة الاجتماعية Euphoria Social التي تتولد بين أفراد المجتمع بفضل تزايد الحس التشاركي بالقيام بواجب جماعي للدفاع عن الصالح العام هي التي تكون المحرك الأساسي لإطلاق شرارة التعبير لتتسع إلى أن تصبح دوامة تلتهم في طريقها كل من كانت لديه قنوات دفيئة في أعماقه بمشروعية الحركة الاجتماعية الإصلاحية المتولدة من تلك الديناميكية.¹

وفي دراسة أجراها الباحث Porten-Cheé & Eilders يشير الباحثان إلى أنه من الضروري، تجاوز دراسات لولب الصمت بالنسبة لوسائل الإعلام الجماهيرية والتوجه إلى تطبيقها في البيئة الرقمية، التي كسرت دوامة الصمت في المجال العمومي وانتقلت للتواجد في المجال الافتراضي، وأفضت هذه الدراسة إلى وجود مؤشرات ومظاهر جديدة للخوف من التعبير، إلا أن إثبات ذلك يتطلب دراسات أخرى حول كيفية تأثير التعرض إلى المحتوى الرقمي على تصور وقياس مناخ الرأي العام بالنسبة للأفراد.²

¹ كمال حميدو، المرجع السابق، التواصل الاجتماعي، مرجع سابق. ص 20.

² Pablo Porten-Chée, Christiane Eliders, Spiral of Silence Online: How Online Communion Affects Opinion Climate Perception & Opinion expression Regarding the Climate Change Debate, Studies in Communication Sciences, Vol 15, Issue 1, 2015. p 148.

المحاضرة (16): نظرية تحليل الإطار الإعلامي (الأطر الخبرية)

تعد نظرية التأطير (Framing) من النظريات الأكثر استخداماً في البحوث الإعلامية، غداً لا يعد ذلك بالضرورة مؤشراً على نجاحها وكفاءتها خاصة ضمن ساق البيئة الرقمية الجديدة، حيث يجب مراجعتها لعمومها، إضافة إلى وجود ارتباك مفاهيمي وتطبيقي يحيد هذه النظرية لصعوبة عزل تأثيرات الأطر عن تأثير ترتيب الأولويات أو التهيئة المعرفية في البيئة الرقمية، لذلك من الممكن تحويلها إلى نموذج جديد يوضح تأثيرات الوسائط بشكل مختلف عن وسائل الإعلام.¹

لم تتمكن نظرية التأطير الإعلامي من مواكبة ما يتطلبه التفكير العلمي المنظر للانتقال من عصر الإعلام إلى الاتصال. بل إن استحضارها العوامل التي تشكل الإطار العام الذي يتدخل في صياغة محتويات الإعلام ينزع نحو الامتثال والتبرير، فيجرد الفعل الإعلامي من كل رهانات، ويسقط من الحساب مكانة الجمهور ومشاركته الفاعلة في إنتاج المعنى خارج التأطير المذكور.²

يقصد بالتأطير الإعلامي: العملية المستمرة لصناعة الواقع اليومي للجمهور، وإمداده بالمعلومات الضرورية التي يحتاجها في حياته اليومية، عن طريق خاصية الإبراز، أي عن طريق التركيز على جوانب وإغفال أخرى. وتعد نظرية التأطير الإعلامي، أو بناء الأطر الخبرية، واحدة من النظريات المهمة في أبحاث الاتصال، إذ تسمح بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية وتقدم تفسيرات لدورها وسائل الإعلام في تشكيل أفكار واتجاهات الجمهور تجاه القضايا المهمة.

والإطار الإعلامي: معناه تسليط الضوء على بعض الجوانب المهمة في الحدث وإبرازها بشكل أكبر للجمهور مع استخدام أساليب معينة في إيصالها، وهذا ما يفسر كفاءات حدوث التأثيرات المعرفية والعاطفية على المتلقي. فوسائل الإعلام تقوم بنشر محتوى مع

¹ - Michael Cacciatore et al., "The End of Framing as we Know It and the Future of Media Effects," Mass Communication and Society, Vol. 19, no.1, (July 4, 2015) : p7-10.

² - نصر الدين عياضي، البحث العلمي وغياب الأفق النظري، ص 18.

جعله ذا معنى محدد من خلاله يضمن القائم بالاتصال إن الجمهور تم حصره في زوايا موجهة.¹

كما يعرف الإطار الإعلامي: بأنه عملية تفاعلية بين مكونات العملية الاتصالية بهدف إبراز جوانب محددة من القضية، وإغفال جوانب أخرى، بما يتناسب مع إيديولوجية القائم بالاتصال وتحديد المشكلات وتشخيص الأسباب والبث عن حلول وتأطيرها بما يتوافق مع السياسة التحريرية للمؤسسة.²

التأطير: هو بصمة السلطة أيضاً، فهو يسجل هوية الفاعلين والمصالح التي تنافس لكي تهيمن على النص، كمستوى ثان من وضع الأجندة، وتعالج بحوث التأطير الكيفية التي تعرض بها تلك القضايا من قبل وسائل الإعلام، والآثار المحتملة لطرق العرض تلك على إدراك الجمهور لتلك القضايا.³

واستخدمت كلمة التأطير أو الإطار في بحوث الإعلام للدلالة على السياق Context الذي وضع فيه الخبر بما سيحدد المغزى الأهم أو الرئيس له. صحيح أن التأطير عملية تنطلق من القائم بالاتصال، لكن دور المتلقي في بناء الصورة أو الإطار أو تفسير المعنى لم يكن سلبياً في أي مرحلة، بل تدخلت عوامل أخرى في تفسير المعنى في ذهن المتلقي، من ذلك مثلاً التركيبة الثقافية للمتلقي وتأثير الجماعات المرجعية ومستويات التعليم والخبرة والعمر. أما في البيئة الرقمية، فقد برزت متغيرات إضافية أهمها الاتصال الشبكي عبر الإنترنت، أدت جميعها إلى تعزيز دور الجمهور في وضع الأطر للأحداث وتحديد معناها، فالفردي في البيئة الجديدة أصبح أكثر فاعلية ونشاطاً. ومن هنا استنتجت بعض الدراسات السابقة أن التأطير بمفهومه القديم لم يعد قائماً، بل لم تعد كلمة "التأطير" نفسها مناسبة لما يحدث في البيئة

¹ - نصيرة تامي، التوقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية (قراءة في الأبعاد والاستخدامات)، مجلة معارف، مجلد: 17، عدد: 01، البويرة (الجزائر)، 2022، ص 891.

² - إبراهيم علي بسيوني محمد، الأطر الخبرية لجائحة كورونا في الصحافة العربية (دراسة تحليلية)، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، الجزء: 04، عدد: 55، القاهرة، 2020، ص 216.

³ - سي موسى عبد الله، الإدراك الاجتماعي في نظرية وضع الأجندة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة المسيلة، عدد: 02، 2012، ص 120.

الاتصالية الحديثة، ذلك أن الوسائط الحديثة ألغت ما كان في عملية التأطير من استقرار في ضوء آليات التفضيلات أو الخيارات المتعددة التي أتاحتها البيئة الرقمية الشبكية¹.
تفترض نظرية تحليل الأطر الخبرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها، ويضفي عليها قدرا من الاتساق، وذلك بالتركيز على بعض الجوانب وإهمال أخرى. وقد نشأت النظرية على يد إرفينغ غوفمان الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي لدى الأفراد من خلال تكوين خبرة تسمح لهم باختيار الأطر الإعلامية المناسبة لهم. كان الهدف من بناء الأطر الخبرية هو تقديم نسق منظم حول طريقة استخدام التوقعات قصد تفسير وإضفاء معنى لمواقف الحياة اليومية للأشخاص².

تشير الدراسات في مجال الأطر الإعلامية إلى إن وسائل الإعلام تقدم مساعدة للجمهور لفهم وتفسير الأحداث أو القضايا التي تقوم بتغطيتها، وخصوصا تلك التي تحظى بالاهتمام الأكبر من قبل الأفراد، فتعمل وسائل الإعلام على وضع هذه القضايا ضمن أطر خبرية، لجعلها ذات بروز وأهمية مقارنة بباقي الموضوعات المطروحة في هذه الوسائل، وذلك لتسهيل فهم محتواها. في ضوء ذلك يمكن للأفراد إدراكها وتفسيرها وإبداء تقويمات وأحكام بشأنها³.

يعرف التأطير الإخباري بأنه: "اختيار جوانب من الواقع وجعلها أكثر ظهورا في النصوص الإعلامية". ويضاف لذلك شرط الإبراز على أنه: "عملية استخدام عدد من العناصر بغرض إظهار معنى رئيس محدد وواضح للمتلقي"، يتم ذلك من خلال اعتماد مؤثرات معينة في الصحيفة وأخرى في التلفزيون حسب خصائص الوسيلة. يتم التحكم في تحديد الإطار الإعلامي من خلال عدد من المتغيرات، والتي تشمل مدى الاستقلال

¹ - Michael Cacciatore, Dietram A. Scheufele, "The End of Framing as we Know It, and the Future of Media Effects," Mass Communication and Society 19, (2016). P22.

² - نصيرة تامي، المرجع السابق. ص 892.

³ - أحمد زكرياء أحمد، نظريات الإعلام (مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها)، المكتبة العصرية للنشر، المنصورة، 2009، ص 217.

السياسي لوسائل الإعلام، ونوع مصادر الأخبار، وأنماط الممارسة الإعلامية والمعتقدات الإيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال وطبيعة الأحداث ذاتها.¹

فالإطار الذي تقدم به القصة الخبرية أو تعرض به، يؤثر على إدراك الجمهور لها غالباً ما يكون متحيزاً بسبب انتقاء جانب معين من الواقع وتجاهل أو تهميش سائر الجوانب الأخرى وصرف الانتباه عنها، والإطار لا يصنع المحددات الخارجية للموضوع فقط، بل يملئ تنظيمياً بعينه للمعلومات المتعلقة بالموضوع.²

فرضيات النظرية:

- تركز وسائل الإعلام على أجزاء معينة فقط من القضايا وتسلب الضوء عليها.
 - الإعلام يعيد تكيل الواقع من خلال طريقة عرض الأخبار مع التركيز على إبراز جوانب وإغفال أخرى.
 - الأطر الإعلامية تؤثر على كيفية تفسير الأفراد للأحداث والقضايا، والأفراد قد يستجيبون بشكل مختلف تبعاً لكيفيات إدراكهم.³
- أنواع الأطر الخبرية:⁴

- إطار الصراع
- إطار الاهتمامات الإنسانية
- إطار النتائج الاقتصادية
- إطار المسؤولية

¹ - حاتم علاونة، عامر فايز، تغطية الصحافة الفلسطينية اليومية لثورة 25 يناير المصرية، مدلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد: 41، عدد: 01، 2014، ص 102.

² - خالد صلاح الدين حسن، دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية (أطروحة دكتوراه)، كلية الإعلام، القاهرة، 2001، ص 73.

³ - محمد عبده بكير، أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية بالقصص الخبرية المذاعة في النشرات والبرامج الإخبارية، دراسة مقارنة بين الفضائيات المصرية والسعودية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد: 17، عدد: 02، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2018، ص 93.

⁴ - إبراهيم علي بسيوني محمد، مرجع سابق، ص 2164.

على خلاف نظرية حارس البوابة، فإن بعض الأبحاث المبكرة، مثل دراسة وارنر بريد Warren Breed المصنفة باعتبارها من الدراسات المبكرة في حراسة البوابة، كانت قد أدركت أن عملية التأطير "وظيفة" من وظائف حارس البوابة التي تمتد أيضاً إلى صياغة الدلالات اللغوية بما يشبه عملية "إنتاج السلعة" للمستهلكين. كذلك أثبتت عديد الدراسات التي أجريت في أواخر القرن العشرين أن التأطير يقود لمنطق تفسيري خاص، وحتى لسلوك عام، ويلاحظ ماكومبس وزميلته سلمى غانم وجود مفارقة محددة في العملية تتمثل في أن استنتاجات التأطير ومهارات ترتيب الأجندة تعود بنا لاعتبارات تأثير وسائل الاتصال نحو الاتجاهات والآراء. والحقيقة أن ذلك لم يكن اكتشافاً جديداً فقد أدركه المحاكم والحكومات منذ أزمان بعيدة، وهو ما دعا الجميع للإيمان بقوة الإعلام، غير أن هذا الاكتشاف له قيمته النظرية الكبيرة¹.

المحاضرة (17): نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش فيه، على أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف².

يرى هيرت R.E Hebert أن العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمعات هي علاقة تبادلية، فالمجتمع ينشئ النظام الإعلامي القومي ويقوم الأخير بدوره في تطوير المجتمع أو تغييره. ومع اختلاف المجتمعات تختلف أيضاً النظم الإعلامية، وبذلك فإن العلاقة بين المجتمع ووسائل الإعلام متفردة، لأنها علاقة متحركة ونشطة وليست ساكنة حيث يؤثر كل منهما في الآخر، ويرى هيرت أن النظم الإعلامية تستخدم لأداء ست وظائف

¹ - Warren Breed, "Social Control in the Newsroom : A Functional Analysis," Social Forces, (1955) : 226-235.

² - سعد سلمان المشهداني، التعرض لوسائل الإعلام في العراق واتجاهات الجمهور العراقي نحو تفضيل الوسيلة الإعلامية الأقرب لاهتمامه، جامعة تكريت، مجلد: 14، عدد: 05، 2007، ص 251-268.

رئيسية هي: الإعلام، التحليل، التفسير، التعليم، التنشئة الاجتماعية، الإقناع، الترويج والإعلان، ثم الترفيه¹

على الرغم من عدم وضوح العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى في المجتمع، إلا أن هيبيرت وزملاؤه يحاولون من خلال عرض الوظائف أو عرض خصائص المجتمعات تناول علاقات الاعتماد المتبادل بين هذه النظم ووسائل الإعلام. وإن كانت بعض التفسيرات تنجح إلى الاتجاه النقدي في تفسير هذه العلاقات.²

هناك طريقة لوصف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وهي القول بأنها نظرية بيئية، فهي تركز على العلاقات بين النظم الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها، فالنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيف أن أجزاء من نظم اجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات. من المفترض أن يكون النظام الإعلامي جزء من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وأن له علاقة بالأفراد ذات قوة وكذلك الجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى، وقد تكون مثل هذه العلاقات تسلط الضوء على الصراعات والتفاعلات والبنى وعلاقات التأثير والتأثر بين القوى الفاعلة في المجتمع.³

من خلال إسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي يقوم عليها منطق هذا النهج هي علاقة تبعية، وقد تكونت هذه العلاقات مع نظام وسائل الإعلام بشكل إجمالي، أو مع أحد أجزائه، مثل صناعات التلفزيون، أو الإذاعة، أو الصحف والمجلات. تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على الأهداف من جهة والمصادر من جهة أخرى، فمن أجل إن يحقق الأفراد أهدافهم ومصالحهم الشخصية والجماعية، لا بد عليهم أن يعتمدوا على

¹ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام مرجع سابق. ص 205.

² - المرجع نفسه. ص 205.

³ - ميلفين لورانس ديفلر. مرجع سابق. ص 414.

موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو نظم أخرى، حيث يعتبر نظام وسائل الإعلام إحداها.

لتوضيح طبيعة علاقات الاعتماد على نظم وسائل الإعلام ذات الاتجاهين، يمكننا أن ننظر إلى العلاقات بين نظام وسائل الإعلام النظام السياسي. فالعلاقة بينهما هي علاقة "تبعية بنائية"، لأنها تتعلق بأنماط متكررة للاعتماد المتبادل بين وحدات التحليل الكبيرة وهي في هذه الحالة النظم الاجتماعية¹.

بالحديث عن علاقات الأفراد بوسائل الإعلام، يمكن القول أن الأفراد بدورهم مثل النظم الاجتماعية والمؤسسات، ينشئون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام، لأنهم يسعون إلى تحقيق أهداف، بعضها تحققه وسائل الإعلام الجماهيرية. مثال: قيام المرشحين السياسيين زمن الحملات السياسية باستغلال وسائل الإعلام للتعبئة الجماهيرية وتسويق صورة ذهنية عن برامجهم وعودهم إلى الرأي العام.

في وصف علاقات الأفراد بنظم وسائل الإعلام بوجه تظهر الاعتمادية مع الوسائل بشكل مباشر أو مع وسيط معين، ويحاول الباحثون دائماً تفسير طبيعة الاعتمادية مثلاً: لدى مشاهدي المشتريات المنزلية في البرامج التلفزيونية، فاكشاف مقل هذه العلاقة الاعتمادية يمكن أن يضمن إدراكاً وفهماً لكيفيات إدخال أشكال جديدة في حياة الأفراد أو دراسات السوق انطلاقاً من المستهلكين².

أهمية دراسة مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام: تتميز هذه النظرية بمجموعة من الخصائص من بينها:

- تقديم مجال واسع من التأثيرات المحتملة وتجنب التأثيرات المحدودة، وقد كان هذا سبباً في تسميتها أحياناً (بالنموذج العارض)، إذ تعتمد تأثيراتها على مجموعة متغيرات تقل حياناً وتكثر أحياناً أخرى بما يسبب حدوث ظاهرة ما في وقت ما.

¹ - ملفين لورانس ديفلير. مرجع سابق. ص 414-415.

² - المرجع نفسه. ص 422.

- توجيه الاهتمام بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الفردية، ولذا فهي تعد من أصلح النظريات الاتصالية وأشملها في التعامل مع النظام الاجتماعي.
- تضع النظرية في اعتبارها أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور من شأنه أن يؤثر على النظام الاجتماعي أولاً، والنظام الإعلامي في مرحلة ثانية.
- توضح النظرية أن الجمهور يتأثر وسائل الإعلام ويؤثر فيها، وفي النظام الاجتماعي.
- حاولت النظرية أن تتجنب نماذج التأثير المباشر ونماذج التأثير المحدود، ونماذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام.¹
- من الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام محاولة معرفة الأسباب التي تجعل لوسائل الاتصال أثراً قوياً ومباشرة أحياناً، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة وتقوم هذه النظرية على ركيزتين أساسيتين:
- الأهداف: هناك أهداف للأفراد والجماعات والمنظمات يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها مصادر الاتصال المختلفة التي يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات والعكس.
- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى مصادر مختلفة لتحقيق أهدافهم، وتقوم وسائل الإعلام بثلاث أدوار حيال المعلومات، أولها جمع المعلومات ثم تنسيقها وتنقيحها، وآخرها نشر وتوزيع المعلومات. ويستخدم ديفلير وروكيتش مفهوم المعلومات للإشارة إلى الرسائل الإعلامية.
- أهداف اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام:
- الفهم: بهدف معرفة وفهم ما يدور في البيئة المحيطة، ويشمل ذلك التعليم والحصول على خبرات معينة لتحقيق الانسجام بين الأفراد والوسط المحيط به.
- التوجيه: تقوم وسائل الإعلام بتوجيه الجمهور في إطار أخلاقيات المجتمع وضوابطه.

¹ - كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال. مرجع سابق. ص 149.

- التسلية: يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتلقي موضوعات ترفيهية تساهم في تحقيق الاسترخاء والتخلص من الملل والهروب من المشكلات اليومية.
- التثقيف: يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام في بناء ثقافته ومعارفه من خلال ما تمده له من موضوعات لها علاقة مباشرة بتنمية رصيد تجاه كل ما يندرج ضمن ثقافة الفرد.

فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- 1- تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، فكلما زاد استقرار المجتمع قل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام والعكس.
- 2- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام السائدة في المجتمع في حالة قلة قنوات الإعلام الأخرى.
- 3- تتأثر درجة الاعتماد على وسائل الإعلام باختلاف خصائص الجمهور الديمغرافية والخاصة.¹

انتقادات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- المبالغة في تقييم اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام
- تضخم النظرية من تأثير وسائل الإعلام خاصة وقت الأزمات.
- تتجاوز تصورات النظرية أهمية قنوات الاتصال الشخصي والجمعي الأخرى التي يعتمد عليها الأفراد.
- إهمال أهمية الميديا الجديدة وما تتيحه من أدوار تجعل من الأفراد يعتمدون عليها بالموازاة مع وسائل الإعلام التقليدية.
- صعوبة قياسها كميًا، خاصة قياس درجات الاعتماد بدقة والعلاقات السببية بين الاعتماد وتأثير الإعلام.
- التركيز على الجانب الخطي بين الاعتماد والتأثير بينما الواقع يتجه إلى التغير والديناميكية المستمرة.

¹ - كمال الحاج، المرجع السابق. ص 145-146.

- ضعف تفسير متى يتحول الاعتماد إلى تأثير فعلي.
- تجاهل بعض العوامل الأساسية، مثل: متغير النظام السياسي، الطابع الاقتصادي للوسيلة الإعلامية، الخبرات لدى الأفراد.

المحاضرة (18): نظرية الاستخدامات والاشباع:

يعتبر مقرب الاستخدامات والاشباع من بين التقاليد المهمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها استخداما وتوظيفاً لفهم طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، ويندرج ضمن بحوث التأثيرات المعتدلة لوسائل الإعلام، التي سادت خلال سبعينات القرن الماضي، بالإضافة إلى نماذج أخرى كنموذج البحث عن المعلومات ووضع الأجندة ونظرية الغرس الثقافي.¹

تعتبر الحاجات والدوافع من العوامل المحركة للاتصال، وبصفة خاصة تلك الحاجات والدوافع التي يتوقع الفرد أن يشبعها أو يلبها للآخرين لتحقيق التكيف مع البيئة. والحاجة هي "افتقار الفرد أو شعوره بنقص بشيء ما، يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع". والحاجة قد تكون فيسيولوجية أو نفسية. ويعتبر إشباع الحاجات وتلبية الرغبات حاجة ضرورية لدى الفرد، حتى يتحقق له الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل والاندماج مع الغير والتكيف مع المحيط. هناك علاقة قوية بين مفهوم إشباع الحاجات وتفسير الدافع إلى تحقيقها، وإطار العائد المتوقع من السلوك الذي يقوم به الفرد، فإشباع الحاجة يؤدي إلى الحصول على العائد، الذي يصل إلى أقصاه في الظروف المواتية التي تقلل من العقاب أو التوتر أو الجهد المطلوب لإشباع الحاجة.²

الاستخدام: يشير الاستخدام إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية، أي يحيل إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا ويسائل علاقة الأفراد بالأشياء

¹ - Severin & James W. Tankard : Communication Theories : Origins, Methods & Uses in the Mass Media, 3rd, Ed, Longman, London, 1992, p12.

² - محمد عبد الحميد، المرجع السابق. ص 278-279.

التقنية ومحتوياتها أيضا، كما أن الاستخدام فيزيائيا يحيل إلى استعمال وسيلة إعلامية أو تكنولوجيا قابلة للاكتشاف والتحليل عبر ممارسات وتمثيلات خصوصية. أما الإشباع، فهو مفهوم نفسي، وهو حاجة ملحة لدى الفرد نتولد لديه بحثا عن سد نقص (داخلي أو خارجي)، وهو السعي إلى توفير متطلبات النفس وتلبية رغباتها تجاه ما تفتقر له.¹

ويعتبر الإشباع نوعا من الرضى الذي يقق عند بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما، وفي نظرية التحليل النفسي يعني الإشباع خفض التنبيه والتخلص من التوتر بعد الوصول إلى تحقيق المبتغى ويرتبط ارتباطا وثيقا بالدافع.

يرتبط مفهوم الإشباع ارتباطا وثيقا بالداعية في أي جانب كان نفسيا، اجتماعيا، علميا، نظرا لكون هذا العمليات النفسية كلها تتابع تتابعا استمراريا، فالحاجات سبب نتيجته السلوك، والسلوك سبب نتيجته الإشباع أو عدم الإشباع، كما أن للإشباع نتائج كثيرة، فهو يتدخل في تحديد شعور الفرد بالرضا أو الإحباط، من خلال قياس نسبة ما تحقق لدى الفرد من عدمه من الإشباع²

إن وسائل الإعلام في دراسات وضع الأجندة لا تقول لنا كيف نفكر، بل تقول لنا فيما يجب أن نفكر؟ إنها تقوم بدور "صاحب الحفل" أو لوحة الإعلانات التي تسجل فوقها المشاكل التي يجب أن تشكل موضوع نقاش في المجتمع. هذه النظريات يطلق عليها اسم نظرية التأثير المحدود، لأن وضع جدول الأعمال، لا يمنع شبكة العلاقات ما بين الأشخاص من القيام بدور الوسيط. إن تأثير وسائل الإعلام محدود ("انتقائية" المتلقين تشكل عائقا له)، لا يمكن أن يكون مباشرا (هناك وسائط) ولا يمكن أن يكون آنيا (لأن مسار التأثير يتطلب وقتا). لقد عمق تيار الاستخدامات والاشباع Uses And Gratifications في الثمانينات من القرن الماضي، مفهومه الخاص للقراءة المتفاوض عليها: المعنى والتأثيرات تولد

¹ - بوخاري محمد وقاسمي براهم، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد من خلال نظرية الاستخدامات والاشباع، مجلة روافد للبحوث والدراسات، عدد: 17، غرداية (الجزائر)، 2017، ص 29.

² - المرجع نفسه، ص 29.

من تفاعل النصوص والأدوار التي يضطلع بها الجمهور. وإن فك الرموز يرتبط بمشاركة الجمهور في عملية الاتصال.¹

تفترض هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه، وأن دور وسائل الإعلام هو تلبية الحاجات فقط.²

في إطار الدراسات الخاصة باستخدام وسائل الإعلام والتعرض إليها من مختلف الفئات، ركزت هذه الدراسات على الأسباب الخاصة بهذا التعرض في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام، مع تصنيف الاستخدام في فئات تشير إلى شدته أو كثافته. وتم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات كان أهمها إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، وأصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها ومدى ما يحققه ها التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيةها.³

تهتم دراسات الاستخدامات والاشباع بدراسة الاتصال الجماهيري، دراسة وظيفية، أو من منظور وظيفي، وفي إطار بحوث التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، حيث ينظر إلى العلاقة بين مضمون وسائل الإعلام وجمهور المتلقين بمنظور جديد، يفترض أن قيم الناس، اهتمامهم، مصالحهم، ميولهم وأدوارهم الاجتماعية، هي الأكثر تأثيرا وفعالية على سلوك الأشخاص، وأن الناس بصورة اختيارية ينتقون ويكيفون ما يشاهدونه، يقرؤونه أو يسمعون في ضوء هذه الاهتمامات، ويؤكد المدخل على ضرورة وأهمية التعرف على هدف الفرد من التعرض لأجهزة الاتصال واستعماله.⁴

¹ - أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال. مرجع سابق. ص 167.

² - سعد سليمان المشهداني، التعرض لوسائل الإعلام، مرجع سابق. ص 348.

³ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ص 271.

⁴ - مدفوني جمال الدين، نظرية الاستخدامات والاشباع: من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مجلد: 03، عدد: 03، تبسة (الجزائر)، 2019، ص 68.

اهتم روزنغرين بوضع نموذج للاستخدامات والاشباعات من خلال استنباطه لهرم ماسلو في ترتيبه للحاجات النفسية والاجتماعية للإنسان، التي تتفاعل مع خصائص الفرد وبيئته الاجتماعية، والبناء الثقافي السائد في المجتمع، إضافة إلى تركيزه على المشكلات التي تدفع وتحدد سلوك الفرد، هذه المشكلات لا تتعارض مع الحاجات، بل تتطلب من الفرد ضرورة إدراكها لإيجاد حلول لها، وبالتالي تشكل قوة دافعة للتعرض من خلال اختيار أنماط حل المشكلات بجانب دوافع الإشباع وهي كلها سوف تؤدي إلى الفعل الذي يتمثل في استخدام وسائل الإعلام أو أي سلوك آخر.¹

حددت الدراسات العديدة التي تبنت نظرية الاستخدامات والاشباعات العديد من التصنيفات نظرا للتطور السريع والمستمر لوسائل الاتصال، وكذلك تطور الجمهور نفسه ودوافع الاستهلاك التي تختلف من شخص لآخر بفعل ظروف البيئة الاجتماعية ومتغيراتها كالوضع الاقتصادي، التعلم، المستوى الثقافي، الطبقة الاجتماعية، وسائل الإعلام المتاحة، وانصب تركيز الباحثين في دراستهم وف منظور الاستخدامات والاشباعات على التحليل الوظيفي لعواقب الاتصال الجماهيري على المجتمع، بدلا من التركيز على الفرد (التأثيرات الشخصية).²

إن مدخل الاستخدامات والاشباعات يقوم أساسا على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر، فإن كل البحوث والدراسات التي تمت في هذا المجال كانت تقوم على اختبار العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار الدوافع والحاجات، وبين تعرض الفرد وكثافة هذا التعرض، بناء على إطار نظري أساسه التحليل الوظيفي من جانب ونظريات الدوافع من جانب آخر.³

¹ - مدفوني جمال الدين، نظرية الاستخدامات والاشباعات. ص 70.

² - المرجع نفسه. ص 68.

³ - المرجع نفسه. ص 272.

توصلت دراسة أجراها هيرتا هيرزج سنة 1944 حول الكشف عن إشباعات مستمع المسلسلات اليومية إلى تصنيف هذه الإشباعات إلى إشباعات عاطفية، تهتم بتحرير العواطف والأحاسيس، بالإضافة إلى أنها أحد أشكال المتعة، بجانب تقديمها النصيحة للقارئ، ووجدت أن الرضا والإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها.

إقترض كلتز Katz أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم ودورهم الاجتماعي تسيطر على عملية التعرض، وتوجه الناس إلى ما يرونه أو يشاهدونه ووجد دنيس ماكويل D. Maquail أن هناك قدرا من الاتفاق بين مختلف الباحثين فيما يتعلق بطبيعة ومستويات التعرض والإشباع في استخدام وسائل الإعلام يظهر عند الأفراد فيما تحققه هذه الوسائل من حاجات مرتبطة بالظروف الاجتماعية والنفسية للأفراد مثل: اكتساب الأخبار والمعلومات عن البيئة المحيطة بالفرد، الاستعداد المسبق للهروب إلى عالم الخيال، والاندماج مع الأبطال والبطولة في أحوال القلق والعزلة والاضطرابات النفسية، وكذلك دعم السلوك والاتجاهات، زيادة تقدير الذات ثم قيام وسائل الإعلام بالمساعدة على التفاعل الاجتماعي ودعم الألفة مع البيئة، ويضيف ماكويل أن هذه الدراسات قادت إلى تفسير سلوك وسائل الإعلام لتلبية الحاجات القائمة والمتوقعة.¹

يؤكد إلهيو كلتز أنه مهما بلغت قوة تأثير الوسيلة الإعلامية، إلا أن الجمهور هو الذي يبقى المقرر والحاسم في مدى تأثيره بها. إذ يعتبر كلا من منطلقا الانتقائية والعلاقات الشخصية من بين المتغيرات المهمة التي من خلالها أسس لمدخل الاستخدامات والإشباع. وقد طرح في مقال له عام 1959 ردا على بيرلسون الذي حكم على أبحاث حقل الإعلام بالموت موضحا أن الإقناع هو الذي مات كون تلك الفترة عرفت الاهتمام ببحوث الإقناع وسيطرة القائم بالاتصال في التأثير على الجمهور.²

¹ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ص 273.

² - رايس علي ابتسام، نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)، مجلة دراسات وأبحاث، مجلد: 08، عدد، 25، الجلفة (الجزائر)، 2016، ص 501-513.

يرى كاتز أيضا أن مدخل الاستخدامات والشبكات مقرب نفسي بالدرجة الأولى، ثم اجتماعي بالدرجة الثانية، فغاية الاستخدام لوسائل الإعلام وانتقاء البرامج أو الحصص الإذاعية، أو مواضيع الصحف المفضلة، هي بلوغ توفير احتياجات الفرد ورضاه وبالتالي فالذي يقف وراء الاستخدام هي الدوافع النفسية المرتبطة بحالة الفرد ومزاجه.¹

صنف كثير من الباحثين دوافع المشاهدة إلى دوافع متعددة من بينها حسب جرير Gerber: الاسترخاء، قضاء وقت فراغ، التعلم، الهروب من الواقع، البحث عن رفيق، وصنفها بالم جرين Palm green إلى: تعلم الأشياء، الاسترخاء، تحقيق المنفعة الاتصالية، النسان، المتعة أو الاستمتاع. وحددها روبن Roben في: ملء وقت الفراغ، البحث عن معلومات، العزلة، الرغبة في تحقيق المتعة. ثم عاد روبن بعد دراسات أخرى أجراها وصنفها إلى: دوافع نفعية، ودوافع طقوسية.²

وتنبع الإشباعات المطلوبة والمتحققة من وسائل الإعلام من ثلاثة مصادر رئيسة، الأول: محتوى الوسيلة، والذي ينعكس عن طريق تفضيل الأفراد لبرامج أو مضامين معينة، أو عن طريق التعرض المخطط أو المقصود لبرامج معينة، والثاني: التعرض للوسيلة بمعنى، أن التعرض لوسائل الإعلام يمكن أن يشبع احتياجات معينة كالترفيه، والاسترخاء، والهروب، والثالث هو السياق أو الإطار الاجتماعي أو البيئة الاجتماعية المحيطة باستخدام الوسيلة مثل وجود أو غياب الأفراد الآخرين في أثناء التعرض للوسيلة مثل أفراد الأسرة أو الأصدقاء أو يكون دور الوسيلة الإحلال محل هؤلاء الأفراد أو تكميل أدوارهم على الأقل. وقد أوضح ويندال أن الجماهير المتعرضة لوسائل الإعلام تكون مدفوعة بمؤثرات نفسية واجتماعية بغية الحصول على نتائج خاصة هي الإشباعات.³

¹ - Russell Neumann, Lauren Guggenheim: The Evolution of Media Effects Theory, A Six-Stage Model of Cumulative Research, vol: 21, N :02. 2011. P : 169-196.
Cumulative Research, International Communication Association, Communication Theory 21, 2011, p1181.

² - مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال. ص216.

³ - بوخاري محمد وقاسمي براهم. مرجع سابق، ص34-35.

إن نظرية الاستخدامات والاشباع قد نقلت الدراسات من المفهوم الشلبي للجمهور إلى المفهوم الإيجابي للقارئ على إدراك أن أعضاء هذا الجمهور هم أناس فاعلون ينتقون المضامين والرسائل وفق رغباتهم، ولم تحصر موضوع التأثير في مضمون المادة الإعلامية بل أدرجت السياق الاتصالي برمته في ذلك. ومرد ذلك إن الإشباع التي يحصل عليها المتلقي من الإعلام قد تتعلق بالمضمون الخاص للرسالة أو بالتعرض للوسيلة في حد ذاتها أو بالوضعية الاتصالية الخاصة المرتبطة بوسيلة إعلامية ما.¹

تسعى نظرية الاستخدامات والاشباع إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية:

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

ثانياً: توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

ثالثاً: التركيز على أن فهم الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

تطبيقات النظرية في الإعلام الجديد:

على خلاف نظرية الاستخدامات والاشباع في الإعلام التقليدي التي تنظر إلى الجمهور على أنه مستقبل سلبي لرسائل الاتصال، فإن الرؤية الجديدة للجمهور في الإعلام الجديد تعتبره كياناً نشطاً وفعالاً يتعامل مع وسائل الإعلام بإيجابياتها، ويختار التعرض للوسائل التي تلبى حاجياته والمضمون الذي يتفق مع توقعاته.

يؤكد دومينيك وولتون Wolton Dominique أن الأنترنت توفر كم هائل من المعلومات المتشعبة والمتراصة، وخدمات تلمس كافة جوانب الحياة، تساهم في خلق حاجات جديدة، فمن خلال استخدام الفرد الواعي أو غير الواعي لإشباع حاجة معينة قد يولد حاجات أخرى، فالإنترنت تمثل نافذة لاستكشاف كل ما هو جديد في العالم

¹ - بن عمار سعيدة خيرة، إشكالية التنظير والتطبيق. مرجع سابق. ص 219.

الخارجي من خلال الاتصال والبحث عن المعلومة والمعرفة، وكذا التسلية والترفيه والمشاركة وحتى الاندماج في المجتمعات الافتراضية.¹

وبتعبير آخر، فإن هذا المدخل يعتبر مدخلا اتصالياً سيكولوجياً، فقد افترض أن الاستخدامات التي تتجسد في الفضاء السيبري هي إشباع لحاجيات ورغبات وميولات نفسية واجتماعية وثقافية يمثل من خلالها الأفراد في مواقع متعددة من شبكات التواصل الاجتماعي ذات المزايا المتعددة، كما يتواصلون من خلالها مع مجموعات أخرى حسب ميولاتهم وانتماءاتهم، وتعد أحياناً بمثابة النفور والقفز على الهوية الاجتماعية الحقيقية وأحياناً أخرى امتداداً لها.²

إن نظرية الاستخدامات والشبكات تندرج في خانة الحتمية السوسيولوجية، إذ تفترض أن التحولات الناجمة عن تكنولوجيات الإعلام والاتصال، إنما ترتبط بالكميات التي يستعمل بها الأفراد هذه الوسيلة، وبالتالي تسعى إلى دراسة تملك التكنولوجيا ضمن السياق الاجتماعي والثقافي الذي ينتمي إليها الأفراد، أو بالأحرى مثلما يقول (جوسيان جويت) Josiane Jouet استجابات البناء الاجتماعي لمجىء وسائل اتصالية جديدة.³

وهناك عدة إشباعات تتحقق لدى الجمهور المستخدم للإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي ويمكن ذكر بعضها كما يلي:

- استكشاف كل ما هو جديد.
- إشباعات معرفية تتعلق بالبحث عن المعلومات.
- الترفيه والتسلية.
- التواصل مع الآخرين والردشة.
- إثبات الوجود الافتراضي.

¹ - Wolton Dominique : Internet et Après, théorie critique des nouveaux medias, Flammarion, paris, 1999, p 102-104.

² - بوخاري محمد وقاسمي براهيم. ص 38.

³ - المرجع نفسه. ص 41.

• التسوق.

فروض النظرية:

- جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط له دوافع وحاجات وأهداف تتركه يتوجه إلى استعمال وسيلة معينة لتحقيقها.
- الجمهور انتقائي في استخدامه لوسائل الإعلام وفقا لحاجاته المتوقعة منها.
- العوامل النفسية والاجتماعية تسعى لتحديد كيفية ونوعية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال المختلفة.
- قد تؤثر وسائل الإعلام في الفرد في البنية الاجتماعية والسياسية والثقافية واقتصادية للمجتمع وهذا التأثير يعرف اختلافا من مجتمع لآخر حسب الخلفيات والمرجعيات السائدة.
- اختلاف خصائص كل وسيلة قد يكون عاملا تنافسيا لجلب انتباه المستخدم وحثه على استخدام وسيلة على حساب أخرى.¹

أبرز انتقادات النظرية:

- أنها تبني مفاهيم تتسم بشيء من المرونة، مثل الدوافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة. وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة وبالتالي من الممكن أن تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات.
- أن الحاجات الخاصة للفرد متعددة ما بين فيسيولوجية ونفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.
- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضا استخدام غير هادف.

¹ - راييس علي ابتسام، نظرية الاستخدامات والإشباع، ص 501-513.

- تنظر البحوث التي تستند إلى الاستخدامات والاشباعات إلى وظائف الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالاً وظيفياً إلى البعض الآخر.¹

المحاضرة (19): نظرية حارس البوابة:

ظهر مفهوم حراسة البوابة الإعلامية Gate Keeper Theory على يد عالم النفس النمساوي كيرت لوين Kurt Lewin وفقاً لتصورات هذه النظرية فإن المعلومات في عملية الاتصال هي مجرد سلسلة متصلة الحلقات وفي كل حلقة منها يوجد فرد ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سينقلها أو لن ينقلها إلى الحلقات التالية، وما إذا كان سينقلها بنفس الشكل الذي جاءت به أم سيدخل عليها بعض التغيرات والتعديلات.²

يقصد بحارس البوابة مقص الرقيب والخطوات التي تمر بها الرسالة الإعلامية، ويتم تغييرها حسب المحطات، فهناك القيم والمبادئ وهناك رئيس التحرير وهناك السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية وهناك مصادر الأخبار وجميعها قد تساهم في تشكيل الرسالة الإعلامية وتغييرها بالشكل الذي يلائمها. حراس البوابة هم أيضاً رجال إعلام يقومون بجمع الأخبار والمعلومات وهم مصادر الأنباء الذين يزوجون الصحفيين ووسائل الإعلام بالأنباء، وهم أفراد الجمهور من النخب الذين يؤثرون على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور بالمواد الإعلامية، كل أولئك حواس بوابات في نقاط أو مراحل ما من المراحل التي تقطعها الأنباء.³

¹ - مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال. مرجع سابق. ص 216-217.

² - مالة مكيري، حراسة البوابة الإعلامية (مقاربة مفاهيمية في ظل البيئة الإلكترونية)، مجلة المعيار، مجلد: 22، عدد: 01، قسنطينة (الجزائر)، 2018، ص 407.

³ - خيرة مكرتار، دور حارس البوابة في ظل الإعلام الجديد، مجلة السائرة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، عدد: 05، جوان، 2017، ص 312.

تعتبر هذه النظرية من أفضل النظريات في مجال تفسير أدوار القائم بالاتصال، حيث كان للحرب الباردة وانهيار الاتحاد السوفيتي دور كبير في تفعيل هذه النظرية ضمن الإعلام والاتصال تزامنا مع بداية دخول العالم ضمن خارطة سياسية جديدة، مفادها نمذجة العالم سياسيا وإعلاميا. وقد ازدهرت هذه النظرية ضمن نطاق الأنظمة السلطوية التي سادت فترات طويلة من القرن الماضي، حيث سيطرت هذه الأنظمة على الإعلام والمجتمع.¹

فرضيات النظرية:

- 1- أن المعلومات والأخبار ضمن سلسلة مترابطة يقع ضمن حلقاتها أفراد لهم القدرة على حجب انسياب الرسالة والقيام بإضفاء تعديلات عليها.
- 2- يتبر الأفراد المسؤولون على اتخاذ القرارات بشأن مرور الرسالة، بمثابة حراس لنظم أخرى سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية، وفي الغلب هم جزء من النسق العام لهذه النظم، سواء إراديا بدافع الانتماء، أو إكراها بفعل ضغوطات مختلف السلطات العليا ضمن المؤسسة الإعلامية ذاتها أو خارجها.
- 3- إن تحكم 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.²

بحسب لوين فإن المعلومات والأخبار تمر بمراحل مختلفة حتى تظهر على صفحات الجريدة أو المجلة أو في وسائل الإعلام إذاعة، تلفزيون. وقد أطلق على هذه المراحل مصطلح بوابات موضحا أن هذه الأخيرة تقوم بتنظيم كمية أو قدر المعلومات التي ستمر من خلالها، بمعنى هناك مجموعة من الحراس يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها

¹ - حياة درقالي، بومشطة نوال، نظرية حارس البوابة وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)، مجلة العلوم الإنسانية والحضارة، مجلد: 04، عدد: 01، 2022، ص 09-10.

² - صيشي يسرى، بن زروق جمال، نظرية حراسة البوابة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الرواق، عدد: 05، غيليزان (الجزائر)، 2017، ص 264.

نقل المعلومات ويتمتع أولئك الحراس بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلقوها أمام أي رسالة تأتي إليهم كما أن م حقمهم إجراء التعديلات على الرسالة التي ستمر.¹

تواجه حارس البوابة مشكلة الحجم الكبير من المعلومات والأخبار التي ترد إلى القائم بالاتصال من جهات ومصادر مختلفة، مما يصعب أحيانا القيام بمسح المضامين بشكل دقيق، وهذا قد ينتج عنه تسرب بعض المحتويات إلى الجمهور، والتي تكون لم تخضع للرقابة بشكل جيد، الأمر الذي قد يخلف مشاكلا معقدة للمؤسسة أو للصحفي بشكل.

فحراسة البوابة إذا تعني "السيطرة على مكان إستراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث تصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته وكيف سيمر حتى يصل في النهاية إلى الوسيلة الإعلامية ومن ثم إلى الجمهور"²

يتضح دور حارس البوابة في القيام في:

- يمكنه له أن يمنع الرسالة من الوصول على الجمهور وذلك ببساطة بأن يرفض نشرها أو إذاعتها.
- يمكن للمغربل إن يغير في الرسالة بحذف بعض أجزائها أو يدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات.
- قد يرى في مضمون الرسالة مساسا بجهات معينة أو تجاوزا للسياسة الإعلامية للمؤسسة فيقوم بتكييف محتواها بما يتماشى مع رؤية المالكين.
- أحيانا تعد المضامين التي تخضع للغربة مضرّة بالشخص العام أو تمس الدولة أو إحدى رموزها بشكل مباشر فيتم منعها من النشر.

كما يمكن القول أنّ حراسة البوابة هي "عملية اختيار عدد لا يحصى من المعلومات وصياغتها في عدد محدود من الرسائل تصل إلى الناس كل يوم"، كما أن هذه العملية لا تحدد المعلومات التي يتم اختيارها فقط ولكن أيضا المحتوى وطبيعة الرسائل التي سيتم نشرها". يسمى

¹ - - مالية مكيري، حراسة البوابة الإعلامية، ص 407.

² - سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2008، ص 55.

الأفراد الذين يقفون على هذه البوابات ب (حراس البوابة)، كما نجدهم تحت مسمى آخر (المغربل)، وهم يمثلون وظائف متعددة مثل الناشرين، المحررين، مديري المحطات وغيرهم ممن لهم سلطة تقييم محتوى الرسائل الإعلامية لتحديد علاقتها وقيمتها بالنسبة للجمهور. وبالتالي تقرير الموضوعات التي تنشر أو التي ينبغي إعادة صياغتها بصورة معينة أو تلك التي يجب إهمالها.¹

تشكل أنماط الرقابة على مضمون الاتصال قضية جدلية في الفكر الاتصالي بصفة عامة، فعلى الرغم من الإقرار بضرورتها فيما يخص الأمن القطري والقومي، والمسائل الدينية والأخلاقية وما شابهها، فإن البعض يعتبرها متناقضة بكل أشكالها لنص المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الخاصة بحرية الرأي. وينظر إليها البعض استناداً إلى تطورها التاريخي في بريطانيا على أنها ظاهرة تاريخية متطورة. ويعتبرها البعض الآخر معوقاً أساسياً أمام التدفق الحر والمتوازن للأبناء. والحقيقة أن كل التفسيرات صحيحة، فالرقابة ضرورة في موضوعات محددة، لا ينبغي التوسع فيها لتصبح عائقاً أما التدفق الحر والمتوازن، وأمام تبادل الآراء والأفكار داخل الأقطار العربية أو فيما بينها وبين العالم الخارجي.²

تخضع وسائل الإعلام الكلاسيكية في الوطن العربي كله لأشكال عدة من الرقابة التي تختلف شدتها من قطر لآخر، وكلها تبرر بدواعي الأمن. وبالطبع تشتد هذه الرقابة أو تخف في كل قطر عربي تبعاً لمتغيرات المد والجزر. إذن المشكل لا يكمن في النشر بقدر ما يتحدد في الممارسات الشائعة المعبرة عن ذهنية الأنظمة السياسية أو قادة النظم الاتصالية والإعلامية بشكل أدق.³

تعني النظرية في أبسط تعريفاتها أن الرسالة تمر قبل نشرها في وسائل الإعلام بمراحل متعددة حتى تنشر وتصل إلى الجمهور. وفي كل مرحلة يوجد شخص أو مجموعة أشخاص يقرؤون ما لذي ينشر وما لذي لا ينشر، هؤلاء الأشخاص يسمون (حراس البوابة)، بوصفهم أن كل مرحلة تمثل بوابة تمر من خلالها الرسالة، وتخضع لتعديلات قبل نشرها

¹ - - مالية مكيري، حراسة البوابة الإعلامية، ص 408.

² - أنتوني غيدنز، علم الاجتماع، ترجمة، فايز الصياغ، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2005، ص 518.

³ - المرجع نفسه، ص 519.

سواء بالحذف أو التغيير، أو بالإضافة. تنطلق نظرية حراس البوابة الإعلامية من تصورات ذهنية ومرجعيات إيديولوجية تمثل رؤية القائم بالاتصال لما ينبغي أن ينشر وما لا يجوز أن يقدم إلى الجمهور، هذه المرجعيات تشكل أيضا أسلوبا للتحكم في مرور المادة الإعلامية إلى الجمهور، وهي ما عبر عنها عدد من الباحثين (بالمعايير الذاتية) التي تؤثر على عمل حارس البوابة الإعلامية مثل: الاتجاهات، الميول، الجماعات المرجعية¹.

إن المضامين التي تنشرها وسائل الإعلام المختلفة وتخضع لرقابة حارس البوابة لا تخرج في الغالب عن ثلاثة أنواع من الإيديولوجيات:

1- أن تكون معبرة عن إيديولوجيا الدولة التي تصدر فيها الوسيلة الإعلامية، وهي إيديولوجيا سياسية لها مرجعيات دينية وثقافية تفرض سيطرتها على المؤسسات الإعلامية.

2- أن تكون معبرة عن إيديولوجيا المؤسسة الإعلامية نفسها، وقد تكون هذه الإيديولوجيا مخالفة للنظام السياسي للدولة، وتخضع لرؤية المالكين لها أو القائمين عليها، ومن ثم يوجهون سياستها التحريرية وفق مرجعياتهم الإيديولوجية وانتماءاتهم السياسية، مثل المؤسسات التي تخدم أحزاب معينة.

3- إن تكون انعكاسا لإيديولوجيا إعلامي نفسه الذي يختار له مرجعيات فكرية ومحددات ثقافية تختلف عن الدولة والمؤسسة الإعلامية والنظام السياسي².

تعد نظرية حراسة البوابة العملية الأولى التي تنبثق منها عمليات ترتيب الأجندة أولاً ثم التأطير ثانياً، وقد تنبأت بحوث الأجندة في المستوى الثاني لعلاقة الأجندة بالتأطير مثلما تم الإشارة لذلك أكثر من مرة في هذه الدراسة. تقوم فكرة حراسة البوابة على قاعدة أن محرري الصحف يعملون على أساس كونهم "حراس بوابات" للرسائل الإعلامية التي يجب أن تصل للجمهور، وقامت النظرية على النموذج الذي اختبره واستنتجه كيرت ليفين 1890

¹ - محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، مرجع سابق. ص 108.

² - المرجع نفسه، ص 110.

- Kurt Z. Lewin 1947 في مجال علم النفس حينما كان جهده البحثي يركز على وضع استراتيجيات إقناعية بهدف تغيير مواقف ربات البيوت بخصوص الأنظمة الغذائية.¹

واستخدم ليفن تعبير حارس البوابة لوصف الزوجة أو أي شخص يملك سلطة القرار في أي من الأطعمة التي ستظهر في نهاية المطاف على مائدة طعام العائلة، فالأنواع الغذائية تمر إلى مائدة الطعام خلال قنوات بدءاً من السوق أو المزرعة مروراً بالمطبخ، في هذه العملية يتحكم بعض الأشخاص في حركة الطعام عبر هذه القنوات وحتى وصولها إلى المائدة، وكان ليفن يدرك أن نموذج هذا يتعدى قرارات انتقال الطعام عبر القنوات إلى انتقال عناصر الأخبار من خلال قنوات الاتصال في المجموعات.²

إذا كان حارس البوابة في الإعلام التقليدي يسيطر على العملية الاتصالية وله سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف، فإن دوره قد تقلص وتم تهذيبه من حيث الانحياز والفوقية في اتخاذ قرار إعلام الناس أو إخفاء الحقائق عنهم. حيث أصبح المتلقي في ظل المنظومة الاتصالية الجديدة جزء من السلطة في الفضاء الإعلامي ويمارس دور حارس البوابة على كل ما يكتب ويدون وينشر من أخبار وصور وفيديوهات فضلاً عن أنه أصبح بحاجة إلى نوع جديد من المعاملة ولم يعد يناسبه إطلاقاً الوصاية والحجب والإملاءات. فقد أتاحت له الأنترنت إمكانية الوصول إلى مصادر متعددة من المعلومات والاختيار منها والتحكم فيما يصله من رسائل إعلامية فضلاً عن قدرته في إنتاج محتوى إعلامي نصي ومرئي ومسموع ينافس الإنتاج المهني في باقي وسائل الإعلام.³

¹ - عزام أبو الحمام، مراجعة نقدية لنظرية لترتيب الأجندة. ص 12.

² - المرجع نفسه. ص 12.

³ - أمال توهامي، المنظومة الاتصالية الجديدة، من سلطة حارس البوابة إلى محورية المتلقي، المجلة الجزائرية للاتصال، مجلد:

المحاضرة (20): النظريات المفسرة للعنف في وسائل الإعلام:

1- خطاب الكراهية:

خطاب الكراهية من المفاهيم الحديثة التي شاعت في الحقل السياسي والديني وتناولتها وسائل الإعلام الدولية والعربية بالتحليل والتشريح، وكان ذلك دافعا للعديد من الكتاب والباحثين لتأصيل هذا المفهوم وأهدافه واتجاهاته، وكان الخطاب الإعلامي مثار سجالات ونقاشات حادة في الأوساط السياسية والإعلامية، وذلك لخطورة هذا الخطاب على أي منبر أو مؤسسة أو مقررات أو مواقع إعلامية.

وتجدر الإشارة إلى أن خطاب الكراهية تعبير عن ظاهرة عالمية، وليست حكرا على منطقة أو مجتمع محدد، بما فيها البيئة العربية التي طالتها مؤشرات انتشار خطاب الكراهية، الذي تشابك تعقيدا مع مساحات حرية التعبير ومنابرها التي تعد وسائل الإعلام أهمها على الإطلاق. يعرف خطاب الكراهية بأنه: "الخطاب الذي يدعو إلى أعمال العنف أو جرائم الكراهية، ويوجد مناخا من الأحكام المسبقة، التي قد تتحول إلى تشجيع ارتكابها". عادة ما يستخدم أصحاب هذا الخطاب أساليب متعددة تجعل الآخرين يشعرون بعدم الأمن وتشمل العنف والإيذاء وتمدير الممتلكات والتهديدات إطلاق الألقاب غير مستحبة، أو إرسال بريد مشبوه وغيرها. يمكن الإشارة هنا إلى أن الحديث عن خطاب الكراهية في وسائل الإعلام الجماهيري لا يعود إلى وسائل الإعلام لذاتها كونها تقنيات مجردة، وإنما يعود لمن يوظف هذا النوع من الخطاب في وسائل الإعلام الجماهيري، أف أ رد أو مؤسسات أو أح ا زب ومنظمات لتحقيق أهداف تستمد مقوماتها وتأثيراتها من عمق تجذر هذه العقدة في نفوس من يروجون لها في وسائل الإعلام

يستطيع الطفل اليوم الوصول إلى وسائل الإعلام عبر الأجهزة التقليدية مثل التلفاز والأجهزة المحمولة مثل التابلت والحاسوب المحمول. ومع زيادة المنافذ يصبح الأطفال أكثر عرضة لمشاهدة المحتوى العنيف مثل الحياة الحقيقية أو أفلام الرسوم المتحركة حيث تستخدم القوة ويتم إحداث الأذى لفرد أو شخصية ما. وتظهر الدراسات أن 37% من المحتوى الإعلامي الموجه للأطفال يحتوي على مشاهد للعنف الجسدي أو اللفظي.

كما أن 90% من الأفلام و68% من ألعاب الفيديو و60% من العروض التلفزيونية و15% من الفيديوهات الموسيقية تحتوي على شكل من أشكال العنف. وما يزال يرتفع في بعض الأحيان، حيث تبين أن كمية العنف في الأفلام الرائجة قد ارتفعت باطراد خلال الخمسين سنة الماضية. تظهر الأدلة أن ذلك الأمر قد يصبح مؤذياً للأطفال الصغار. يبدأ الأطفال ما بين سن الثالثة والرابعة بتطوير منظورات وتوقعات للعالم المحيط بهم. وتتأثر وجهات النظر تلك بتجاربهم اليومية. وإذا تعرض الأطفال غالباً لمشاهد العنف فقد يطورون نظرة تُريهم العالم أكثر خطراً مما هو في واقع الحال.

وتتزايد آثار الإعلام المرئي على الأطفال وسلوكهم، وقد بينت دراسات وجود علاقة بين العنف والسلوك العدواني لدى الأطفال والمراهقين وبين محتوى وسائل الإعلام المرئي. كذلك تشير تقارير طبية إلى أن تأثير العنف المعروض على الشاشة يتنوع ما بين السلوك العدواني والكوابيس، والقلق، والاكتئاب، والحساسية للعنف. لا شك أن التعرض المتكرر لمحتوى إعلامي عنيف يشجع على السلوك العدواني، ويخلق قناعة لدى الطفل أن العدوان هو الحل المناسب للمشاكل.¹

مفهوم العنف: في قاموس أكسفورد يعرف على أنه: "ممارسة غير قانونية للقوة البدنية لإنزال الضرر بالأشخاص والممتلكات" وفي العربية هو "ضد الرفق" أي عمل يخرج عن دائرة الرحمة والشفقة ويرادف مفهوم القوة والقسوة. أما سلوكياً فيركز على النشاط العنيف الذي يدمر الأشخاص والممتلكات وقد يوصل إلى الموت.

للعنف أنواع وأشكال وهي:

- **عنف لفظي:** يسبق العنف البدني يكون معبراً عنه باللغة والكلمات، كالسب، التجريح، الإهانة، الازدراء، التنمر..
- **عنف بدني:** مثل الضرب، البصق، الشجار، وقد يوصل إلى القتل.

¹ - <https://www.amankids.com/post/15228/>

• **عنف نفسي (معنوي):** ما يخلف أضرار لدى الفرد على المستوى النفسي كالإكتئاب، العزلة، الشعور بالنقص...

• **عنف رمزي:** ويسميه علماء النفس بالعنف التسلطي، يكون ذا طبيعة استعارية.¹

1- النظريات المفسرة للعنف:

• **نظرية التعلم:** يعتقد أصحاب نظرية التعلم الاجتماعي أن سلوك العنف والإجرام سلوك مكتسب، يتعلمه الفرد من خلال التفاعل الاجتماعي، وهذا السلوك يكتسبه الأفراد بنفس الطريقة التي يكتسبون بها أنماط سلوكية أخرى في حياتهم الاجتماعية وتعلم التنشئة الاجتماعية دورا فعالا في اكتسابها هذا السلوك خاصة على مستوى الأسرة والمدرسة والأصدقاء.^{2, 45}

• **نظرية الغرس الثقافي:** التي اهتمت بموضوعات العنف في التلفزيون، حيث أجريت الكثير من الدراسات التي أثبتت تورط التلفزيون بنسبة كبيرة في زيادة العنف وسط الشباب وفئة الأطفال انطلاقا من طبيعة المضامين التي كانت تنسم بميلها نحو الفعل التعنيفي من خلال غرس أفكار ومعتقدات على المدى الطويل تساهم في التأثير على شخصية الطفل خلال مراحل نموه، إلى أن تكسبه نموذج العنف باختلاف أنواعه.

• **نظرية اللعب والترفيه:** والتي لها آثار طويلة المدى تراكمية، خاصة مع التطورات التكنولوجية التي رافقتها تطورات كبيرة على مستوى ألعاب الفيديو التي أصبحت تروج للسلوكيات العنيفة والخطيرة والتي كانت لها آثار جسيمة أدت من خلال العديد من التأكيدات الإمبريقية إلى الانتحار لدى الشباب والأطفال.

• **نظرية الاستثارة النفسية:** تفترض هذه النظرية أن التعرض لمثير عدواني من شأنه أن يزيد من الإثارة النفسية للفرد، مما يزيد احتمال قيام الفرد بسلوك عدواني وتستخدم

¹ - هيثم نعمة رحيم، وسائل الإعلام وأثرها في سيكولوجية العنف والعدوان، مجلة الجامعة العراقية، جزء: 01، عدد: 47، بلا: سنة، ص 384.

² - مصطفى حميد كاظم الطائي، النظريات المفسرة للعنف وخطاب الكراهية في وسائل الإعلام، المجلة الجزائرية للاتصال، مجلد: 19، عدد: 02، 2020، ص 45.

نظرية الاستثارة في تفسير إمكانية استجابة الأفراد وخصوصاً الأطفال للعنف عند تعرضهم لمضمون تلفزيوني يحتوي مشاهدًا عنيفة.

• النموذج المحفز: النموذج المحفز هو إحدى النظريات البديلة والذي تم اقتراحه لشرح مسببات العنف. ويعتبر النموذج المحفز هو نظرية جديدة ولم يتم اختبارها على نطاق واسع. وفقاً لنموذج المحفز، ينشأ العنف من المزيج التأثيرات الجينية والاجتماعية المبكرة (الأسرة وأقرانهم على وجه الخصوص)، وتبعاً لهذا النموذج، يعتبر وبوضوح أن تأثير العنف الإعلامي مسبب ضعيف.

وبسبب ظروف البيئة العصبية؛ يتم «تحفيز» أعمال عنف محددة، ويتطلب وجود ضغط أقل لتحفيز العنف لدى الأفراد الذين لديهم استعداد أكبر للعنف. هناك بعض الأعمال الجديدة والتي دعمت هذا الرأي بطريقة مُماثلة؛ قدمت البحوث الحديثة مع السجناء الدعم للنموذج المحفز على وجه التحديد، وكما أشار النموذج المحفز، بأن مرتكبو الجرائم في بعض الأحيان كانوا يشتملون على عناصر سلوكية أو سلوكيات في جرائمهم التي رأوها من قبل في وسائل الإعلام، ولكن الدافع لارتكاب جرائم في حد ذاته لا علاقة له بمشاهدة وسائل الإعلام¹.

¹ - <https://ar.wikipedia.org/wiki/https://blog.ajsrp.com/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%86%D9%81-%D9%81%D9%8A-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85/>

المحاضرة (21): تطورات البحوث الرقمية ونظريات الإعلام الجديد:

الإعلام الرقمي هو مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، يختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل.

حاول الكثير من الباحثين في علوم الإعلام والاتصال تقديم نظريات علمية لدراسة الظاهرة الاتصالية في البيئة الرقمية، حيث تبين من خلال القراءة المتعمقة للعديد من النظريات الإعلامية أن هناك نظريتان بارزتان في موضوع الإعلام الرقمي:

1- نظرية التحول الرقمي: تستند نظرية التحول الرقمي على فرضية مفادها أن وسائل الإعلام تتطور كلها ظهرت وسيلة إعلامية جديدة، إذ تقوم كل وسيلة بطريقة أقرب إلى عمل العناصر المشكلة لأي نظام حيوي، حيث يشير تاريخ الوسائل الاتصالية إلى تعايش الوسائل القديمة مع الحديثة، كما إن التقارب أو الاندماج بين وسائل الإعلام هو تزاوج ينتج من تحول كل وسيلة على حدا، ولهذا يمكن اعتبار وسائل الإعلام الموجودة حديثا هي نتاج تفاعلات صغيرة كانت تحدث بين وسائل الإعلام طوال الوقت وبشكل متكرر.

2- نظرية الفجوة المعرفية الرقمية: حيث تعتبر من نظريات التأثير التي حظيت باهتمام كبير في دراسات شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد بصفة عامة، وهي تتمثل في بلورة الرقمية الإعلامية أي اختلاف الأفراد عبر العالم في الوصول إلى القدرة على استخدام وسائل الإعلام الجديدة.¹

أفضت الجهود البحثية إلى ظهور العديد من الرؤى والمقاربات النظرية التي عملت على رصد تأثيرات البيئة الرقمية على النظريات الاتصالية التي أنتجتها مرحلة ما قبل ظهور التقنيات الحديثة ومدى انطباقها على تفسير الظواهر الاجتماعية والإعلامية الجديدة وكيفية التعاطي معها. كما أن هذه التطورات قادت إلى ظهور نظريات جديدة تفسر

¹ - وعد المومني، نظريات الإعلام الرقمي المعاصرة، مركز قاف للدراسات، عمان (الأردن)، 2023، ص 2-3.

الظواهر الإعلامية المرتبطة بها، ونتج عن ذلك تحول في تحليل النظريات الاتصالية وفي بنائها وتصنيفها، ويمكن النظر إلى ذلك من خلال عنصرين رئيسيين: الأول: جدلية صلاحية نظريات الاتصال الكلاسيكية القديمة للتطبيق من عدمه، وهي مقاربات الرفض والقبول، والثاني: الإسهامات النظرية الحديثة، وميلاد نظريات ونماذج ترتبط بالإعلام الجديد انطلاقاً من فهم سماته وخصائصه ووظائفه وتأثيراته. وبسمح التراث العلمي للمداخل النظرية المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي يتضح أن أبرزها مدخل التأثيرات والمدخل الوظيفي، ومدخل الإعلام الرقمي وفي ضوء ما تقدم يصنف البعض نظريات الاتصال في الوقت الراهن إلى ثلاثة مستويات وهي¹:

- المستوى الأول: نظريات أصبحت قديمة بعد ظهور الأنترنت وتحتاج إلى مراجعة.
 - المستوى الثاني: نظريات يمكنها التعايش مع التطورات التكنولوجية الحديثة وتحتاج إلى تطوير.
 - المستوى الثالث: نظريات ارتبط ميلادها بظهور الأنترنت وبرزغ الإعلام الجديد.
- إلى وقت قريب لا يزال الاعتماد واضحاً على الأطر النظرية الكلاسيكية لمقاربة الإعلام الجديد، فقد توصلت دراسة قام بها الباحث حلمي محسب سنة 2007. إلى أن البحوث المصرية والأمريكية على سبيل المثال، مازالت تعتمد على نظريات كلاسيكية خاصة بالإعلام التقليدي في تفسيرها للموضوعات الإعلامية المرتبطة بالأنترنت، كما أشارت دراسة أخرى إن الكثير من البحوث العلمية في المنطقة العربية، وفيما يخص الإعلام الجديد، مزال يعتمد على نظرية الاستخدامات والاشباع بوصفها نظرية مفسرة لدوافع الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي.²

¹ - محمد الراجي وآخرون، مناهج مرجع سابق. وينظر أيضاً:

Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, Mass Communication Theory : Foundations, Ferment, and Future (USA) : McGraw, 2011), 340.

² - يوسف تمار وآخرون، التقليد والجمود في بحوث الاتصال والإعلام في المجتمع الأكاديمي العربي (مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال)، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2023، ص 23.

يطرح الباحث الصادق راجح في مقاله: (نظريات الإعلام والاتصال وخطابات الأفول)، جملة من الاستفهامات الهامة المتعلقة بإعادة النظر في الوضع المعرفي لنظريات ضمن سياق البحث الرقمي. هل تؤدي البيانات الضخمة اليوم وأساليب التعلم الآلي فعلاً إلى تهميش دور النظريات العلمية في فهم الظواهر الاجتماعية والإنسانية؟ أم أن التكامل بين المنهجيات الرقمية والنظريات التقليدية يمثل مساراً أكثر تأملاً يساهم في إثراء فهمنا للسيرورات الاجتماعية؟ وكيف يمكن للباحثين في العلوم الإنسانية والاجتماعية، بما في ذلك الدراسات الإعلامية والاتصالية، أن يتعاملوا مع هذا التحول دون التخلي عن أهمية النظرية التي تقدم تفسيرات معمقة وتوجيهات نقدية لممارسة الأتمتة والتحليل الخوارزمي. يمكن اعتبار أفول النظرية" في سياق البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي تعبيراً عن تطور منطقي للمعرفة العلمية أم أنها تعكس موقفاً إيديولوجياً؟¹

مداخل فهم الإعلام الجديد: يمكن حصرها فيما يلي:

- مدخل نيكولاس نيجروبونتي Negroponte Nicholas لفهم الإعلام الجديد
نبأ نيجروبونتي في 1984 بدقة متناهية بمستقبل حدوث خمس نقلات تكنولوجية كبيرة في تنفيذ مشروعه: لابتوب لكل طفل، وشاشة آيفون تعمل باللمس، ومستقبل الأقراص المضغوطة، أكشاك الخدمة، واجهات شبكة الإنترنت، وهذه التنبؤات كانت تعد من الخيال العلمي، لكنها باتت حقيقة مع مرور الزمن، ويحصر نيكولاس نيجروبونتي Negroponte Nicholas الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في: "استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البنات بدل الذرات Atoms not Bits كأدوات رئيسية في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل إلكتروني، وليس في شكل فيزيائي، والكلمات والبرامج والأصوات والصور والعديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطرق الجديدة، بدلاً من توزيعها عبر الورق وميز قدرة الإعلام الجديد على المخاطبة الرقمية المزدوجة Digital Addressability وهو عبارة عن نموذج تطور من عملية نقل المعلومات رقياً من

¹ - الصادق راجح، نظريات الإعلام والاتصال وخطابات الأفول، ص 26.

كومبيوتر إلى آخر منذ بداية رقنة الكومبيوتر نفسه بعد الحرب العالمية الثانية، إلى تطور تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض Network، وهذا من ناحية، يلبي الاهتمامات الفردية Interests Individual ومن ناحية أخرى يلبي الاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تليتها بالإعلام القديم.

- مدخل ريتشارد ديفيز وديانا أوين Owen Diana & Davis Richard.

- مدخل كروسي لفهم الإعلام الجديد

- مدخل مانوفيتش Lev Manovich لفهم الإعلام الجديد

- مدخل بوتلر وجروسين

- مدخل فيدلر لفهم الإعلام الجديد¹

بالنسبة للنظريات التقليدية ومداخل التأثيرات بأنواعها (المعتدل، القوي، المحدود) وما تشتمله من نظريات سيما تلك البارزة التي مازلت تؤدي دورا تفسيريا قويا، يمكن القول إن الاعتماد عليها في تفسير ظواهر البيئة الرقمية يتصف بالتكيف وإعادة الإسقاط، خاصة بعض النظريات التي تشهد إفراطا في التوظيف مثل:

الاستخدامات والاشباكات	تدفق المعلومات على مرحلتين
الحتمية التكنولوجية	الغرس الثقافي
انتشار المبتكرات	بناء الأطر
دوام الصمت	الاعتماد على وسائل الإعلام (الوسائط)
ثراء الوسيلة	الفجوة الرقمية
وضع الأجندة	

¹ - عمرو عبد المنعم واصل وآخرون، نظريات الإعلام الجديد والمشاركة السياسية للشباب الجامعي رؤية تحليلية، مجلة الدراسات الإفريقية، مجلد: 46، عدد: 03، 2024، ص194-197.

خاتمة

تؤدي النظريات دورا مهما في بحوث الإعلام والاتصال، فهي لا تتوقف عند تفسير الظواهر فقط، بل نعتدها إلى تقديم صورة كبرى يرى من خلالها الطلبة الظاهرة بوضوح أكبر، فإلى جانب قوانينها التفسيرية أو فرضياتها، تعمل أيضا على جعل الباحثين يتجهون إلى بناء المعارف التراكمية، من خلال اختبار علاقات سببية أو تصورات عن العالم والسلوك وحياة الأفراد وعمل وسائل الإعلام بصفة عامة.

والنظريات تسير جنبا إلى جنب مع النماذج المعرفية الإرشادية فهي بوصلتها وإطارها العام، ويكون البراديغم معرفة مركبة تضم داخلها النظريات والأدوات والمنهج، والمقاربات، والمفاهيم، أي تصورا كاملا من المعارف خلال فترة زمنية معينة. وقد تشكل تخصص علوم الإعلام والاتصال من خلال محاولات إمبريقية ريادية أدت إلى بناء نظريات فسرت عناصر العملية الاتصالية الكبرى (الجمهور، المحتوى، المتلقي)، ودفعت بالدارسين إلى تطويرها لتصل إلى منظومة كبيرة من التأكيدات الوضعية، التي تسمح لنا بفهم الفارحة الاتصالية في حركيتها وتحولها وفقا للمتغيرات التي تطرأ عليها مع مرور الزمن. انطلاقا من نظريات التأثير المباشر ثم المعتدل وصولا إلى التأثيرات المحدودة منذ ثلاثينات القرن الماضي، إلى غاية أواخر السبعينات ومع بروز النظريات الجديدة التي تهتم بالمعنى والتفاعلات الاجتماعية، أصبحت الدراسات الإعلامية والاتصالية غنية الأطر التفسيرية التي توفرها نظريات الاتصال على اختلاف واختلاف مشكلاتها وزوايا بحثها، ومن أجل أن يتم التحكم في العمل بالنظريات، لا بد من الاحتكام إلى المعايير المنهجية التي تضبط طرق تبنيها في التفسير وتوظيفها في دراسة الظواهر، لأنها تتطلب بروتوكول اختبار وتحقيق علمي للوصول إلى الدحض أو التفنيد.

كما تساعد النظريات على تراكم المعرفة اتجاه ميدان العلوم الإنسانية بصفة عامة واتجاه تخصص علوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة، حيث لم هذا التخصص حبيسا لنظريات مباشرة خاصة به، بل إنه يفتح على فهم مواضيعه ومباحثه بمساعدة نظريات أخرى ساهمت في تشككه وهي من صميم العلوم الاجتماعية أو ما يعرف بالخارج التخصصي، الذي

أدت إليه جهود المؤسسين الأوائل، وتيار العبر التخصصية الذي أصبح يميز العلوم المعاصرة اليوم، أو بتسمية أخرى العلوم البينية التي يقف علوم الإعلام والاتصال في مفترقها بكل ما تحتويه من مناهج ونظريات يمكن لها أن تشكل أهمية كبيرة في تدعيم العدة المفاهيمية والمنهجية والنظرية المساعدة على تطوير مباحث وسائل الإعلام وجمهورها ومضامينها. يحتاج الطالب من أجل الوصول إلى معرفة بالنظريات أن يطلع على القائمة الطويلة التي ميزت دراسات تشكّلها، أو بمعنى آخر إلى فكر اتصالي وسيرورة تسمح بفهم الخلفيات والأطر التي صاغت اكتشافات النظرية وتأسيسها في مختلف المشكلات التي تمت معالجتها، وهذا جسر للعبور إلى اختبارها وفق المعطيات المستجدة والتي تفرضها مثلاً اليوم أبحاث الميديا الجديدة، والتي أبنت عن فشل أو عدم صلاحية الكثير من النظريات في فهم الواقع وتفسيره وإدراك تعقيداته.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1. إبراهيم حمادة بسيوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 208.
2. إبراهيم علي بسيوني محمد، الأطر الخبرية لجائحة كورونا في الصحافة العربية (دراسة تحليلية)، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، الجزء: 04، عدد: 55، القاهرة، 2020.
3. إبراهيم يحيوي، النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت الإعلامية (نشأتها روادها، خصائصها ومنطلقاتها الفكرية)، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، مجلد: 08، عدد: 01، 2022.
4. أحمد زكرياء أحمد، نظريات الإعلام (مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها)، المكتبة العصرية للنشر، المنصورة، 2009.
5. أحمد فلاق وخالد لعلاوي. إشكاليات منهجية في أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بالجزائر مجلة الصحافة والاتصال، عدد: 08، 2018،
6. أمال توهامي، المنظومة الاتصالية الجديدة، من سلطة حارس البوابة إلى محورية المتلقي، المجلة الجزائرية للاتصال، مجلد: 20، عدد: 01، 2021،
7. أتنوني غيدنز، علم الاجتماع، ترجمة، فايز الصياغ، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2005.
8. أندريا بريس، بروس ويليامز، البيئة الإعلامية الجديدة، ترجمة شويكار زكي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2012،
9. أنول باتشيرجي، بحوث العلوم الاجتماعية (المبادئ، المناهج، والممارسات)، ترجمة: خالد بن ناصر آل حيان، ط: 02، دار اليازوري، عمان، 2015.
10. أيان كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة: محمد حسين غلوم، المجلس الوطني للثقافة والفنون، الكويت، 1994..

11. بن عمار سعيدة خيرة، إشكالية التنظير والتطبيق في علوم الإعلام والاتصال، مركز جيل البحث العلمي، عدد: 08، 2015.
12. بوخاري محمد وقاسمي براهيم، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد من خلال نظرية الاستخدامات والشبكات، مجلة روافد للبحوث والدراسات، عدد: 17، غرداية (الجزائر)، 2017.
13. تهناني سنديان، أفق الكتاب النسوي (نحو نموذج ثقافي جديد في عالم متحول) ، مؤسسة الفكر العربي، بيروت (لبنان)، بلا سنة.
14. جلولي حفيظة، بغداددي عبد القادر، اليوتيوب وصناعة المحتوى (رؤية في ضوء نظرية انتشار المبتكرات)، مجلة الفكر المتوسطي، مج: 12، عدد: 02، تلمسان (الجزائر). مارس 2024.
15. حاتم علاونة، عامر فايز، تغطية الصحافة الفلسطينية اليومية لثورة 25 يناير المصرية، مدلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد: 41، عدد: 01، 2014.
16. حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط: 01، 1998.
17. حسني محمد نصر، نظريات الإعلام، ط 1، الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2015.
18. حسين سعد، براديغمات البحوث الإعلامية (الابستمولوجيا، الإشكاليات، الأطروحات)، دار المنهل، بيروت، 2017.
19. حميدة خامت وكال رزوق، المقاربات النظرية والأساليب المنهجية في دراسة وسائط الاتصال الجديدة (محاولة بحث في الإشكالات واقتراح للبدايل)، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مجلد: 03، عدد: 02، الأغواط (الجزائر)، 2020.
20. حياة درقالي، بومشطة نوال، نظرية حارس البوابة وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)، مجلة العلوم الإنسانية والحضارة، مجلد: 04، عدد: 01، 2022.
21. خالد صلاح الدين حسن، دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية (أطروحة دكتوراه)، كلية الإعلام، القاهرة، 2001.

22. خيرة مكرتار، دور حارس البوابة في ظل الإعلام الجديد، مجلة السائرة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، عدد: 05، جوان، 2017.
23. دينس مأكويل، نظرية مأكويل للاتصال الجماهيري. ترجمة: أيمن باجنيد وعبير خالد، منتدى أسبار الدولي، السعودية، بلا: سنة.
24. رايس علي ابتسام، نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)، مجلة دراسات وأبحاث، مجلد: 08، عدد، 25، الجلفة (الجزائر)، 2016.
25. ريتشارد سويدبرغ، قبل النظرية يأتي التنظير أو كيف نجعل العلوم الاجتماعية أكثر جاذبية، ترجمة: حميد الهاشمي، مجلة عمران، مجلد: 05، عدد: 20، 2017.
26. ريمون بودون، فرانسوا بوريكو، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة: حداد سليم، دويان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1986.
27. سارة بن ريالة، الخطاب الثقافي الرقمي، وآليات تشكل صورة الواقع الاجتماعي (مقاربة تحليلية سوسيونقدية لعينة من صناعات محتوى التيك توك في الجزائر)، أطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، 2023.
28. سعاد جبر سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيري، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2008.
29. سعاد سراي، البراديغم في علوم الإعلام والاتصال بين الضرورات المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، مجلد: 07، عدد: 28، بسكرة (الجزائر)، 2018.
30. سعد سلمان المشهداني، التعرض لوسائل الإعلام في العراق واتجاهات الجمهور العراقي نحو تفضيل الوسيلة الإعلامية الأقرب لاهتمامه، جامعة تكريت، مجلد: 14، عدد: 05، 2007.
31. سعيد لوصيف، نعيم بلعموري، محددات التعبير العلني عن الرأي: محاولة لاختبار نظرية دوامة الصمت في السياق الجزائري، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، السنة الخامسة، العدد 17، 2017.

32. سوتيريوس سارانتاكوس، البحث الاجتماعي، ترجمة: شحدة فارغ، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة (قطر)، 2017.
33. سي موسى عبد الله، الإدراك الاجتماعي في نظرية وضع الأجندة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة المسيلة، عدد: 02، 2012.
34. شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
35. الصادق راجح، نظريات الإعلام والاتصال وخطابات الأفول، مجلة التمكين الاجتماعي، مجلد: 07، عدد: 01، الأغواط (الجزائر)، مارس 2025.
36. صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار مجدلاوي، ط: 05، الأردن، 2006.
37. صونية عبدش، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، مطبوعة بيداغوجية، جامعة الجزائر 3، 2022-2023.
38. صيبي يسرى، بن زروق جمال، نظرية حراسة البوابة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الرواق، عدد: 05، غيليزان (الجزائر)، 2017.
39. طلال ناظم الزهيري، الحتمية التكنولوجية وتأثيرها الإعلام الجديد (دراسة استقرائية) مجلد: 08، عدد: 02، الوادي (الجزائر)، 2024.
40. طه عبد العاطي نجم، الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث (الموضوع والقضايا)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007.
41. عائشة لصلج، خصوصية التنظير لعلوم الإعلام والاتصال في بيئة الوسائط الجديدة، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مج: 03، عدد: 02، الجزائر، 2023.
42. عبد الرزاق الديلمي، نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين، دار اليازوري، عمان (الأردن)، 2016.
43. عبد الغني عماد، منهجية البحث في علم الاجتماع (الإشكاليات، التقنيات، المقاربات)، دار الطليعة، بيروت، 2007.

44. عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعب، ط2. الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، 2005.
45. عبد الله محمد عبد الرحمان، علم الاجتماع النشأة والتطور، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2007.
46. عبد المنعم رقاز، التدفق الاتصالي الصحي في الجزائر خلال جائحة كورونا (قراءة في مراحل تبني لقاح كوفيد 19 من منظور انتشار المبتكرات)، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مج: 04، عدد: 02، الأغواط (الجزائر)، ديسمبر 2021.
47. عبد الوهاب غالم، تساؤلات حول إشكالية التنظير في علوم الإعلام والاتصال (محاولة لرصد إسهامات الباحث العربي وسياقه في التنظير). مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد: 08، عدد: 01، 2014.
48. عزام أبو الحمام، مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الأجندة في سياق البيئة الرقمية للاتصال والإعلام (دراسات إعلامية)، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة (قطر)، 2020.
49. عززي عبد الرحمان، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية، دار الأمة، الجزائر، 1995.
50. علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام والمجتمع، دار اليازوري، عمان، 2014.
51. عمار بوحوش، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي، 2019.
52. عمر أوسامة، وسائل الإعلام التقليدية والمساحات لافتراضية الجديدة (من يقود عملية بناء الأجندة؟)، مجلة الدراسات لبحوث الاجتماعية، مجلد: 09، عدد: 04، 2021.
53. عمرو عبد المنعم واصل وآخرون، نظريات الإعلام الجديد والمشاركة السياسية للشباب الجامعي رؤية تحليلية، مجلة الدراسات الإفريقية، مجلد: 46، عدد: 03، 2024.

54. فتيحة بوغازي، صحافة المواطن والرأي العام دراسة من منظور دوامة الصمت، (أطروحة دكتوراه: علوم الإعلام والاتصال)، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2017-2018.
55. فضيل دليو، الاتصال (مفاهيمه-، نظرياته، وسائله)، دار الفجر للنشر، مصر 2003، ص 38.
56. فيليب كابان وجان فرانسوا دورتييه، علم الاجتماع، من النظريات الكبرى إلى الشؤون اليومية (أعلام وتواريخ وتيارات)، ترجمة: إياس حسن، دار الفرقد، دمشق، 2010.
57. كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
58. كمال حميدو، التواصل الاجتماعي والنشاط السياسي المواطن في الحراك الجزائري من دوامة الصمت إلى دوامة التعبير، مجلة الجزيرة للدراسات الإعلامية 10 أكتوبر 2019.
59. لامية طالة، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير حرية التعبير عن الرأي في الجزائر، (أطروحة دكتوراه: الاتصال السياسي)، قسم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2015.
60. لبنى سويقات، وعبد الاله عبد القادر، الحتمية التكنولوجية (مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الإلكتروني، مجلة الواحة للبحوث والدراسات، مجلد: 09، عدد: 02، غرداية (الجزائر)، 2016.
61. مادلين غراويتز، مناهج العلوم الاجتماعية (منطق البحث في العلوم الاجتماعية)، ترجمة: سام عمار، المنظمة العربية للترجمة والثقافة، والعلوم، والمركز العربي للتعريب والترجمة، دمشق، 1993.
62. ماريان ديانتن وإليان زيلي، تطبيق نظرية الاتصال في الحياة المهنية، ترجمة: عبد الحكم الخظامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.

63. مالية مكيري، حراسة البوابة الإعلامية (مقاربة مفاهيمية في ظل البيئة الإلكترونية)، مجلة المعيار، مجلد: 22، عدد: 01، قسنطينة (الجزائر)، 2018.
64. محمد الراجي وآخرون، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال (المشكلات النظرية والتطبيقية)، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2023.
65. محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، دار العبيكان، الرياض (السعودية)، 2014.
66. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط: 03، القاهرة، 2004.
67. محمد عبده بكير، أطر المعالجة الإعلامية للقضايا المجتمعية بالقصص الخبرية المذاعة في النشرات والبراج الإخبارية، دراسة مقارنة بين الفضائيات المصرية والسعودية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد: 17، عدد: 02، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2018.
68. محمد غربي، وإبراهيم قلواز، النظرية البنائية الوظيفية: نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، مجلد: 01، عدد: 03، الأغواط (الجزائر)، 2019.
69. محمد قارش، الفجوة المعرفية في الوطن العربي (التحديات والرهانات)، مجلة الإحياء، مجلد: 16، عدد: 01، 2016.
70. مدفوني جمال الدين، نظرية الاستخدامات والاشباع: من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مجلد: 03، عدد: 03، تبسة (الجزائر)، 2019.
71. مصطفى حميد كاظم الطائي، النظريات المفسرة للعنف وخطاب الكراهية في وسائل الإعلام، المجلة الجزائرية للاتصال، مجلد: 19، عدد: 02، 2020.
72. مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد، عمان (الأردن)، 2015.

73. مقديش عواطف، الهويات الافتراضية وتمثلاتها عبر الفضاءات الرقمية في الجزائر (دراسة لعينة من مستخدمي الفايبروك)، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، مجلد: 07، عدد: 01، الجلفة (الجزائر)، 2022.
74. ميشال دوبوا، مدخل إلى علم اجتماع العلوم، ترجمة: سعود المولى، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2008.
75. ميشال وارمان ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال. ترجمة: نصر الدين ليعاضي والصادق رايح، مركز دراسات الوحدة العربية (المنظمة العربية للترجمة)، بيروت، 2005.
76. ميلفين لورانس ديفلر وساندرا بال روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة (مصر)، 1992.
77. نادية العيشي، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، مؤسسة سين رايس الجبل، الجزائر، 2017.
78. نصر الدين ليعاضي، البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري، مجلة المستقبل العربي، مجلد: 39، عدد: 450، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2016.
79. نصر الدين ليعاضي، التفكير مع ماكلوهان ضد الماكلوهانية في عصر الميديا الرقمية، مجلة لباب، عدد: 112، الدوحة، 2021.
80. نصر الدين ليعاضي، الهوية الوطنية والتلفزيون: عشر أطروحات لتطبيق المسلمات، مجلة عالم الفكر، مجلد: 38، عدد: 02، الكويت، 2009.
81. نصر الدين ليعاضي، عن مفهوم الثقافة الجماهيرية، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد: 141، الجزائر، 1996.
82. نصيرة تامي، التوقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية (قراءة في الأبعاد والاستخدامات)، مجلة معارف، مجلد: 17، عدد: 01، البويرة (الجزائر)، 2022.
83. نورالدين التباعي، صناعة الثقافة، مجلة آفاق للعلوم، مجلد: 05، عدد: 03، 2020.

84. هشام المكي، الاتصال الجماهيري وسؤال القيم (دراسة في نظريات الاتصال الجماهيري المؤسسة)، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت. 2016.
85. هشام المكي، الاتصال الجماهيري وسؤال القيم، دراسة في نظريات الاتصال الجماهيري المؤسسة (أطروحة دكتوراه منشورة)، مركز نماء للبحوث والدراسات، القاهرة، بيروت 2016.
86. هشام عبادة، الوضع المنهجي للعمل بالنظرية ومحددات توظيفها في أبحاث الإعلام والاتصال (مراجعة نقدية)، الملتقى الدولي الاقتراضي حول: معايير الجودة في بحوث علوم الإعلام والاتصال، جامعة حمة لخضر، الوادي، 17/16 فيفري 2021.
87. هيثم نعمة رحيم، وسائل الإعلام وأثرها في سيكولوجية العنف والعدوان، مجلة الجامعة العراقية، جزء: 01، عدد: 47، بلا: سنة.
88. وعد المومني، نظريات الإعلام الرقمي المعاصرة، مركز قاف للدراسات، عمان (الأردن)، 2023.
89. ياسين قرناي، قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية (بين مارشال ماكلوهان وعزي عبد الرحمان)، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد: 08، عدد: 01، 2014
90. يوسف تمار وآخرون، التقليد والجمود في بحوث الاتصال والإعلام في المجتمع الأكاديمي العربي (مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال)، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2023.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

91. Cumulative Research, International Communication Association, Communication Theory 21, 2011.
92. Dietram A. Scheufele, Patricia Moy, Twenty-Five Years of The Spiral of Silence: A Conceptual Review & Empirical Outlook, International Journal of Public Opinion Research, Vol 12, No.1.
93. Elihu Katz and Paul Lazarsfeld, Personal influence, the free Press, new York, 1955. P322.

94. George, G and Gross, L. living With television, the violence profile, journal of communication, 1976.
95. Herbert Blumer, Symbolic interactionism (perspectives and method) University of California Press. 1986.
96. Joseph, T. Klapper, the effects of mass communication, free Press, Glen Coe, 1961.
97. Michael Cacciatore et al., "The End of Framing as we Know It and the Future of Media Effects," Mass Communication and Society, Vol. 19, no.1, (July 4, 2015).
98. Pablo Porten-Chée, Christiane Eliders, Spiral of Silence Online: How Online Communion Affects Opinion Climate Perception & Opinion expression Regarding the Climate Change Debate, Studies in Communication Sciences, Vol 15, Issue 1, 2015.
99. Rogers Everett, Shoemaker Floyd, communication of innovation, the free Press, New York, 1971.
100. Russell Neumann, Lauren Guggenheim : The Evolution of Media Effects Theory, A Six-Stage Model of Cumulative Research, vol : 21, N :02. 2011.
101. Sc hudson Michael, Notes on scandal and the Watergate legacy. American Behavioral Scientist. ٩), 2004.
102. Se verin & James W. Tankard : Communication Theories : Origins, Methods & Uses in the Mass Media, 3rd, Ed, Longman, London, 1992.
103. Sta nley J. Baran, Dennis K. Davis, Mass Communication Theory : Foundations, Ferment, and Future, (USA) : McGraw, 2011).
104. W arren Breed, "Social Control in the Newsroom : A Functional Analysis," Social Forces, (1955).
105. Wolton Dominique : Internent et Après, théorie critique des nouveaux medias, Flammarion, paris, 1999.
106. Littlejhon, S. Theories of Human Comunication, Wadsworth Publishing, Belmont, 1989.

107. Giles Willett, paradigme, théorie, model, schéma qu' est ce donc?,
? communication et organisation, october 2012.
108. Attllah, P. *théorie de communication (sens, sujets, savoirs*: presse
de l'université du Québec. (1991).
109. Katz, Elihu, La recherche en communication depuis Lazarsfeld.
Public opinion, vol : 51, *Hermes*.4. 1989.
110. Margaret Masterman, the nature of paradigm, University Press
(cambridge), london, 1970.
111. Thomas Vangshardt, Niels Bjerre Poulsen, "The Agenda Setting
Effect of the U.S Mass Media During the 2008 Presidential
Campaign," May 2009, "accessed January 1, 2020.
112. Harold Lasswell, propaganda technique in the world war,
University of Michigan. New York. 1927.
113. Windahl, M. communication model (for the study of mass
communications (Vol. 02). london : Routledge, (1993).

ثالثا: المواقع الإلكترونية:

114. https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D8%B1%D8%B6%D9%8A%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%AC%D9%88%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D9%8A%D8%A9# تم الاسترجاع بتاريخ : 2025-04-09. على الساعة 23.25
115. <https://www.qaafe.net/items-4/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%85%D8%B2%D9%8A%D8%A9>
116. <https://www.qaafe.net/items-4/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%85%D8%B2%D9%8A%D8%A9>
117. <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

118. <https://blog.ajsrp.com/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%86%D9%81-%D9%81%D9%8A-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85/>
119. <http://constantine3.blogspot.com/2014/01/blog-post.html>