



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة  
Emir Abdelkader University of Islamic sciences  
Constantine



Faculty:

كلية أصول الدين

كلية:

Departement:

قسم الدعوة والإعلام والاتصال

قسم:

عنوان المطبوعة

Title of the Dissertation

السداسي: الثاني

Semester:

مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة:

Academic Pedagogical  
Publication Addressed  
to:

أولى ماستر ل م د

Domain:

نظريات الإعلام والاتصال 2

الميدان:

Field or  
subfield:

الشعبة:

Specialization:

دعوة وإعلام

التخصص:

Submitted by:

ياسمينة بونعارة

إعداد  
الأستاذة(ة):

Submitted by: \_\_\_\_\_

اعداد الأستاذة(ة): ياسمينة بونعارة

2022-2021 / 1444-1443 هـ

السنة الجامعية (Current Academic Year):

## مقياس: نظريات الإعلام والاتصال 2

إعداد: د. ياسمين بونعارة

مطبوعة موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر ل.م.د: تخصص دعوة وإعلام

السداسي الثاني

السنة الجامعية: 1443-1444 هـ

2021-2022 م



عنوان الماستر: الدعوة والإعلام

السداسي: الأول

اسم الوحدة: الأساسية

اسم المادة: نظريات الإعلام والاتصال 2

الرصيد : 04

المعامل : 02

أهداف التعليم:

يتوقع أن يكون الطالب على دراية وفهم لدور وسائل الإعلام في المجتمع، ومدركا لأهمية نظريات الاتصال في فهم وظائف وسائل الإعلام في المجتمع.

المعارف المسبقة المطلوبة:

أن يكون الطالب قد استوعب النظريات التي درسها في السداسي الأول، وأن يميز بين افتراضات، وأصحاب هذه النظريات.

محتوى المادة:

أولاً: نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام

- 1- نظرية اجتياز المجتمع التقليدي
- 2- نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال مكلوهان
- 3- نظرية لولب الصمت (دوامة الصمت)
- 4- نظرية الحتمية القيمة للإعلام

ثانياً: نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام

- 1- نظرية ترتيب الأولويات أو نظرية وضع الأجندة
- 2- نظرية الغرس الثقافي أو (الإنماء الثقافي)
- 3- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
- 4- نظرية التأطير الإعلامي

ثالثاً: نظريات المعرفة من وسائل الإعلام

- 1- نظرية التماس المعلومات
- 2- نظرية الفجوة المعرفية
- 3- نظريات الإعلام الجديد.

طريقة التقييم: متواصل / امتحان



## مفردات مقياس نظريات الإعلام والاتصال 2

### المحور الأول: نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام

أولاً: نظرية اجتياز المجتمع التقليدي

ثانياً: نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال مكلوهان

ثالثاً: نظرية لولب الصمت (دوامة الصمت)

رابعاً: نظرية الحتمية القيمية للإعلام

### المحور الثاني: نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام

أولاً: نظرية ترتيب الأولويات أو نظرية وضع الأجندة

ثانياً: نظرية الغرس الثقافي أو (الإنماء الثقافي)

ثالثاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

### المحور الثالث: نظريات المعرفة من وسائل الإعلام

أولاً: نظرية التماس المعلومات

ثانياً: نظرية الفجوة المعرفية

ثالثاً: نظرية التأطير الإعلامي

### المحور الرابع: نظريات الإعلام الجديد

أولاً: تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباع على استخدامات الإنترنت

ثانياً: وضع الأجندة في الإعلام الجديد

ثالثاً: نظرية الرصاصة

رابعاً: نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية

خامساً: نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام

### المحور الأول: نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام

يرى بعض الباحثين أن لوسائل الاتصال الجماهيرية تأثيرات قوية خاصة على المستوى القومي، إذا ما تم استخدام هذه الوسائل

في إطار حملات إعلامية منظمة حسب المبادئ الأساسية للاتصال وتتمثل هذه المبادئ فيما يلي:

-إعادة الرسالة الإعلامية على مدى زمني معين (التكرار).

-التركيز على جمهور معين تستهدفه الرسالة الإعلامية.

-تحديد الأهداف بعناية لكي يقوم القائم بالاتصال بإنتاج رسائل منسجمة مع هذه الأهداف.



وعلى الرغم من أن نظريات التأثير القوي مازالت في حاجة إلى مزيد من الأدلة والدراسات الإمبريقية لإثباتها، إلا أن من الثابت أن قوة التأثير الإعلامي تعتمد على عدة متغيرات منها تحديد أهداف الرسالة بدقة، ومعرفة الجمهور المستهدف من حيث احتياجاته، ورغباته، وخصائصه الديموغرافية، وتوقيت تقديم الرسائل للجمهور، وكيفية التقديم، والمعوقات المحتملة وكيفية القضاء عليها لتحقيق الإقناع المطلوب<sup>(1)</sup>.

### أولاً: نظرية اجتياز المجتمع التقليدي

قدم هذه النظرية عالم الاجتماع الأمريكي دانيال ليرنر Daniel Lerner، في دراسته لدور وسائل الإعلام في التنمية القومية لاجتياز المجتمع التقليدي، وتقدم هذه النظرية تأثيرات محددة لدور وسائل الإعلام في الإقناع للتأثير على الأفكار، والاتجاهات والقيم، وكانت النظرية في مجملها حصيلة أبحاث أجريت على ست دول في الشرق الأوسط هي: تركيا، إيران، مصر، سوريا، لبنان، والأردن في مطلع الخمسينات من القرن العشرين.

والنموذج- كما قدمه ليرنر- يعتبر أن النسق الغربي في التحديث هو غربي من ناحية تاريخية فقط، ولكنه عالمي اجتماعياً، وهو يرى أن القواعد الأساسية للنموذج الغربي تظهر ثانية في جميع المجتمعات التي هي في طور التحديث في جميع القارات، بغض النظر عن العرق واللون والعقيدة، ولذا فإنه يعتبر أن امتداد النموذج الغربي في التحديث أساسي في التنمية للمجتمعات غير الغربية<sup>(2)</sup>. ويرى ليرنر أن عملية التحضر عملية عالمية، أي تحدث في جميع المجتمعات فالانتقال إلى المدن يزيد من نسبة المتعلمين، وزيادة نسبة المتعلمين كانت تعني زيادة نسبة من يتعرضون لوسائل الإعلام، وزيادة التعرض لوسائل الإعلام سارت موازية لاتساع نطاق المساهمة الاقتصادية (الدخل القومي)، والمساهمة السياسية (الانتخاب)، ذلك التسلسل في المجتمعات الغربية هو حقيقة تاريخية. ويشرح ليرنر مراحل التحديث الأربع على النحو التالي:

- 1- الانتقال من الريف إلى المدن يأتي في المرحلة الأولى، لأن المدن وحدها طورت المهارات والإمكانيات، التي تميز الاقتصاد الصناعي الحديث.
- 2- حينما تصل نسبة الذين يعيشون في المدن إلى 10٪، من السكان تزداد نسبة المتعلمين بشكل ملموس، لأن تطور التعليم بعد ارتفاع نسبة المقيمين في المدن إلى 10٪ تصبح اقتصادية، وترتفع نسبة المقيمين في المدن ونسبة المتعلمين سويًا حتى تصل إلى 25٪، وبعد ذلك تستمر نسبة التعليم في الارتفاع مستقلة عن نسبة المقيمين في المدن، وإذا قلت نسبة المتعلمين عن 15٪، يعتمد المجتمع أساساً على الاتصال الشخصي، ولكن حينما تزيد نسبة التعليم عن 25٪، تصبح أداة الاتصال الأساسية هي وسائل الاتصال الجماهيرية، والمرحلة التي تتراوح فيها نسبة المتعلمين ما بين 15٪ و 25٪ هي مرحلة الانتقال.
- 3- حين يتقدم المجتمع تكنولوجياً، ويتطور صناعياً، يستطيع أن يصدر صحفاً على نطاق واسع، وينشئ شبكات إذاعية، ودور عرض سينمائية، ويساعد هذا بالتالي على نشر التعليم.

(1)- حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 1، 1998، ص 269.

(2)- صالح خليل أبو إصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، ص 270.



4- حين يتطور المجتمع اقتصاديا، تزداد المساهمة السياسية للأفراد، والتي نلاحظها في جميع المجتمعات المتطورة، ويرى ليرنر أن الناخبين هم الذين يساهمون في الحياة العامة لمجتمعاتهم، بأن يكون لهم آراء في كثير من الشؤون العامة، في حين يكون من خصائص المجتمع التقليدي انزغال أفراده، وعدم اهتمامهم إلا بالأمر التي تتصل بشكل وثيق بحياتهم الخاصة<sup>(3)</sup>.

### • افتراضات النظرية:

تعتمد نظرية ليرنر لاجتياز المجتمع التقليدي على ثلاثة عناصر رئيسية هي:

أ- **التقمص الوجداني**: يرى ليرنر أن هناك خاصية سيكولوجية تصاحب العمليات الاجتماعية التي تظهر في التطور التاريخي، وهذه الخاصية هي مقدرة الأفراد على التخيل أو تصور أنفسهم في مواقف الآخرين، وحين يظهر عدد كبير من الأفراد القادرين على التقمص الوجداني في أحد المجتمعات، ندرك أن هذا المجتمع في سبيله إلى التطور السريع، فالتقمص الوجداني هو الخاصية التي تميز الإنسان الذي يتحرك في المجتمع المتطور، وهي مهارة لا غنى عنها للشعب الذي يريد التخلص من الحياة التقليدية<sup>(4)</sup>.

ب- **استخدام وسائل الإعلام لتحريك الناس**: يرى ليرنر أن وسائل الإعلام تلعب دورا كبيرا في دفع الناس وتحريكهم نحو التقمص الوجداني، حيث تقدم هذه الوسائل العديد من النماذج التي يمكن أن يتوحد معها جمهور المتلقين، ويحاولون إسقاط هذه النماذج على أنفسهم، وإدماجها في حياتهم الخاصة، ونتيجة لزيادة وسائل الإعلام وتغلغلها في حياة الأفراد، فإنها تسرع من عملية التقمص الوجداني الذي يميز الأفراد في المجتمعات المتحضرة.

ج- **نظام التحديث**: يؤكد ليرنر على دور وسائل الإعلام في تعبئة الجماهير وتوجيههم في المجالات المختلفة، ويرى أن الأفراد الذي يعيشون معا في نظام سياسي واحد يطورون طرقا لتوزيع المعلومات جنبا إلى جنب مع السلع الأخرى، وتتدفق هذه المعلومات بشكل تفاعلي مع توزيع السلطة والثروة والوضع الاجتماعي، لتشكل نظاما متناسقة بإحكام، ويعد نظام الاتصال مؤشرا للتغيير في النظام الاجتماعي الشامل<sup>(5)</sup>.

### • الانتقادات التي واجهت النظرية:

واجه نموذج ليرنر لاجتياز المجتمعات التقليدية العديد من الانتقادات لخصتها "جيهان رشتي" على النحو التالي:

- 1- إن التطور الاقتصادي ووسائل المواصلات أنهى عزلة القرى، وتغلب على حاجز الأمية، فلم يعد من الضروري أن يقيم 10% من السكان في المدن لكي يحدث التطور.
- 2- إن التحرك النفساني يسبق قدرات الدول، مما جعل الاعتقاد بتلقائية التطور أو مروره بمراحل ثابتة غير دقيق.
- 3- ظهرت نماذج جديدة للتطور أسرع من النموذج الغربي التدريجي.

(3)- جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، دت، ص ص 34، 37.

(4)- حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 272.

(5)- المرجع نفسه، ص 273.



4-أدى التطور التكنولوجي إلى انتشار التصنيع على نطاق واسع، وتغلغل وسائل الإعلام في المجتمعات، مما جعل إمكانية التغيير تصبح أكثر سرعة.

5-إن التغيير الاقتصادي السريع يمكن أن يحدث بشكل أفضل في ظل أنظمة سياسية غير ديمقراطية.

6-إن وسائل الإعلام الحديثة جعلت التغيير الثقافي والاندماج الاجتماعي سريعا وسهلا، وجعلت الطبيعة البشرية أكثر استعدادا للتغيير<sup>(6)</sup>.

### ثانيا: نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال مكلوهان

ترجع أصول هذه النظرية إلى أعمال "هارولد إينيس" و"مارشال مكلوهان"، الذين أعطيا في أعمالهما دورا رئيسيا للوسائل في عملية الاتصال، بل وحتى في تنظيم المجتمع كله، ولقد ركزا في تحليلهما على التكنولوجيا المستعملة في وسيلة الاتصال المسيطرة في كل مرحلة تاريخية معينة<sup>(7)</sup>.

ولم يخف مارشال مكلوهان Marshal Macluhan (1911-1980)، فضل زميله في جامعة تورونتو "هارولد إينيس Harold Innis" عليه، حيث كتب في مؤلفه المعنون "كوكب غوتنبرغ" la galaxie gutenbergl : "إن هارولد إينيس هو أول شخص عالج سيرورة التغيير الكامن ضمنا في الأشكال التكنولوجية ذاتها، إن كتابي لا يعتبر سوى إحالة في أسفل الصفحات مقارنة بأعماله"<sup>(8)</sup>.

وبشكل عام هناك أسلوبان أو طريقتان للنظر إلى وسائل الإعلام، من حيث:

-أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه.

-أو أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.

فإذا نظرنا إليها على أنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم، فنحن نهتم أكثر بمضمونها، وطريقة استخدامها والهدف من ذلك الاستخدام، وإذا نظرنا إليها كجزء من العملية التكنولوجية التي يحتمل أن تغير وجه المجتمع كله شأنه في ذلك شأن التطورات الفنية الأخرى، فنحن حينئذ نهتم بتأثيرها بصرف النظر عن مضمونها<sup>(9)</sup>.

### • افتراضات النظرية:

تعتمد هذه النظرية على ثلاثة افتراضات أساسية نعرض لها على النحو الآتي:

### 1-وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان:

(6)-جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 58، 59.

(7)-فضيل دليو: وسائل الاتصال وتكنولوجياته، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، ص 22-23.

(8)-أرمان وميشال ماتيلار: تاريخ نظريات الاتصال، ت: نصر الدين لعياضي وصادق رابح، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ط1، ص 194.

(9)-جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 371.





يرى مكلوهان أن الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة، ذات صلة وثيقة بنوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة.

وأن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية نفسها، فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات، والجمهور الذي توجه له رسالتها يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل، ولكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال، فحينما ينظر مكلوهان إلى التاريخ يأخذ موقفاً نستطيع أن نسميه **بالحتمية التكنولوجية**<sup>(10)</sup>، أي أن المخترعات والوسائل التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر على تكوين المجتمعات.

ويشير مكلوهان إلى أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشعوب، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، وإنما في الحواس الإنسانية أيضاً، وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات، فأى وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان، تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه، فكاميرا التلفزيون تمد أعيننا، والميكروفون يمد أسماعنا، والآلات الحاسبة توفر الجهد العقلي وتؤدي إلى امتداد الوعي<sup>(11)</sup>.

ومن الناحية السياسية يرى مكلوهان أن وسائل الإعلام الجديدة تحول العالم إلى قرية عالمية **Global Village**، تتصل في إطارها جميع أنحاء العالم ببعضها مباشرة.

ويعرض مكلوهان أربع مراحل تعكس في رأيه تطور التاريخ الإنساني:

- 1- المرحلة الشفوية: التي تعتمد كلية على الاتصال الشفهي، مرحلة ما قبل التعلم أي المرحلة القبلية.
- 2- مرحلة الكتابة: التي ظهرت في اليونان القديمة واستمرت نحو ألفي عام.
- 3- عصر الطباعة: من سنة 1500 إلى سنة 1900 تقريباً.
- 4- عصر وسائل الإعلام الإلكترونية: من سنة 1900 تقريباً حتى الوقت الحالي.

وباختصار يدعي مكلوهان أن التغيير الأساسي في التطور الحضاري منذ أن تعلم الإنسان أن يتصل كان من الاتصال الشفهي، إلى الاتصال السطري ثم إلى الاتصال الشفهي مرة أخرى، ولكن بينما استغرق التغيير من الشفهي إلى السطري قروناً، تم الرجوع أو التحول مرة أخرى إلى الشفهي في حياة الفرد الواحد<sup>(12)</sup>.

ويرى مكلوهان أن وسائل الاتصال الإلكترونية غيرت في توزيع الإدراك الحسي، أو كما يسميها "نسب استخدام الحواس"، فامتداد أي حاسة يعدل من طريقة تفكيرنا وتصرفاتنا وإدراكنا للعالم من حولنا، ومن الناحية السياسية يرى مكلوهان أن وسائل

(10)- محمد جاسم فلحي الموسوي: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، موقع الأكاديمية العربية المفتوحة [www.ao-academy.org](http://www.ao-academy.org).

(11)- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 275.

(12)- محمد جاسم فلحي الموسوي: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، مرجع سابق.





الإعلام الإلكترونية حولت العالم إلى قرية عالمية، تتصل جميع أجزائها بعضها ببعض، وتحث تلك الوسائل على العودة للحياة القبلية<sup>(13)</sup>.

## 2- وسائل الاتصال الساخنة ووسائل الاتصال الباردة:

ابتكر "مكلوهان" مصطلحات "الساخن" و"البارد" ليصف بناء وسيلة الاتصال، أو التجربة التي يتم نقلها، وكلمة "بارد" تستخدم في وقتنا الحاضر لتعني ما ألفنا على أن نطلق عليه كلمة "ساخن" في الماضي ويهتم مكلوهان بالقدرة على التخيل الذي يعتبر محور فكرته عن الساخن والبارد، فالوسيلة الساخنة هي الوسيلة التي لا تحافظ على استخدام التوازن في الحواس، أو الوسيلة التي تقدم المعنى مصطنعا وجاهزا، مما يقلل احتياج الفرد للخيال، أما الوسيلة الباردة فهي التي تحافظ على التوازن وتثير خيال الفرد باستمرار. ويرى مكلوهان أن الوسائل المطبوعة والراديو ووسائل ساخنة، لأن كل منها تعتمد على استخدام حاسة واحدة فقط ولا تحتاج سوى لقدر بسيط من الخيال في حين يرى السينما والتلفزيون من الوسائل الباردة التي تحتاج إلى ممارسة جهد كبير في التخيل من جانب المشاهدين.

بهذا المعنى يمكن القول أن الآلية الذاتية باردة، في حين أن الوسائل الميكانيكية ساخنة، والشخص التقليدي ساخن، في حين أن الشخص المتطور بارد<sup>(14)</sup>.

## 3- الوسيلة هي الرسالة:

بمعنى أن طبيعة كل وسيلة، وليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات، ويرى مكلوهان أن الرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه، كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع، فالمضمون غير مهم، وأن المهم هو التي تنقل المحتوى، ويشير "مكلوهان" إلى أن لكل وسيلة جمهورا من الناس الذين يفوق حبههم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها، بمعنى آخر.. التلفزيون كوسيلة هو محور لاهتمام كبير، فكما يجب الناس القراءة من أجل الاستمتاع بتجربة المطبوع، فإنهم يحبون التلفزيون بسبب الشاشة التي تعرض الصور والصوت والحركة والألوان.

ويقترح "مكلوهان" أن بناء الوسيلة ذاتها مسؤول عن نواحي القصور فيها، ومسؤول عن مقدرتها في توصيل المضمون، فهناك مثلا وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة، فمشاهدة مباراة في كرة القدم أفضل في التلفزيون عنها في الراديو أو الجريدة، ومباراة كرة القدم الرديئة على الشاشة أكثر إثارة من مباراة عظيمة تذاع بالراديو، وعلى خلاف ذلك فإن مطالعة أخبار الجرائم في الصحف أكثر إثارة عنها في التلفزيون، ويبدو أن لكل وسيلة خصائص خاصة بها تجعلها الأفضل في إثارة موضوعات معينة<sup>(15)</sup>. ويمكن القول أن هذه الأنشطة هي بطريقة ما "المحتوى" من الضوء الكهربائي، حيث لا يمكن أن توجد بدون مصباح كهربائي، هذه الحقيقة تؤكد فقط على النقطة التي مفادها أن "الوسيط هو الرسالة"، لأن الوسيط هو الذي يشكل ويتحكم في حجم وشكل

(13)- جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 379.

(14)- حسن عماد مكاوي ويلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 277.

(15)- المرجع نفسه، ص ص 384، 389.



الارتباط، والعمل البشري، المحتوى أو الاستخدامات مثل هذه الوسائط، متنوعة بقدر ما هي غير فعالة في تشكيل شكل الارتباط البشري، في الواقع أن المحتوى لأي وسيط يعمينا عن شخصية الوسيط<sup>(16)</sup>.

ولم يكن مارشال ماكلوهان وحده الذي اكتفى بالتمجيد التكنولوجي بل تبعه مفكرون آخرون خاصة فيما يتعلق بالتكنولوجيا الخائلية حيث يرى هؤلاء أن تكنولوجيا المعلومات لها قدرة توليد خائلي هائلة، والتي تعود بدورها إلى قدرتها على التجريد والمحاكاة والتمثيل الرمزي، علاوة على ما توفره من إمكانات هائلة للتفاعل آليا مع الواقع أو ما يحاكيه أو يماثله من نظم ونماذج... فالأنترنت تمثل فضاء عاما تسكنه خائليات عدة، جماعات خائلية Virtual communities، تتألف وتتألف عن بعد، وتجارة إلكترونية خائلية للبيع والشراء عن بعد، ومعارض خائلية لبيع الكتب تقتنى المطبوعات منها، ومكتبات رقمية خائلية digital libraries Virtual، تجمع فيها الوثائق الإلكترونية وهكذا...، والملاحظ أن هذا التمجيد ينطلق من الإيجابيات المطلقة لمثل هذا النوع من التكنولوجيا، ويتناسى العديد من الآثار السلبية<sup>(17)</sup>.

### • الانتقادات التي واجهت النظرية:

يرى "ريتشارد بلاك" أن مقولة ماكلوهان عن "القرية العالمية" لم تعد تناسب العصر، وخاصة مع تزايد استخدام هذا المصطلح من جانب العديد من الباحثين والمنظرين والمنظمات الدولية والإقليمية.

ويضيف "بلاك" أن التطور التكنولوجي الذي استند إليه ماكلوهان عند وصفه للقرية العالمية، استمر في مزيد من التطور مما أدى إلى تحطيم هذه القرية العالمية وتحويلها إلى شظايا، وأن العالم الآن أقرب ما يكون إلى شكل البناية الضخمة التي تضم عشرات الشقق السكنية، ولكن كل ساكن يعيش في عزلة، ولا يدري شيئا عن جيرانه الذين يعيشون معه في نفس البناية.

وبدلا من أن يحدث الاندماج الثقافي بين الشعوب ليتحول العالم إلى قرية كونية- كما زعم ماكلوهان- نجد أنفسنا مستقطبين إلى آلاف المقاطعات المنعزلة، يستخدم كل فرد وسيلته الخاصة، ويطور اللغة التي تناسبه، وبالتالي تزداد الفروق والتمايز بين الأفراد بدلا من ترسيخ التماسك والدمج في أمة واحدة<sup>(18)</sup>.

يقول الأستاذ الدكتور نصر الدين لعياضي أن هناك أكثر من حاجة ملحة لإعادة النظر في موقع ماكلوهان في الدرس الإعلامي في المنطقة العربية، وذلك بالفصل بوضوح بين ما قاله ماكلوهان وبين ما نفكر فيه عن ماكلوهان تجنبا لتشويه أفكاره ومن أجل عقلة تأويلها، وإلى دفع هذا الدرس ليشمل كتابات الكُتّاب العرب سواء تلك التي استلهمت أفكارها من أطروحات ماكلوهان

(16) -Marshall McLuhan: **Understanding Media- The Extensions of Man**، The MIT Press، Cambridge، Massachusetts، London، England، 1994 ،p 33.

(17) -جمال العيفة: **الثقافة الجماهيرية-عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال لقوى السوق**-منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، ط1، 2003، ص 69.

(18) -حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، مرجع سابق، ص 279.



أو عارضتها، ويتطلب هذا الدرس الاستعانة بالكتّاب الذين أسهموا في إعادة قراءة مؤلفات ماكلوهان في البيئة الرقمية، فليس من المعقول أن تظل مرجعيته لفهم ماكلوهان تقتصر على كتاب جيهان رشتي الذي صدر في نهاية سبعينات القرن الماضي.<sup>(19)</sup>

ثانيا: نظرية الحتمية القيمية الإعلامية

التعريف بصاحب النظرية

ولد عزي عبد الرحمان عام 1954 بقرية بني ورثيلان، وانتقل إلى البليدة حيث درس في ثانوية عمر بن الخطاب، حصل بعدها على شهادة الليسانس في الصحافة عام 1977 من جامعة الجزائر. وتأتي مرحلة سفره إلى أمريكا فيما بين 1977 إلى غاية 1985 دارسا وأستاذا بإحدى جامعاتها بمثابة الحافز الذي سجل حضور نظريته الحتمية القيمية للإعلام أو كما يسميها هو مجازيا بالحتمية النظرية القيمية، حيث أحدث هذا السفر صدمة استفاقة لديه للنهل من المنابع الغربية ومن مختلف مدارسها وخاصة الاجتماعية منها التي تنبع من منابع الفكر الفلسفي الغربي، هذا النهل سيكون له الواقع الإبتيمولوجي في تكون نظرية "الحتمية القيمية للإعلام" لديه حيث بدأت رحلته إلى هذه النظرية بقراءاته المتأنية لنظريات الاتصال السائدة آنذاك.

مؤلفاته

- قراءات في نظرية الاتصال من إصدار مركز دراسات الوحدة العربية
  - الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية والإسلامية، من إصدار الدار المتوسطة للنشر و مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم
  - حفريات في الفكر الإعلامي القيمي: مالك بن نبي، الوثيلاني، النورسي، صن تسو، من إصدار الدار المتوسطة للنشر
  - منهجية الحتمية القيمية في الإعلام ومقياس ع،س، ن للإعلام والقيم من إصدار الدار المتوسطة للنشر.
- وصدرت ثلاث كتب عن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من إسهام عدة أساتذة وطلبة دراسات عليا- كما عقد أربع مؤتمرات وطنية ودولية بن حول تلك النظرية بجامعة الأمير عبد القادر بقسنطينة وجامعة مستغانم.\*

افتراضات النظرية

تنطلق النظرية من افتراض يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تنبع أساسا من المعتقد. ولذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا.

<sup>(19)</sup>-نصر الدين لعباضي: التفكير مع ماكلوهان ضد الماكلوهانية في عصر الميديا الرقمية، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 06 ديسمبر 2021، <https://studies.aljazeera.net>، تاريخ الزيارة: 2022/02/15.



وبالمقابل، يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر<sup>(20)</sup>.

## مفاهيم النظرية

كما يجب أن نشير إلى أن الدكتور عبد الرحمن عزي قدم مفاهيم جديدة من خلال نظريته خلافا لبعض المفاهيم التي سادت في النظريات الغربية، ومن بين تلك المفاهيم السالب والموجب، المخيال الإعلامي كبديل للرأي العام، والزمن الإعلامي، والرأسمال الإعلامي الرمزي، والتموضع والخيال "والتمعقل" (من استخدام العقل) وفعل السمع والبصر، والبنية القيمية، الأنظمة المخيالية... وغيرها كثير.

\* مفهوم التمعقل : أي استعمال العقل بحثا عن الحقيقة بغية الوصول إلى اليقين .

\* مفهوم التمثيل : أي استعمال الخيال لإعادة تصور الواقع للوصول إلى أفضل الحالات

\* مفهوم الخيال : أي السعي للوصول إلى الحقيقة المطلقة المرتبطة بالمعتقد

\* مفهوم التموضع : أي الوضع غير السوي الذي يسعى الإنسان إلى تغييره نحو الأفضل عن طريق التمعقل .

\* مفهوم الرأسمال الرمزي: ينتمي الإعلام إلى المجال الرمزي الذي يعبر عن الواقع باللغة والصورة والصوت (فالإعلام ليس هو الواقع وإنما يعبر عن هذا الواقع).

\* المخيال الإعلامي : والذي يسميه الأستاذ نصير بوعلي " الوجدان الجمعي " وهو الحالة التي تتضمن المشاعر النفسية والاجتماعية التي تتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور من محتويات وسائل الإعلام من جهة وبفعل ما يحمله من مخزون ثقافي من جهة أخرى .

\* مفهوم الحتمية : يرى عزي عبد الرحمان أن الحتمية " هي عملية اعتماد متغير واحد في تفسير الظواهر من دون المتغيرات الأخرى " هذا ليس معناه إهمال المتغيرات الأخرى التي لها علاقة بالعملية الإعلامية وإنما يوجد متغير حاسم يعتمد عليه في تفسير الظواهر الإعلامية .

ويعد مفهوم "المخيال الإعلامي" من المفاهيم الأساسية في الحتمية القيمية الذي يسميه الدكتور نصير بوعلي "الوجدان الجمعي" أو الرأي العام الذي قسمه إلى نوعين هما، المخيال الإعلامي المجسد والمجرد، فالأول يتأثر سلبيا بالظاهرة الاتصالية والذاكرة الجماعية المشوهة بفعل الاستعمار وعوامل الانحطاط والتخلف في العالم العربي والإسلامي والدول النامية. أما المخيال

\* يمكن زيارة موقع نظرية الحتمية القيمية في الإعلام للاستزادة عن صاحب النظرية، وكل ما يتعلق بالنظرية منذ بدايتها إلى يومنا هذا  
(<https://valuemediadtheory.wordpress.com>)

ص ص م، 2009 الحكمة، نوفمبر كنوز مؤسسة العدد الثاني، الحكمة، كنوز مجلة بنيوية، مقارنة نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ؛ مفاتيح : بوعلي - نصير<sup>20</sup>  
.149، 144



الإعلامي مجرد (المقصد والغاية) فهو يوظف الظاهرة الاتصالية ويجعلها مجاورة ومتفاعلة مع الذاكرة ليكون عنصرا مؤثرا في المجتمع مستقبلا (21).

إن مفهوم الرأي العام حسب تحليل عززي عبد الرحمن ليس فيه الكثير من تراث الأنا على اعتبار أنه ارتبط تاريخيا بتجربة المجتمع الغربي ابتداء من الفترة المسماة فترة النهضة في أوروبا أواخر القرن 15 م، ويعيد البروفيسور عززي عبد الرحمن صياغة مفهوم الرأي العام من جديد، وصياغته تأخذ بعين الاعتبار المبني والمعنى في نفس الوقت، وذلك بعد دراسته بالمقارنة مع عدد من المفاهيم المقترنة بتطور فكر الحضارة العربية الإسلامية كمثل مفهومي "العصبية" و"الشورى" (22).

### مكونات العملية الاتصالية عند صاحب النظرية

الظاهرة الإعلامية عند مفكرنا تتألف من سبعة مركبات متداخلة بنويها هي :

المرسل والرسالة والجمهور والأثر وتعود هذه للاسويل، والوسيلة تعود لماكلوهان، والنظام الاجتماعي والبعد الحضاري وهي ذات نزعة قيمية، فهي من إسهامات عبد الرحمن عززي

والإعلام عنده يجب أن يكون دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمو (23).

وإذا كانت نظرية مارشال ماكلوهان قد تطرقت إلى تكنولوجيا وسائل الإعلام وتأثيرها على المجتمعات فوسائل الإعلام عنده إما هي وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم أو أنها جزء من التطور التكنولوجي، بينما نظرية الحتمية القيمة تهتم أكثر بمضمونها وطريقة استخدامها والهدف من ذلك الاستخدام، كما ترى هذه النظرية الجديدة أن وسائل الإعلام جزء من العملية التكنولوجية التي غيرت وجه المجتمع، وعليه فهي تهتم بتأثيرها بغض النظر عن مضمونها. وحينما ينظر ماكلوهان إلى التاريخ يأخذ موقفا نستطيع أن نسميه الحتمية التكنولوجية.

وبينما كان كارل ماركس يؤمن بالحتمية الاقتصادية وبأن التنظيم الاقتصادي للمجتمع يشكل جانبا أساسيا من جوانب حياته، يؤمن عززي عبد الرحمن أن كل شيء تحكمه القيم حتى المخترعات التكنولوجية المهمة.

لقد انتقل عززي من مرحلة التنظير لما ينبغي أن يكون إلى مرحلة وضع الأسس النظرية بناء على ما هو كائن، فلا بد من تأطير الإعلام بما يتفق وطبيعة المجتمع. كما حدد مجال البحث، وهو المجال الفكري لأن الاختلالات الموجودة اليوم في العلم

ص ص 35-36. م، الإعلام والقيم-قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عززي، دار الهدى، عين مليلة، ط1، 2005: بوعلي -نصير<sup>21</sup>

(22)-نصير بوعلي وآخرون: قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، منشورات مكتبة إقرأ، قسنطينة، الجزائر، ط1، 2009، ص 139.

(23)-عبد الرحمن عززي وآخرون: حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر العاصمة، ط1، 2010، ص ص



والمعرفة في الجانب النظري وعليه، فالصراع في ميدان الفكر قبل أن يبرز على مستوى الجسد، فهو مجرد قبل أن يصبح جسداً(24).

## جديد النظرية

من بين الإضافات المهمة التي أتت بها نظرية الحتمية القيمية، هي تلك المتعلقة بالتأثير الذي تمارسه وسائل الإعلام على الجمهور، فالنظريات الإعلامية الإمبريقية السابقة كالتأثير على مرحلتين والاستعمالات والإشباع، والحقنة تحت الجلدية... الخ، تفيد في تفسير الجوانب الجزئية فقط في علوم الإعلام والاتصال ولكنها لا تتضمن أبعاداً فلسفية واضحة، ولعل هذا النقص هو الذي أدى بعزي عبد الرحمن إلى القول بأن: التأثير لا يتم دون مرجعية تربط محتويات هذه الوسائل بالقيم، حيث يكون التأثير إيجابياً إذا وسائل الاتصال وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابياً، وبالمقابل يكون التأثير إذا كانت محتويات وسائل الاتصال لا تتقيد بأية قيمة، أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر، فالجديد في نظرية عززي عبد الرحمن هو تقسيمه للتأثير إلى إيجابي وسلبي على غرار ما هو معروف في الدراسات الإمبريقية من تأثيرات كامنة وأخرى ظاهرة، تأثيرات مباشرة وأخرى غير مباشرة، تأثيرات المدى البعيد وتأثيرات المدى القصير.. الخ(25)

## مفاتيح نظرية الحتمية القيمية في الإعلام

1- نظرية الحتمية القيمية في الإعلام كبنية تتضمن عناصر البناء التالية:

أ- علوم الإعلام والاتصال كمادة خام

ب- الفكر الاجتماعي المعاصر في القرن العشرين كمادة مستوردة

ج- التراث العربي الإسلامي على سبيل الاجتهاد وليس النقل كمادة محلية

د- القرآن الكريم بمثابة الإسمنت الذي يمسك النظرية بإحكام.

2- أسبقية النظرية ككل على الأجزاء :

(24)-عبد العالي زواغي: هل نظرية الجزائري عبد الرحمن عززي هي البديل.. حاجتنا إلى إعلام قيمي في ظل أزمة الإعلام المعاصر، **socioalger**، تاريخ النشر:

2012/05/30، تاريخ الزيارة: 2012/08/30.

<https://sites.google.com/site/socioalger1/lm-alajtma/mwady-amte/hajtna>.

(25)- عبد الرحمان عززي: دراسات في نظرية الاتصال- نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، السلسلة رقم 28، بيروت، لبنان، 2003، ص ص



فنظرية الحتمية القيمية في الإعلام هي ذلك الكل المركب من دراسات وأبحاث نظرية لعبد الرحمن عزي، ويستحيل فهمها ما لم يكن هناك إلمام بعدد معتبر من دراساته التي تزيد عن خمسين دراسة تنطلق كلها تقريبا من إشكالية واحدة هي كيفية فهم الظاهرة الاتصالية والإعلامية فهما قيما وحضاريا.

3- أسبقية العلاقة على الأجزاء أو القيمة المحددة لها: تتضح هذه النظرية أكثر عند إمعاننا النظر في العلاقة التي تحكم دراسات عزي عبد الرحمن، لأن ذلك سيقود إلى التغلغل في الدواخل وتوليد المعاني العميقة للنظرية، وتعتبر القيمة هي الحلقة أو العلاقة بنيويا التي تمسك أبحاث المفكر وتجعلها إسقاطات لا تتحرك إلا ضمن دائرة النظرية.

4- عناصر نظرية الحتمية القيمية لا تحمل أي معنى إلا في إطار السياق العام:

أي يجب استحضار العوامل الاجتماعية والثقافية والحضارية والتاريخية التي ساعدت على تبلور هذه النظرية<sup>(26)</sup>.

### خلاصة

وإجمالا، فإنه يمكن القول بأن نظرية الحتمية القيمة في الإعلام جمعت من الخصائص والركائز ما يجعلها نظرية قائمة بذاتها وتحمل بداخلها بذور الانتشار والتوسع عالميا لامتلاكها الأدوات والمنهجية التي تتيح ذلك، فهي ليست خاصة بالمجتمع الإسلامي وحده، وهذا مرده إلى أن هذه النظرية ترى بأن القيمة هي المحرك في التطور الحضاري لأي مجتمع، وبما أن الإعلام خطاب قيمى، فنظرية البروفيسور عبد الرحمن عزي تعد المخرج الأمثل لمأزق الإعلام العالمي وجمهوره، الذي بات يتخبط في الإسفاف والفساد والانحلال، ويساهم بشكل كبير في تمييع أخلاق المجتمعات وهدم القيم الفاضلة، فهذه النظرية تسعى إلى التعبير عن الذات والتميز الثقافي لأي ثقافة عالمية، لذلك من الممكن الاعتماد عليها في دراسة الاتصال بغض النظر عن طبيعة الثقافة أو مستواها.

هذه النظرية تضرب بجذورها في عمق ثقافتنا وقيم ديننا التي يحاول الإعلام الإسلامي تأسيس ركائزه عليها، خلافا للواقع الملوث الذي يعيش فيه الإعلام العربي بشكل عام، واشتمال مضامينه ومحتوياته ورسائله الإعلامية على الكثير من التجاوزات غير الأخلاقية، حيث يمارس هذا الإعلام تأثيراً سلبيا واعتداءً ممنهجاً على منظومة الأخلاق العربية الإسلامية، ويساهم بشكل محسوس في تسطيح اهتمامات الإنسان العربي وإعاقة نموه الثقافي والاجتماعي والسياسي، إضافة إلى تغييره عن واقعه<sup>(27)</sup>.

### الانتقادات الموجهة لنظرية الحتمية القيمية

وردت إلى الأستاذ عبد الرحمن عزي مجموعة من الأسئلة تشارك في موضوع: ما هي أبرز الانتقادات الموجهة لنظرية الحتمية

القيمية في الإعلام؟ فقسّمها إلى نقد من الخارج ونقد من الداخل كما يلي:

ص ص 144، 149. مرجع سابق، بنيوية، مقارنة الإعلام؛ الحتمية القيمية في نظرية مفاتيح: بوعلى - نصير<sup>26</sup>

<sup>(27)</sup>-عبد العالي زواغي: هل نظرية الجزائري عبد الرحمن عزي هي البديل.. حاجتنا إلى إعلام قيمى في ظل أزمة الإعلام المعاصر، مرجع سابق.





## أولاً: النقد من الخارج (من خارج النظرية)

وهو من صنف "من جهل شيئاً عداه" أي نقد ليس مبنيًا على قراءة تذكر لنصوص النظرية كالقول أن هذه ليست نظرية أو أن هذا الطرح غير مقبول أو غير مجدي أو غير ملائم أو لا أرغب فيه أو أكرهه وما شابه، وهذا النقد لا يحتاج إلى الرد لأن صاحبه يجهل الموضوع أو قد يحمل سوء نية مسبقة قائمة على الرفض من أجل الرفض أو عدم التسامح مع من يحمل أفكارًا مغايرة أو قد يكون بدوافع أيديولوجية أو تكون من حالة نفسية مرضية (بفتح الراء) وما شابه، الخ.

ومن المعروف أكاديميًا أن النقد بالمطلق ليس له قيمة معرفية وإنما النقد يكون في العلاقة مع فكرة محددة وفي السياق الذي وردت فيه بناءً على قراءة متأنية ونزيهة. والحاصل أن قيم النقد وأدب الحوار عندنا ليست متطورة وشروطه غير متوفرة كثيرًا ومنها: أن يكون النقد أخلاقيًا، أي

(أ) يكون مبنيًا على قراءة ومعرفة كافية بالموضوع محل النقد. وفي الآية الكريمة: "ولا تقف ما ليس لك له علم."

(ب) أن يكون أمينًا في تلك القراءة وليس من نوع "تحريف الكلم عن مواضعه."

(ج) أن يكون بنائياً، أي يسهم في بناء المعرفة وتطويرها وليس من نوع الذي يسعى إلى "الهدم" ومن باب "خالف تعرف" دون تقديم البديل.

(د) أن يكون نزيهاً، بأن يهدف إلى إثراء المعرفة وليس الإساءة إلى الآخر أو تحقيق مآرب شخصية..

والنقد في مجمله أمر سهل، إذ يمكن لأي شخص أن ينتقد أي شيء. أما البناء فلا يقدر عليه إلا القلة. فإذا كثرت النقد قل البناء. وبالطبع فإن النقد البناء مطلوب ومشروع. (28).

## ثانياً: النقد من الداخل (من داخل النظرية)

وهو من الذين قرؤوا نصوص النظرية أو أغلبها و تبنت لهم جوانب قاصرة أو غير بينة في النظرية فكانت إسهاماتهم وتساؤلاتهم متميزة ومن زاوية أكاديمية بنائية إن صح هذا التعبير. ويدخل في ذلك ملاحظات "شفوية" أو "مكتوبة" من طرف باحثين وكتاب أمثال د. السعيد بومعيزة، د. نصير بوعلي ، د. زهير إحدادن، د. محمود قالدندر، د. أحمد عبدلي د. علي قسايسية، د. رقية بوسنان وأ. محمد عبد الكريم وأ. باديس لونيس وآخرين (انظر مثلاً مدونة الأستاذ باديس لونيس التي فتحت قبل فترة نقاشاً حول النظرية). ونذكر من هذه الانتقادات:

■ أن تسمية "الحتمية" جبرية وتقلل من حرية تناول المواضيع بكيفيات "مغايرة". وقد أجاب د. نصير بوعلي بإسهاب على هذه النقطة ووضح ذلك أيضاً. عبد الله قاسم. ويمكن أن نضيف بالقول أن الحتمية تعني اعتبار القيمة المحرك الأساس في

موقع نظرية الحتمية الإعلامية ما هي أبرز الانتقادات الموجهة لنظرية الحتمية القيمة في الإعلام ، -عزي عبد الرحمن 28



فهم الظاهرة الإعلامية بمكوناتها (المرسل، الرسالة، الوسيلة، المتلقي) وتأثيراتها على البنيات الاجتماعية والثقافية في سياق حضاري معين. فالمرسل يحتاج إلى "خلفية و"تكوين "قيمي أخلاقي" حتى تكون ممارسته الإعلامية قيمة أخلاقية، فكل قرار يتخذه المرسل أو المؤسسة الإعلامية في مقاربة الواقع في أصله قرار ذو طبيعة قيمة أخلاقية. أما الرسالة فأصلها كلمة قيمة: "الم تركيب ضرب الله مثلا كلمة طيبة كشجرة طيبة أصلها ثابت وفرعها في السماء." والمتلقي يتفاعل نظريا - وعندما يكون واقعه سويا - بناء على مرجعية قيمة أخلاقية. ويكون تأثير الإعلام على المكون الاجتماعي الثقافي بناء على أثر تلك الوسائل على النظام الأخلاقي والحضاري ككل.

- أن أهمية هذه التسمية تكمن في لفت الانتباه إلى متغير أساس مستقل (القيمة) وبدون هذه التسمية تتحول القيمة إلى متغير إضافي أو تابع، فالواقع من يحتاج إلى الارتقاء للقيمة حتما وبالضرورة، ولا تخضع القيمة إلى تشوهات الواقع. فالقيمة تتجاوز حدود الزمان والجغرافيا، أي أنها مستقلة على المتغيرات الظرفية وتتخذ أبعادا إنسانية "عالمية" مثلما أسلفنا. (29).
- ولو دققنا في النظريات الكبرى من نوع (macro) فإن أغلبها يحمل نزعة حتمية أي يركز على متغير ثقيل (وهو ما يميزها) مثلما شرح ذلك د. نصير بوعلي. فالظاهراتية مثلا تركز بالأساس على المعاني الذاتية التي يحملها الفرد حول تجربته، أي حتمية ذاتية إن صح هذا التعبير ولا تنشغل كثيرا بالمتغيرات الأخرى، والنقدية تركز بالأساس على البنية الاقتصادية، أي حتمية اقتصادية. ويندر أن تجد نظرية تتعامل مع كل المتغيرات بالتساوي وإلا لم تعد نظرية وإنما عملية جمع و صف وتكديس، وذلك أمر سهل في تناول الخاصة والعامة...

إن الواقع معقد ويصعب معالجته بمتغير واحد. يمكن القول أن الواقع ليس معقدا وإنما مركبا، فهناك مستويات من التحليل لأي ظاهرة، فلو اتخذنا منهجا استقرائيا (inductive) بدأنا بالجزء (الملوس والمحسوس) وهو الافتراض الأساس في المنهج الإمبريقي (الذي فقد الكثير من المصدقية في العلوم الإنسانية) ثم يأتي المستوى العقلي (العقل) في التفسير والتحليل والمقارنة وأخيرا يأتي مستوى القيمة المرجعية، أي المجال القيمي الأخلاقي والروحي المستمد من الدين في هذه الحالة. ويكون هذا المستوى الأخير المتغير الأساس والثقل. ولو اتخذنا منهجا استنباطيا (deductive) بقينا في نفس الطرح وقلنا المعادلة فقط. فالقيمة تعلق في تفسير الظواهر (ولا يعلى عليها). وتأتي المتغيرات الأخرى مكملة وتابعة وظرفية ومؤقتة إلى حين.

ولو فرضنا أن الواقع معقد، فإن القيمة سبقت الواقع فتصبح المرجع في تفسير هذا التعقد. وهذا المعنى نقرأه في الآية الكريمة "ولا يكونوا كالذين أوتوا الكتاب من قبل فطال عليهم الأمد فقست قلوبهم." أي أن قساوة قلوبهم من أنفسهم وتعقدها (إن صح هذا التعبير) إنما من ابتعادهم عن القيمة وليس لمتغيرات أخرى إضافية قد تكون حاضرة كأن يكون هؤلاء قد انغمسوا في قضايا الحياة الدنيا أو شغلهم أمواهم (البعد الاقتصادي) وأهليهم (البعد الاجتماعي)، الخ.

(-المرجع نفسه. 29)



■ أما أسباب النظرية وأهدافها فهي مذكورة في تقديم كتابنا "دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز" وكتابنا "نظرية الحتمية القيمة في الإعلام"<sup>(30)</sup>.

### ثالثا: نظرية لولب الصمت (دوامة الصمت)

تعد هذه النظرية واحدة من النظريات التي تؤكد على قوة وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، وهي تهتم بالإضافة إلى النظريتين السابقتين برصد آثار وسائل الإعلام على المجتمع، وقد طورت هذه النظرية الباحثة الألمانية "إليزابيث نيومان" Elisabeth Noelle Neumann عام 1974.

وترى نيومان عملية تكوين الرأي العام باعتبارها عملية دينامية تتداخل فيها عوامل نفسية واجتماعية، وثقافية وسياسية، بالإضافة إلى دور وسائل الإعلام كدور محوري في تكوين الاتجاه السائد حول القضايا المثارة في المجتمع<sup>(31)</sup>.

#### ● افتراضات النظرية:

تعتمد نظرية دوامة الصمت على افتراض رئيسي فحواه أن وسائل الإعلام حين تتبنى آراء أو اتجاهات معينة خلال فترة من الزمن، فإن معظم الأفراد سوف يتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام، وبالتالي يتكون الرأي العام بما يتسق مع الأفكار التي تدعمها وسائل الإعلام.

فقد لاحظ بعض الباحثين أن وسائل الاتصال الجماهيرية تتخذ أحيانا جانبا متسقا من إحدى القضايا أو الشخصيات، ويؤدي ذلك إلى تأييد معظم الأفراد للاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام بحثا عن التوافق الاجتماعي، أما الأفراد المعارضين لهذه القضية أو ذلك الاتجاه، فإنهم يتخذون موقف الصمت تجنباً لاضطهاد الجماعة وخوفاً من العزلة الاجتماعية، وبالتالي إذا كانوا يؤمنون بآراء مخالفة لما تعرضه وسائل الإعلام فإنهم يحجبون آراءهم الشخصية، ويكونون أقل رغبة في التحدث عن هذه الآراء مع الآخرين، أما إذا كان هؤلاء الناس لديهم آراء منسجمة مع ما تبثه وسائل الإعلام، فإنهم يميلون أكثر إلى الإعلان عن هذه الآراء والتحدث بشأنها للحصول على القبول الاجتماعي.

ونظراً لأن عدداً كبيراً من الناس يعتقد أن الجانب الذي تؤيده وسائل الإعلام يعبر عن الاتجاه السائد في المجتمع، فإن الرأي الذي تتبناه وسائل الإعلام يظل يقوى، وربما يسبب ضغوطاً أكبر على الأفراد المخالفين لهذا الرأي، والذين يلجؤون غالباً إلى تفضيل الصمت بحثاً عن التوافق الاجتماعي، وهكذا نحصل على أثر لولبي يزداد ميلاً تجاه الجانب السائد، الذي تتبناه وسائل الإعلام، بغض النظر عن الموقف الحقيقي للجمهور<sup>(32)</sup>.

وترى نيومان أن هناك عوامل عديدة تجعل الناس يحرصون على إبداء وجهات نظرهم والمشاركة بآرائهم منها:  
- إحساس الفرد بانتمائه إلى رأي الأغلبية.

(30)- المرجع نفسه 30

(31)- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 279-280.

(32)- المرجع نفسه، ص 281-282.



- إدراكه للرأي الحالي متفقاً مع توقعاته عن المستقبل واتجاهاته.

- الميل إلى الحديث والتخاطب مع من يتفوقون معه في الآراء أكثر ممن يعارضونه.

- تقدير الفرد لذاته يجعله يعلن رأيه، بينما العكس يجعل الفرد يتردد في إعلان رأيه ويفضل الصمت.

- معظم القوانين تشجع الناس على التعبير عن آرائهم عندما يشعرون أنهم أكثر عدداً ويشكلون الأغلبية.

وفي غير هذه الحالات سوف نجد أن الأفراد يميلون إلى التزام الصمت ما لم ينضموا إلى الأغلبية، مع ملاحظة تفاوت درجات هذا الالتزام بالصمت بتفاوت إدراك ما يختلف مع آرائهم أو وجهات نظرهم، والوقوف على مستوى التأييد والسيادة لهذه الآراء المتعارضة والسائدة في الجماعة والمجتمع<sup>(33)</sup>.

وقد نادى "إليزابيث نيومان" بالعودة إلى قوة وسائل الإعلام، ورأت أن لها تأثيرات قوية على الرأي العام، تم التقليل من شأنها في الماضي بسبب قيود منهجية في الدراسات الإعلامية، وطالبت بأهمية إجراء البحوث طويلة الأمد التي تتحرى عن ثلاثة متغيرات أساسية تساهم في تأثير وسائل الإعلام وهي:

أ- التأثير التراكمي من خلال التكرار: حيث تميل وسائل الإعلام إلى تقديم رسائل متشابهة ومتكررة حول موضوعات أو شخصيات أو قضايا، ويؤدي هذا العرض التراكمي إلى تأثيرات على المتلقين على المدى البعيد.

ب- الشمولية: تسيطر وسائل الإعلام على الإنسان وتحصره في كل مكان، وتهيمن على بيئة المعلومات المتاحة، مما ينتج عنه تأثيرات شاملة على الفرد يصعب الهروب من رسائلها.

ج- التجانس: ويعني أن بين القائمين بالاتصال اتفاقاً وانسجاماً مع المؤسسات التي ينتمون إليها، مما يؤدي إلى تشابه توجهاتهم والقيم الإعلامية التي تحكمهم، ويؤدي ذلك إلى أن الرسائل التي تتناقلها وسائل الإعلام المختلفة تبدو متشابهة ومتسقة، مما يزيد من قوة تأثيرها على المتلقين.

وتؤدي هذه العوامل السابقة إلى تقليل فرصة الفرد في أن يكون له رأياً مستقلاً حول القضايا المثارة، وبالتالي تزداد فرصة وسائل الإعلام في تكوين الأفكار والاتجاهات المؤثرة في الرأي العام<sup>(34)</sup>.

ويلخص "إلياهو كاتز" فكرة نظرية دوامة الصمت وعملها في الآتي:

- كل الأفراد لهم آراء.

- الخوف من العزلة الاجتماعية يجعل الأفراد لا يعلنون عن آرائهم إذا ما أدركوا أن هذه الآراء لا تحظى بتأييد الآخرين.

- يقوم كل فرد بعمل استطلاعات سريعة لمعرفة مدى التأييد أو المعارضة للرأي الذي يتبناه.

- تعد وسائل الإعلام من المصادر الرئيسية لنشر المعلومات، وعرض الآراء ونقل مناخ التأييد أو المعارضة.

- تقوم الأطر المرجعية الأخرى بعملها.

(33)- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط3، ص ص 356-357.

(34)- حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 280.



-تميل وسائل الإعلام لأن تتحدث بصوت واحد، غالباً ما يكون محتكراً.  
-تميل وسائل الإعلام إلى التحيز في عرض الآراء، مما يؤدي إلى تشويه الرأي العام.  
-يدرك بعض الأفراد أو الجماعات أنهم مختلفون، وغير مسايين لرأي الأغلبية، مما يجعلهم إما يغيرون آراءهم لتتسق مع رأي وسائل الإعلام، أو يؤثرون الصمت تجنبا للضغوط الاجتماعية<sup>(35)</sup>.

### -نظرية دوامة الصمت في الإعلام الجديد:

كتب مايكل هيكينز: أن الناس يعيشون في غرف صدى على الانترنت، الآراء التي نراها على الجدول الزمني تعكس معتقداتنا الخاصة، يتم تعزيز غرف صدى من خلال الخوارزميات المستخدمة على وسائل الإعلام الاجتماعية، دوامة الصمت وغرف الصدى قبعة تظهر للناس ما يريدون رؤيته.

تصطدم الآراء بعضها مع بعض لأنها لا تسمح ب"تنوع الرأي"، وخاصة على وسائل الإعلام الاجتماعية، قد لا تعكس أعلى الأصوات رأي الأغلبية الفعلي الذي عارض وجهات النظر الشعبية.

الرأي العام لا يعكس رأي الأغلبية، يجب أن تكون وسائل التواصل الاجتماعي مكانا حيث يمكن للناس تبادل آرائهم بحرية ولكن الخوف من الرفض يمنعهم من القيام بذلك<sup>(36)</sup>.

### • الانتقادات التي واجهت النظرية:

هناك انتقادات عديدة وجهت إلى هذه النظرية خاصة من الباحثين الأمريكيين ويمكن إجمالها فيما يلي:

-أشارت بعض الدراسات الإمبريقية الأمريكية إلى أن مفهوم الأقلية الصامتة يفتقد إلى الدقة، فقد أشارت إحدى الدراسات الأمريكية إلى أن الأقلية المعارضة لانتخاب الرئيس "جورج بوش" في حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 1988 لم تكن تؤثر الصمت وعدم النقاش مع الآخرين حول الحملة الانتخابية.

-إن الأقلية قد تتحدث مع الآخرين على الرغم من اختلافها معهم في الرأي بهدف كسب التأييد والمساندة، ولا يرجع صمت الأفراد بالضرورة إلى الخوف من العزلة الاجتماعية، وإنما قد يرجع إلى عدم إلمام الأفراد بالقضية المطروحة للنقاش.

-يشكك بعض الباحثين في افتراض المضمون المتسق والمتكرر لوسائل الإعلام، على الأقل في وجود الديمقراطيات الغربية التي تتعدد فيها الآراء والمصالح، ويصعب على وسائل الإعلام أن تتبنى اتجاهها واحدا وثابتا من القضايا المثارة لفترة زمنية طويلة.

-وسائل الإعلام لا تعبر بالضرورة عن رأي الأغلبية، بل تعكس أحيانا رأي الأغلبية المزيفة التي تروج لها.

-من الصعب تفسير عملية تكوين الرأي العام بمعزل عن دور المعلومات التي يحصل عليها الفرد عن البيئة السياسية والاجتماعية المحيطة، وخاصة في القضايا المهمة التي تتصل بمصائر الشعوب.

<sup>(35)</sup>-المرجع نفسه، ص 361.

<sup>(36)</sup>-Mrinal Chatterjee and anthers: **COMMUNICATION EFFECTS THEORY، JOURNALISM & MASS COMMUNICATION**, JMC-07, Odisha State Open University, Sambalpur © OSOU, 2017, p. 21-22.



وقد أقرت "إليزابيث نيومان" بعض الانتقادات السابقة، وأشارت إلى أن هذه النظرية مازالت في حاجة إلى التحقق من صحتها، من خلال إجراء المزيد من البحوث في بيئات مختلفة<sup>(37)</sup>.

ويمكن استغلال هذه النظرية في تفكيك الخطاب الإعلامي العربي، للوصول إلى المصطلح النقيض (الأغلبية الصامتة) عند دراسة الرأي العام العربي، وليس (الأقلية الصامتة)، كما أشارت إليه نيومان، ومن ثم إعادة النظر في مفهوم الرأي العام في البلدان العربية.

## المحور الثاني: نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام

أولاً: نظرية ترتيب الأولويات أو نظرية وضع الأجندة (Agenda-setting)

### - مفهوم وضع الأجندة:

انطلقت بحوث الاتصال الجماهيري من افتراض أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرات كبيرة في الجمهور، وهو ما دعمه النجاح الذي أحرزته الدعاية النازية خلال عقد الثلاثينيات من القرن الماضي، وتطورت إلى النظرة التي قدمها كلايبر Klapper وآخرون مع مقدم عقد الستينيات من القرن نفسه، والتي ترى أن هذه الوسائل ذات تأثيرات محدودة في الاتجاهات والسلوك، ثم شهدت طفرة أخرى خلال عقد السبعينيات من ذلك القرن، حيث وصلت إلى دراسات وضع الأجندة أو ما يعرف بترتيب أولويات الاهتمام، والتي أكدت نتائجها أن وسائل الإعلام تشكل هذه الأولويات أو تلك الأجندة لكل من الأفراد والجماعات<sup>(38)</sup>.

وترى نظرية وضع الأجندة أن وسائل الاتصال الجماهيري هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها الأخبار، فهي تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات مما يجعلها تصبح من الأولويات الهامة لدى الجمهور، وهكذا فإن الموضوعات التي يراها المحررون ذات أهمية هي التي يتم نشرها حتى ولو كانت غير ذلك في الحقيقة، فإن مجرد النشر في حد ذاته (سواء من خلال الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون) يعطي أهمية مضاعفة لتلك الموضوعات بحيث يراها الجمهور ذات أهمية تفوق عداها من موضوعات.

ويرى بعض الباحثين أن مفهوم وضع الأجندة لم تتم صياغته لأول مرة مع دراسة كل من "شو" و"ماكومبس" Shaw and Mccombs، عام 1972 التي اختبرت هذا المفهوم إمبريقيا، ولكنه برز بقوة مع مقولة برنارد كوهين Bernard Cohen، الذي يكرر الباحثون الاستشهاد بتأثيره على مجرى دراسات الأولويات، وقلما يخلو مقال عن الأولويات من عرضه المبسط عن قوة الصحافة عندما قال: "أنها قد لا تنجح كثيرا من الوقت في أن تحدد لقرائها كيف يفكرون، لكنها تنجح ببراعة في أن تحدد لهم في ماذا يفكرون"، وهذا هو مفهوم ترتيب الأولويات رغم أن كوهين لم يستخدم مصطلح Agenda-setting بالنص<sup>(39)</sup>.

وقد شهد هذا المفهوم محاولات مثمرة لبعض الباحثين هدفها إبراز توسيع صياغته، وكونه عبارة عن عملية تفاعلية حيث يؤكدون أن عملية وضع الأجندة تتضمن ثلاثة اتجاهات بحثية متميزة هي:

(37) - حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ص 283-284.

(38) - أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام-مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، المكتبة العصرية، مصر، ط 1، 2009، ص 6.

(39) - المرجع نفسه، ص ص 6-7.





**الاتجاه الأول:** وضع أجندة الجمهور *public agenda setting*، وتتخذ من أولويات اهتمام الجمهور متغيرا تابعا لها، وقد بدأ هذا الاتجاه البحثي على يد "ماكومبس" و"شو" عام 1972.

**الاتجاه الثاني:** وضع أجندة السياسة العامة *Policy agenda setting*، وتتخذ من أولويات اهتمام صانعي القرار متغيرا تابعا.

**الاتجاه الثالث:** وضع أجندة وسائل الإعلام *Media agenda setting*، وتتخذ من أولويات وسائل الإعلام متغيرا تابعا. ويمثل نموذج Leighley تجسيدا واعيا بأبعاد توسيع مفهوم وعملية وضع الأجندة، والذي يبرز ثلاثة أنواع لوضعها هي: أجندة وسائل الإعلام *Media agenda setting*، ووضع الأجندة التنظيمية أو المؤسسية *International agenda setting*، وأجندة الجمهور العام *public agenda setting*.

وفي ضوء هذا الطرح العلمي حول توسيع مفهوم وضع الأجندة وإبراز تعقده كعملية اتصال جماهيري، يطرح ماكويل Mcquail، افتراضات نظرية وضع الأجندة كآلي:

- يثور الجدل العام حول بروز القضايا (أجندة ما يحدث).
  - تتولد هذه الأجندة من الرأي العام، واقتراحات الصفوة السياسية.
  - تؤدي هذه الاهتمامات المتنافسة إلى بروز قضاياها.
  - تنتقي أخبار وسائل الإعلام قضايا معينة لتركز عليها أو العكس وفقا لمجموعة من الضغوط خاصة المتعلقة منها باهتمامات الصفوة، والرأي العام والأحداث التي تقع في العالم الحقيقي.
  - يؤدي ذلك إلى أن مخرجاتها تتسبب في بروز الاهتمام بهذه القضايا، فتؤثر في إدراك جمهورها للأجندة الحالية، إضافة إلى وجود تأثيرات أخرى تتعلق بإبداء الآراء وتقويم ما يحدث في المشهد السياسي.
  - تتصف هذه التأثيرات الخاصة بعملية وضع الأجندة بأنها قصيرة المدى<sup>(40)</sup>.
- ولكل وسيلة طريقتها الخاصة في إبراز أهمية الحدث، فالصحافة مثلا تحدد أهمية القضية عن طريق حجم العنوان ومكانه في الصفحة ومكانه في الصحيفة، أما التلفزيون فإنه يحدد أهمية القضية عن طريق ترتيبه للحدث هل هو في مقدمة النشرة أو في مؤخرتها، والمدة الزمنية التي يسمح بها لتغطية الحدث، والمواد الفيديوية المصاحبة له وهكذا، فإن لكل وسيلة أسلوبها الخاص في إضفاء الأهمية التي ترى أنه يستحقها<sup>(41)</sup>.

(40) - المرجع نفسه، ص 11-12.

(41) - عبد الحافظ صلوي: تأثير وسائل الإعلام السعودية في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا الخارجية، أطروحة دكتوراه، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1996، ص 127.





## • نشأة النظرية ومراحل تطورها:

تنسب نظرية وضع الأجندة إلى كل من "ماكومبس" و"شو" عام 1972، عندما حاولا تفسير كيفية وأسباب تفكير الناس في بعض القضايا الاجتماعية واختلاف معدل الاهتمام بها، فقد توصلا إلى وجود ارتباط دال بين حجم تغطية وسائل الإعلام لهذه القضايا ومعدلات هذه التغطية، وبين الأهمية التي يوليها جمهور هذه الوسائل لتلك القضايا، وهذه النتيجة تؤكد بروز القضايا لدى هذا الجمهور يتأثر بشدة بتعرضه للوسائل نفسها التي تتناول هذه القضايا، وتجدر الإشارة في ذلك إلى أن بحوث وضع الأجندة لا تركز على الآراء حول القضايا وإنما يكون تركيزها على بروز هذه القضايا.

ولكن "ماكويل" يؤكد أن "لازارسفيد" وآخرين أشاروا عام 1994 إلى مفهوم وضع الأجندة باعتباره القوة التي يتم من خلالها هيكلية القضايا، كما تأتي الإجابة القاطعة من خلال رأي كل من "ماكومبس" و"شو" اللذان يقران فيه أن "بيرنار كوهين" Bernard Cohen أشار عام 1963 إلى هذا المفهوم بصورة إجمالية بتأكيده أن وسائل الإعلام قد لا تنجح دائما في توجيهنا إلى كيفية التفكير، لكنها تنجح بصورة مذهلة في توجيهنا إلى ما ن فكر فيه<sup>(42)</sup>.

ويلخص كل من "طومسون" و"براين" Thompson and Bryant مراحل تطور بحوث وضع الأجندة في أربع مراحل هي:

**المرحلة الأولى:** وتمثلها دراسة "ماكومبس" و"شو" عام 1972، والتي أثبتت نتائجها أن اهتمام الجمهور العام بالقضايا يتأثر باهتمام المحتوى الإخباري لوسائل الإعلام بالقضايا ذاتها.

**المرحلة الثانية (التكرار):** عندما كرر هذان الباحثان عام 1977 تطبيق افتراضات نظرية وضع الأجندة من خلال دراسة تناولت القضايا البارزة لدى الناخبين، وقد أكدت نتائجها على أن هؤلاء الناخبين الذين يتعرضون بصورة كبيرة لوسائل الإعلام تتأثر أجندة اهتماماتهم بالقضايا المختلفة المطروحة ضمن أجندة هذه الوسائل.

**المرحلة الثالثة (دراسة المتغيرات الوسيطة):** بالرغم من أن الدراسات الأولى والمبكرة في مجال وضع الأجندة تناولت بالرصد والتحليل الارتباط المباشر بين أجندة وسائل الإعلام ومثيلتها لدى الجمهور، فإن دراسات أخرى تالية أكدت على وجود مجموعة من المتغيرات الوسيطة المؤثرة في عملية وضع الأجندة، وتعد دراسة Eyal, McCombs, Graber, Weaver، التي أجروها على الناخبين أثناء حملات الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1976 دراسة رائدة في هذا المجال، فقد كشفت نتائجها عن وجود تأثيرات لمتغيرات أخرى وسيطة كالمهنة والمستوى التعليمي ومحل الإقامة، وكلها متغيرات تلعب دورا مؤثرا في تحديد أولويات اهتمام هؤلاء الناخبين، إضافة لتأثير الأجندة الإعلامية.

**المرحلة الرابعة (التساؤل عن وضع أجندة وسائل الإعلام):** ويمكن أن نطلق عليها أيضا مرحلة الانتقال لدراسات بناء الأجندة، فقد درس كل من الباحثين Kurt Long و Gladys Engel Long عام 1983 العلاقة بين الصحافة والرأي العام خلال

(42) - أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام - مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، مرجع سابق، ص 16.



أزمة أو فضيحة Watergate الشهيرة، وأثبتنا أن الفرضية الأصلية لنظرية وضع الأجندة تحتاج إلى توسيع مداها، واقترحا توسيع المفهوم ليشمل مفهوم بناء الأجندة، وتمثل دراسة Reese و Shoemaker التي أجريت عام 1991 مثالا جيدا لدراسات هذه المرحلة، فقد تناولت هذه الدراسة دور المصادر المختلفة في عملية وضع أجندة وسائل الإعلام<sup>(43)</sup>.

### • الانتقادات التي واجهت النظرية:

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

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

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

- أشار وينتر 1981 Winter، إلى أن نظرية ترتيب الأولويات في حاجة إلى تطوير مجموعة أكثر دقة من مؤشرات المضمون كي تستخدم في بحوثها وتصل إلى نتائج أكثر موضوعية ودقة<sup>(44)</sup>.

- إن الطابع الأمريكي المهيمن على فرضيات ترتيب الأولويات أدى إلى اتهامها بال محلية، ويبقى التحدي الذي يواجه النظرية هو إمكانية تطبيقها بشكل سليم خارج المجتمع الأمريكي، حيث أنه لا يوجد نظام سياسي متساو تماما مع النموذج الأمريكي.  
- إن نظرية ترتيب الأولويات أقرب إلى نظريات الإعلام السياسي منها إلى الإعلام العام لارتباط نشأتها بالحملة الانتخابية في الولايات المتحدة.

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

(43)- المرجع السابق ، ص ص 17 - 18.

(44)- عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2008، ص ص 350 - 351.



ومن الجدير بالذكر أنه على الرغم من تلك الانتقادات إلا أن هناك إجماع لدى الباحثين على أن بحوث ترتيب الأولويات ساهمت في زيادة فهم دور وسائل الاتصال في المجتمع، وعززت من استخدام مفهوم الآثار بعيدة المدى للتأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام<sup>(45)</sup>.

### • الاتجاهات الحديثة في نظرية ترتيب الأولويات

تظهر الآن اتجاهات جديدة في دراسات وبحوث نظرية ترتيب الأولويات منها: استخدامها على نطاق واسع في مجال الإعلان، وتحول دراسات الأجندة من الدراسات التجميعية إلى دراسات المستوى الفردي، فبعد أن كانت الدراسات الرائدة تقوم بدراسة أجندة وسائل الإعلام مجتمعة وأجندة الجمهور مجتمعة، تحولت الدراسات الحديثة إلى قياس الأجندة الفردية ثم مقارنتها بأجندة وسائل الإعلام، كما أصبح هناك اهتماما متناميا بدراسة المتغيرات المؤثرة في وضع الأولويات فالعلاقة ليست ميكانيكية ومباشرة، كما أن قائمة أولويات الإعلام هي متغير من ضمن مجموعة متغيرات تمارس أدوارا مختلفة في عملية ترتيب الأولويات.

وظهر خلال الفترة الأخيرة تطورا في الأدوات البحثية المستخدمة في دراسات ترتيب الأولويات، ومنها إجراء دراسات تعتمد على المنهج التجريبي على الرغم من اعتياد استخدام تحليل المحتوى والاستقصاء في دراسات ترتيب الأولويات<sup>(46)</sup>.

كما أظهرت مجالات بحثية جديدة لدراسة الأولويات أطلق عليها "بناء الأجندة" Agenda Building، وهي عملية تجميعية يؤثر فيها كل من وسائل الإعلام والحكومة والمواطنين بعضهم في بعض، حيث يهتم مدخل بناء الأجندة بدرجة كبيرة بالتعرف كيف تصبح الموضوعات الواردة بالتغطية لوسائل الإعلام "قضايا"، وقد سمح هذا الاتجاه الجديد في استخدام النظرية في بحوث الاتصال الجماهيري في مجالات غير مجال الأخبار الذي انحصرت فيه لمدة طويلة.

وقد انتقلت دراسات ترتيب الأولويات-مع ظهور هذا الاتجاه الحديث-من متغير مستقل إلى متغير تابع، واستبدلت السؤال: من يضع أجندة الجمهور؟ بالسؤال: من يضع أجندة وسائل الإعلام؟.

كما ظهرت عدة مداخل نظرية تعد امتدادا لنظرية ترتيب الأولويات، حيث تستخدم المواد الأولية التي تعتمد عليها النظرية، ولكن بتكنيك بحثي مختلف ومنها "نظرية التهيئة المعرفية"، وهي من النظريات التي تتناول التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام على الجمهور، ونظرية "تحليل الأطر الإعلامية" التي تعد امتدادا لنظرية ترتيب الأولويات، حيث تتضمن دراسة ما تقدمه وسائل الإعلام من موضوعات عامة تدخل في أولويات الجمهور، كما ظهرت اتجاهات بحثية أخرى في نظرية الأجندة<sup>(47)</sup>.

### • تحولات في النظرية

فرضت البيئة الرقمية الجديدة للاتصال معطيات نظرية جديدة، أهمها: أن سلطة ترتيب الأجندة لم تعد حكرًا على وسائل الإعلام والسياسيين وأصحاب الاستثمارات المادية والمعنوية، والجمهور لم يعد متلقيا، بل مستخدما (User)، متفاعلا ومنتجا

(45)-المرجع نفسه، ص ص 352-353.

(46)-المرجع نفسه، ص 347.

(47)-المرجع نفسه، ص ص 348-349.



للمعنى ومشاركاً في ترتيب الأجنحة وفي تأطير المضامين وفي اختيار منصات النشر، أما مفهوم الجمهور فقد تبَّ دل 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 شبيكياً ما أضفى عليه مزيداً من القوة والفاعلية، خصوصاً فيما يتصل بوضع الأجنحة، أضف إلى ذلك إلى ذلك التفاعلية التي يمارسها الجمهور تجاه كل ما يقال أو يُكتب أو ييثر في وسائل الإعلام أو في المنابر السياسية، يترتب على ذلك نماذج نظرية لعملية بناء الأجنحة مخالفة لما كان معروفاً في البيئة السابقة؛ إذ تميل هذه النماذج لتأخذ شكل الشبكة، أو التشاركية في بناء الأجنحة. (48)

### ثانياً: نظرية الغرس الثقافي أو (الإنماء الثقافي)

تؤكد نظرية الغرس الثقافي cultivation theory، فكرة قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعالم المحيطة بهم، خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة.

ويعود الفضل في ظهور هذه النظرية إلى جورج جيربнер George Gerbner، عندما قال:

أن التلفزيون يعتبر قوة مهيمنة في تشكيل المجتمع الحديث، وكانت هذه الأفكار نتيجة للجهود التي قام بها هو ومجموعة من الباحثين في بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي، عندما اجتاحت الولايات المتحدة موجة من العنف والاضطرابات والجرائم والاعتقالات في نهاية الستينات، وربط الناس العاديون بين ارتفاع معدلات الجريمة والعنف والتغير في القيم، وبين انتشار التلفزيون في الخمسينات والستينات، وضغط الاهتمام الشعبي على الكونغرس الأمريكي ليفعل شيئاً، وفعلاً تم اعتماد التمويل اللازم من بعض المؤسسات والمعاهد القومية الأمريكية لبحوث حول تأثيرات التلفزيون في مجالات الصحة والتعليم، وتم طباعة حوالي 60 دراسة في خمسة مجلدات عام 1971 تحت عنوان "التلفزيون والسلوك الاجتماعي" (49).

وكانت نتائج هذه الدراسات هي التي صاغت الفكرة الخاصة بالغرس، كنتيجة للتعرض المكثف والمستمر للتلفزيون، وقيام العلاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك الواقع الاجتماعي بالصور التي يعرضها التلفزيون، ووضع جيربнер من خلال هذه الدراسات مشروعاً الخاص بالمشاهدات أو المعالم الثقافية، الذي يهدف إلى قيام هذه العلاقة من خلال دراسة ثلاث عناصر أساسية هي:

1- العمليات المؤسسية الكامنة وراء إنتاج محتوى الإعلام.

2- الصور الذهنية التي ترسمها وسائل الإعلام.

3- ثم العلاقة بين التعرض إلى الرسائل التلفزيونية ومعتقدات الجمهور، وأنماط سلوكه (50).

### • فروض نظرية الغرس:

(48)- عزام أبو الحمام: مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الأجنحة في سياق البيئة الرقمية للاتصال والإعلام، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 28 سبتمبر 2020، ص 09. <https://studies.aljazeera.net>، تاريخ الزيارة: 2022/01/24.

(49)- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 331.

(50)- المرجع نفسه، ص 331.



يرتكز الفرض النظري للغرس الثقافي على أن تكرار التعرض لصورة الواقع الحقيقي في وسائل الإعلام- وخاصة التلفزيون- وما يرتبط بهذا الواقع من أفكار يؤدي إلى إدراك الأفراد لهذه الصور والأفكار بطريقة مشابهة لتلك التي عرضتها وسائل الإعلام، في حين أن الفرض الإمبريقي للنظرية يؤكد على أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام- خاصة التلفزيون- زاد إدراك الواقع بطريقة متوافقة ومتسقة تماما مع الصور التي تقدمها وسائل الإعلام لهذا الواقع<sup>(51)</sup>.

### المفاهيم الأساسية في نظرية الغرس:

**أ- مفهوم الغرس:** "هو ما تفعله الثقافة بنا، والثقافة هي الوسيط أو المجال الذي تعيش فيه الإنسانية وتتعلم"، من خلال هذا التعريف يمكن تعريف عملية الغرس الثقافي بأنها: العملية التي تهتم باكتساب المعرفة أو السلوك من خلال الوسط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان، فكأن البيئة الثقافية بأدواتها هي التي تقوم بعملية الإكساب والتشكيل والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع، ومن هذه الأدوات وسائل الإعلام التي احتلت مكانا بارزا في عالمنا الثقافي المعاصر بأدوارها وتأثيراتها<sup>(52)</sup>.

**ب- الاتجاه السائد:** ويعد المكون الأول من مكونات عملية الغرس التي أشار إليها جيرنر وزملاؤه، ونتيجة للتعرض للتلفزيون باستمرار تتلاشى الاختلافات التقليدية بين الأفراد (ذوي الكثافة الواحدة في المشاهدة)، ويحدث الانسجام والتوافق بين صورة الواقع لديهم، وصورة الواقع كما يقدمه التلفزيون، ومن ثم يتحول الاتجاه السائد ليعبر عن مصالح المؤسسات الإعلامية في النهاية<sup>(53)</sup>.

**ج- الصدى أو الرنين:** يقصد به التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلا لدى المشاهدين، وبذلك فإن المشاهدة يمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات بكثافة أعلى، وركز جيرنر في هذا المجال على زيادة إدراك العنف في الأعمال التلفزيونية، ووصف العالم الخارجي به لدى المشاهدين الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية ويتعرضون للتلفزيون بكثافة أعلى<sup>(54)</sup>.

### • الغرس الثقافي من خلال الصحافة:

توضح النظرية أن وسائل الإعلام- وخصوصا التلفزيون- قادرة على أن تحدد إدراكنا للحقائق والمعايير والقيم المجتمعية السائدة، من خلال اختيارها للموضوعات التي تقدمها، وعليه تعد عملية الغرس الثقافي في حالة أعم وأشمل في إطار عملية التنشئة الاجتماعية، ويمكن للصحافة أن تقوم بدورها في الغرس في حالة توافر الشروط التالية:

1- جمهور من القراء من مختلف الفئات.

(51)- ميرفت محمد كامل الطرايشي: مدخل إلى صحافة الأطفال، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2003، ص 172.

(52)- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 332.

(53)- ميرفت محمد كامل الطرايشي: المرجع السابق، ص 174.

(54)- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 333.



2- تكرار التعرض بانتظام للصحيفة أو المجلة.

3- تكثيف تكرار النشر للموضوعات والقيم المجتمعية الإيجابية.

كما يمكن للصحافة القيام بالغرسة الثقافي والديني عن طريق تحقيق مفهومي الاتجاه السائد والرزين، حيث تقوم بخرس القيم والعقائد الدينية من خلال توظيفها لكافة فنون التحرير والإخراج الصحفي على صفحاتها<sup>(55)</sup>، وتعتبر العملية أكثر إيجابية ونجاحا مع فئة الأطفال في صحفهم المتخصصة، لأنهم في طور التنشئة الاجتماعية.

### • الأسس التي تقوم عليها نظرية الغرس الثقافي:

أشار جيرنر وزملاؤه إلى عدة اعتبارات يجب مراعاتها عند دراسة فرضية الغرس الثقافي هي:

1- يعد التلفزيون وسيلة فريدة تختلف عن غيرها من وسائل الإعلام، باعتباره يمتاز بالعديد من الخصائص الإعلامية التي تزيد من تأثيره، فهو لا يحتاج إلى تعلم القراءة كما هو الحال في الصحف، بالإضافة إلى قدرته على نقل الأحداث المختلفة حال وقوعها أثناء زمن حدوثها.

2- رسائل التلفزيون تشكل نظاما متجانسا هو الاتجاه السائد في ثقافتنا، إذ يرى جيرنر أن الاختلاف بين الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام-خاصة التلفزيون-تكمّن في شكل هذه الرسائل فقط، وليس في مضمونها لأن جميع الأفكار والقيم التي تظهر في وسائل الإعلام المختلفة إنما تشكل نظاما منسجما ومتجانسا لا تعارض ولا تنافر فيه، لأنها تعبر عن سياسات القائمين بالاتصال الذين يريدون الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.

3- تحليل هذه الرسائل يقدم مفاتيح الغرس، إذ يقول جيرنر بأن الأسئلة المستخدمة في قياس الغرس يجب أن تعكس المضامين المختلفة في الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام، ويجب أن تتضمن صحيفة الاستبيان أسئلة تقيس فروق الغرس لضمان الدقة في النتائج.

4- تحليل الغرس يركز على إسهام التلفزيون في صياغة تفكير الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة، إذ يعد تحديد مدى إسهام الرسالة الإعلامية في تكوين المعتقدات عن الواقع الاجتماعي لدى الأفراد بطريقة تتفق مع غالبية القيم والأعراف الاجتماعية من المهام الرئيسية لتحليل الغرس.

5- تحليل الغرس يركز على النتائج الخاصة بشيوع الاستقرار والانسجام بين أفراد المجتمع، إذ ذهب جيرنر وزملاؤه إلى أن وسائل الإعلام تقوم حاليا بالدور الذي كان يقوم به شيخ القبيلة، من حيث كونها تقوم برواية القصص، وتقديم المعلومات المختلفة التي تساعد في عملية التنشئة الاجتماعية وتحقيق الضبط الاجتماعي<sup>(56)</sup>.

### • الانتقادات التي واجهت النظرية:

(55)-ميرفت محمد كامل الطرايشي: مدخل إلى صحافة الأطفال، مرجع سابق، ص 175.

(56)-المرجع نفسه، ص ص 172 - 173.





لعل من أبرز صور النقد التي وجهت إلى تطبيقات تحليل الغرس ما أثارته "نانسي سيجنوري" و"ميشيل مورغان" من قضايا تثير البحث في جوانب عديدة من هذه النظرية يمكن تلخيصها في الآتي:

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

- ما هي الخصائص السكانية للجماعات ذات العلاقة بعملية الغرس؟ ذلك أن عملية الغرس نادرا ما تحدث مع كل الجماعات في عينة البحث.

- كيف تتوسط العلاقات الأسرية والشخصية عملية الغرس؟ فنحن نعلم أن مشاهدة التلفزيون غالبا ما تتم في إطار العائلة، وفي هذه الحالة يمكن أن يؤثر كل فرد في الآخر، وطبيعة التفاعل العائلي المتبادل بعيدا عن مشاهدة السياق التلفزيوني يمكن أن يكون لها تأثير في اكتساب الحصانة ضد عملية الغرس.

- ما هي مستويات الغرس؟، وما هو دور الخبرة الشخصية في عملية الغرس؟ فمن المعروف أن تأثير وسائل الإعلام يتزايد في القضايا التي تقل فيها خبراتنا الشخصية.

- ما هي توجهات المشاهدين في عملية الغرس؟ وهو ما نعينه بالظواهر مثل: المشاهدة الإيجابية/السلبية، المشاهدة الانتقائية، الاستخدامات، الإشباع، التوحد مع التلفزيون، التفسير الواعي وإدراك الواقع<sup>(57)</sup>.

- ما هي الوسائل الإعلامية الأخرى التي تقوم بعملية الغرس، وكيف تقوم به؟

بالإضافة إلى ما سبق فإن هناك قضايا أخرى مثل تأثير التكنولوجيا المتطورة في عملية الغرس، ومدى حدوث عملية الغرس في دول أخرى، خصوصا أنه ثبت أنها ليست عملية نمطية حتى داخل الولايات المتحدة نفسها بين مختلف الجماعات، وأن صورة المجتمع العنيف لم تظهر في بريطانيا أو كندا من خلال البحوث التي أجريت هناك<sup>(58)</sup>.

### ثالثا: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي نظرية "بيئية"، أي أنها تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات. والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءا هاما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع وقد تكون ديناميكية متغيرة، أو

(57)- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 338-339.

(58)- المرجع نفسه، ص 340.





ساكنة ثابتة، وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة، ومن الأهداف الرئيسية لهذه النظرية الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانا آثارا قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما. وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف، المجلات، الراديو، التلفزيون، والسينما.

### • الأسس التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يقوم المنظور الخاص باعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعامتين رئيسيتين هما:

أ- **الدعامة الأولى:** أن هناك أهدافا للأفراد ييغون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة، سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية<sup>(59)</sup>.

ب- **الدعامة الثانية:** اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، و تتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها مروراً بعملية الإعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها بصورة أخرى<sup>(60)</sup>.

ويستخدم مؤسس النظرية "ميلفين ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش" مصطلح **المعلومات** للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام، ويشيرون إلى أن الفروق التقليدية التي توحى بأن الأخبار شيء يتعلق بالمعلومات، في حين أن التسلية ليست كذلك هي فروق مضللة، حيث إن هذا الأسلوب من التفكير غير صحيح لسببين:

أ- أن يتجاهل الطرق التي يستخدم بها الأشخاص محتويات التسلية لفهم أنفسهم وعالمهم، أو العوالم الكبرى التي تتجاوز خبراتهم المباشرة، ولتوجيه أعمالهم وتفاعلاتهم التبادلية مع الآخرين، وقصر فكرة المعلومات على الأخبار فقط سوف يوحي بأن ما يتعلمه الناس من التسلية ليست له أية نتائج هامة على المعاني التي ينشئونها ويتصرفون بموجبها، أو على تطبيعهم للمجتمع.

ب- عندما نستبعد التسلية عن دنيا المعلومات، فإننا نقلل دور اللعب في الحياة الشخصية والاجتماعية، رغم الحكمة النفسية والإنسانية المناقضة لذلك، فإن اللعب بصفة عامة يعامل بشكل خاطئ، وكأنه بعد غير هام من الدوافع الإنسانية<sup>(61)</sup>.

### 1- الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي:

النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى في المجتمعات الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام لعمل الربط أو الاتصال بالجمهور المستهدف، وفي نفس الوقت تتحكم وسائل الإعلام في المعلومات وموارد الاتصال التي تحتاجها المنظمات السياسية والاقتصادية، لكي تؤدي وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة المعقدة، ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام ليست قوية تماما، فهي أيضا

(59)-ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ت: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1992، ص417.

(60)-المرجع نفسه، ص ص418-419.

(61)-حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص ص315-316.



تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى، لكي تمارس عملها بكفاءة، ويمكن وصف ذلك بمفهوم الاعتماد المتبادل، فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها بعضاً<sup>(62)</sup>.

## 2- علاقة وسائل الإعلام بالنظام الاقتصادي:

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

- أ- ترويج وتدعيم القيم الخاصة بالمشروعات الحرة الرأسمالية.
- ب- تأسيس وصيانة العلاقة بين المنتج أو البائع والمستهلك أو المشتري، وإبلاغ المستهلك عن المنتجات المتاحة، وتحفيزه على شراء أو استخدام الخدمة.
- ج- التحكم وكسب الصراعات الداخلية مثل التي تحدث بين الإدارة والاتحادات، أو الصراع مع المنظمات الخارجية، أو أي موقف يكون تهديداً للمؤسسات الاقتصادية.

\* وتعتمد وسائل الإعلام على النظام الاقتصادي لتحقيق الأهداف الآتية:  
أ- الربح من عائد الإعلانات.

- ب- التطوير التكنولوجي لتقليل النفقات والتنافس بفاعلية من خلال امتلاك منتجات أكثر تقدماً.
- ج- التوسع في المشروعات الإعلامية للوصول إلى جماهير أكبر، وتحقيق عائد أعلى، ويتطلب ذلك الحصول على خدمات البنوك والتمويل، والتعامل مع التجارة الخارجية.

## 3- علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي:

يعتمد النظام السياسي على موارد وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية:

- أ- زيادة وتدعيم القيم والمعايير السياسية مثل: الحرية، المساواة، إطاعة القوانين، والتصويت الانتخابي.
- ب- الحفاظ على النظام السياسي وتحقيق التكامل الاجتماعي، من خلال بث روح الإجماع وتكوين الرأي العام.
- ج- تدعيم الشعور بالمواطنة لتنفيذ الأنشطة الأساسية مثل: الحماس للحرب، أو المشاركة في التصويت الانتخابي.
- د- التحكم وكسب الصراعات التي تقع داخل السيادة السياسية مثل: صراعات الأحزاب، أو الصراعات بين النظام السياسي ونظم اجتماعية أخرى.

\* ومن جانب آخر تعتمد وسائل الإعلام على النظام السياسي لتحقيق الأهداف الآتية:

- أ- اكتساب الحماية التشريعية والقضائية والتنفيذية مثل: حماية التعديل الأول من الدستور الأمريكي لوسائل الإعلام.
- ب- الحصول على معلومات رسمية وغير رسمية لتغطية الأخبار مثل: عقد المؤتمرات الصحفية، والحصول على تصريحات بشأن الأوضاع السياسية، والاقتصادية والاجتماعية.

(62)- المرجع نفسه، ص 317.



ج-تحقيق عائد من الإعلانات السياسية في أوقات الانتخابات<sup>(63)</sup>.

ومع ذلك قد يحدث الصراع بين النظام السياسي ووسائل الإعلام، بسبب رغبة الحكومات في فرض الرقابة على النشر، وسرية بعض المعلومات ومنع وسائل الإعلام من حصول عليها، وإخفاء الفساد السياسي، وكذا رغبة وسائل الإعلام في ممارسة دور "كلاب الحراسة" لمراقبة سياسات الحكومة، وترويج مبدأ الحق في المعرفة، والحفاظ على سرية المصادر الإعلامية.

#### 4-الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام:

يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية:

أ-الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

ب-التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشاقتك؟ وتوجيه تفاعلي مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.

ج-التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل: الراحة والاسترخاء والاستثارة، والتسلية الاجتماعية مثل: الذهاب إلى السينما، أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء، أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة<sup>(64)</sup>.

#### 5-تأثيرات الاعتماد على نظم وسائل الإعلام:

توضح رؤية الباحثين في التأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على نظم الإعلام، في نفس الوقت الأهداف الخاصة بالمتلقين من الاعتماد على هذه الوسائل، وتعكس درجة الاعتماد على هذه النظم واتجاهات التغيير في المعرفة أو الشعور أو السلوك باعتبارها مجالات التأثير الناتج عن هذا الاعتماد.

أ-التأثيرات المعرفية: والتي تتمثل في مجالات عديدة منها:

-تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يعرض لها الفرد، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث.

ويتبلور هذا الدور أكثر في فترات التحديث أو التحول بالنسبة للمجتمعات حيث يظهر واضحا دور وسائل الإعلام في إعادة تشكيل الحقائق الاجتماعية.

-هناك تأثيرات معرفية أخرى توضح الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات، حيث تقوم بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام بها، وخاصة في أحوال الأزمات أو الاضطرابات أو الحروب.

-هناك تأثيرات معرفية أخرى تظهر في حالات بناء السياق الذي تظهر من خلاله القيم، ولا تقوم وسائل الإعلام بإيضاح القيم فقط، ولكنها تقوم أيضا بتقديم المعلومات التي تشترك فيها القيم المتباينة، فوسائل الإعلام لا تقدم هذه المعلومات بصفتها تغطية

(63)-حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 318-319.

(64)-المرجع نفسه، ص 320.



إخبارية فقط مثل حركات الحقوق المدنية أو البيئة، ولكنها تقدم المعلومات التي تبرز الصراع الأساسي بين القيم التي يشترك في اعتناقها أفراد الجمهور<sup>(65)</sup>.

### ب- التأثيرات الوجدانية:

وذلك مثل مشاعر الحب والكراهية... وغيرها، التي تقوم بأشكال مختلفة وفي سياقات متعددة، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية، تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل ومن أمثلة هذه التأثيرات:

-الفتور العاطفي: هناك فرض يرى أن التعرض المكثف إلى موضوعات العنف في الرسائل الإعلامية يؤدي إلى الفتور العاطفي، وهذا ما يؤكد نقص الرغبة في مساعدة الآخرين نتيجة كثافة التعرض إلى أعمال العنف، وبالتالي فإن الفرد يتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية.

وإن كان علماء الاجتماع لم يبدو اهتماما بتأثيرات العنف في وسائل الإعلام على المشاعر الوجدانية للمتلقين، لأن بعض الأدلة أثبتت أن الاستثارة النفسية التي تنشأ نتيجة التعرض لأعمال العنف في وسائل الإعلام تتناقص بمرور الزمن.

-القلق والخوف: على سبيل المثال نجد أن التعرض المكثف للرسائل الجديدة، أو الدراما التلفزيونية التي ترسم مدنا ما على أنها تتميز بالعنف ربما يؤدي ذلك إلى الخوف من الحياة في هذه المدن أو السفر إليها.

-التأثيرات الأخلاقية والمعنوية: وهذه تحدث نتيجة الرسائل الإعلامية وطبيعة المعلومات التي يكون لها تأثيرات على معنويات الأفراد ومستوى الأخلاق، فمثلا وجود معلومات إيجابية ومنظمة حول الجماعات والفئات التي ينتمي إليها الأفراد، يمكن أن يكون لها تأثير معنوي عليهم.

### ج- التأثيرات السلوكية:

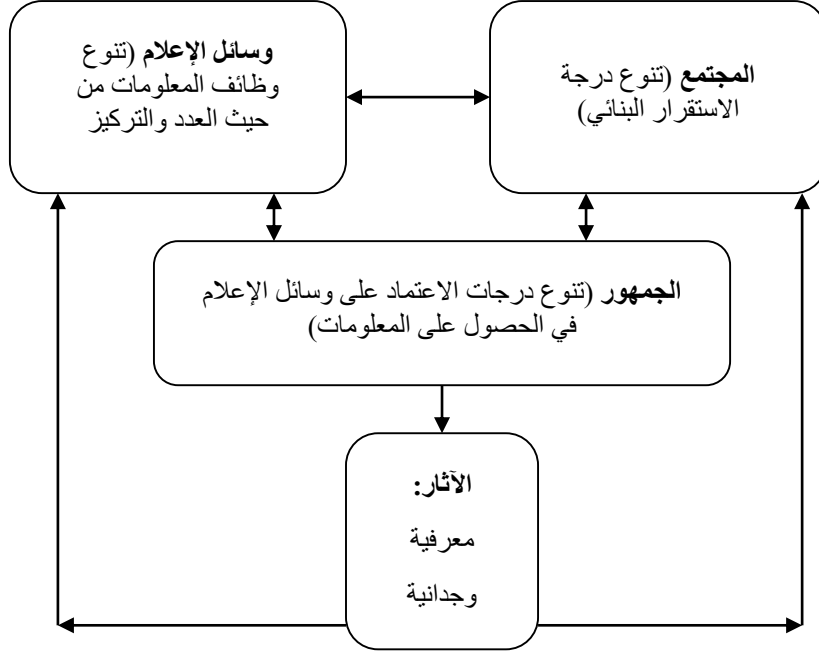
من أهم التأثيرات في هذا المجال الفاعلية وعدم الفاعلية، أو تجنب القيام بالفعل، ومفهوم الفاعلية يظهر عندما يقوم الفرد بعمل ما كان يعمل لولا تعرضه للرسائل الإعلامية، والتأثيرات السلوكية في النهاية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو الوجدانية<sup>(66)</sup>.

يقترح "ميلفين ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش" النموذج التالي للتعبير عن الاعتماد المتبادل بين كل من وسائل الإعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى والجمهور.

(65)- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 302-303.

(66)- المرجع نفسه، ص 303-304.





### العلاقات التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور

من خلال النظرة الكلية للنموذج نلاحظ أنه لم يغفل العوامل البنائية الاجتماعية وتأثيراتها، كما لم يغفل العوامل النفسية لجمهور المتلقين، والتي تتمثل في الحاجات الأساسية التي تجعل الفرد يعتمد على وسائل الإعلام في تلبيتها باعتبارها أهدافاً للفرد، وهي تختلف من فرد إلى آخر باختلاف الخصائص الفردية والاجتماعية، ويختلف تبعاً لذلك اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، ومن ثم حدوث التأثيرات المترتبة على ذلك، والتي تنعكس مرة أخرى في تأثيرها على المجتمع<sup>(67)</sup>.

### المحور الثالث: نظريات المعرفة من وسائل الإعلام

#### أولاً: نظرية الفجوة المعرفية

ظهرت فجوة المعرفة في ظل التفاوت الطبقي التي اتضحت بوضوح في العقدين الماضيين نتيجة النمو السريع للانقسامات الاجتماعية، والتي نبعت بين من يملك ومن لا يملك، وتعد دراسة "هيمن شيتسلي" من أولى الدراسات التي تعرضت لدراسة العوامل التي تجعل الحملات الإعلامية تفشل في نقل المعلومات لجميع فئات الجمهور، رغم كثافة التغطية الإعلامية.

(67) - المرجع نفسه، ص 305.



وتعتبر دراسة "روبنسون Robinson" التي قام بها عام 1967 من أهم دراسات فجوة المعرفة بين أفراد الجمهور، حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى وجود فجوة معرفية بشأن القضايا المختلفة بين الأفراد الأكثر تعليماً، ومتابعة لوسائل الإعلام، مقارنة بالأفراد الأقل تعليماً والأقل متابعة<sup>(68)</sup>.

وتقوم هذه النظرية على فكرة التباين الموجود بين الأفراد والجماعات في المعرفة، وأثر التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري في زيادة هذا التباين أو خلق هذا التباين.

وهكذا تصنف النظرية أفراد المجتمع إلى مستويات اجتماعية، اقتصادية بناء على مستوى الفرد، ويعتبر المستوى الاجتماعي والاقتصادي متغير أساسي في النظرية<sup>(69)</sup>.

## 2- نشأة وتطور نظرية الفجوة المعرفية

ظهرت هذه النظرية لأول مرة عام 1970 على يد ثلاثة من الباحثين هم "تيشنور" و"دونوهيو" و"أولين"

(P.J.Tichenor , G.A.Donohue &C.N.Olien)، وجاءت هذه النظرية حول مفهوم فجوة المعرفة بعنوان "تدفق المعلومات خلال وسائل الإعلام والاختلافات المعرفية"، حيث أوضحت أن المعلومات المتدفقة من خلال وسائل الإعلام في المجتمع، تؤدي بدورها إلى جعل فئات الجمهور ذوي المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع أكثر قدرة على اكتساب المعلومات بشكل أفضل من الفئات ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي المنخفض، وبالتالي فإن ازدياد المعلومات ينتج عنه توسيع فجوة المعرفة بدلا من محوها، كما هو متوقع من وسائل الإعلام كنظام فرعي في المجتمع، فلقد ارتبطت أسماء هؤلاء الباحثين بهذه الفرضية ومحاولات تطويرها<sup>(70)</sup>.

وفجوة المعرفة ظاهرة تبرز نتيجة تدفق المعلومات من وسائل الإعلام إلى النظام الاجتماعي، ما يجعل من الفئات الاجتماعية ذات المستوى الاقتصادي والاجتماعي الأعلى يكسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفضة، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدل النقصان<sup>(71)</sup>.

## 3- الفرض الرئيسي للنظرية

إن نظرية فجوة المعرفة تعتمد على الفرض التالي: يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع، يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان.

(68)-منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال ، دار المسيرة، عمان، الأردن، ط1، 2012، ص 394.

(69)-محمد منير حجاب: نظريات الاتصال ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2010، ص 312.

(70)-منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال ، مرجع سابق، ص 395.

(71)-علي عبد الفتاح علي: نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015، ص 172.



ويؤكد هذا الفرض على أن الفئات ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام، ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبيا من الفئات الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، وقد أيدت بحوث عديدة صحة هذه الفرضية في الولايات المتحدة، وأوروبا، وأمريكا اللاتينية والشرق الأوسط...، حيث أشارت إلى أن العوامل الاقتصادية والاجتماعية هي المحدد الأساسي لاكتساب الجمهور للمعرفة<sup>(72)</sup>.

ويتم تطبيق فرضية فجوة المعرفة على مستويين رئيسيين:

#### أ-المستوي الفردي الضيق: Micro level

ويركز على اكتساب الفرد للمعرفة من وسائل الاتصال، ويتحكم في ذلك الفروق الفردية، ومهارات الاتصال والقدرة المعرفية، وغيرها من العوامل الفردية.

#### ب-المستوي المجتمعي الأشمل: Macro level

ويشمل طبيعة البناء الاجتماعي والمتغيرات المرتبطة بالمجتمع مثل:

أساليب نشر المعلومات وتوزيعها، ووسائل الاتصال المتاحة، وطبيعة الصراع الاجتماعي وملكية وسائل الإعلام وطرق تمويلها وتشغيلها.

وقد أجريت بحوث عديدة على المستويين الفردي والمجتمعي لاختبار معدلات النمو المعرفي ومستويات المعرفة كمتغيرات تابعة، وركزت بحوث المستوى الفردي على التعليم كمتغير رئيسي للمستوى الاجتماعي الاقتصادي باعتباره يؤثر على معدلات اكتساب المعرفة، ويساعد على فهم المعلومات وتذكرها، واستخدام الخبرات والمعارف المخترنة بالذاكرة، في حين ركزت بحوث المستوى الاجتماعي على عملية السيطرة على المعلومات وعلاقتها بالنظام الاجتماعي وأساليب تدفق المعلومات على مستوى المجتمع<sup>(73)</sup>.

وأشار روجرز إلى أن وسائل الإعلام ليست وحدها مصدر الفجوات المعرفية، ولكنها يمكن أن تحدث في الاتصال الشخصي المباشر بين فئات أكثر من غيرها، ففي كثير من الأحيان تحدث مثل هذه الفجوات بسبب تفوق مهارات الاتصال بين بعض الفئات أكثر منها بين فئات أخرى، وعلى سبيل المثال: في دراسة بالولايات المتحدة، وجد أن الأطباء الذين لديهم اتصالات جيدة بزملائهم كانوا أسرع في توقعاتهم للاكتشافات الدوائية الجديدة عن غيرهم اللذين يفتقدون لهذا التواصل، بالإضافة إلى ذلك يرى روجرز أن نتائج اكتساب المعلومات لا تزيد فقط من الفجوة المعرفية، ولكنها ستظهر أيضا في فجوات السلوك والاتجاهات ولذلك فقد استبدل تعبير فجوة المعرفة بتعبير أشمل وهو "فجوات التأثيرات الاتصالية"<sup>(74)</sup>.

#### 4- أسباب إمكانية حدوث الفجوة المعرفية

يرى تيتشنور وزملاؤه خمسة أسباب لحدوث الفجوة المعرفية :

(72)-حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 339.

(73)-المرجع نفسه، ص 340.

(74)-محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 371.





أ- تباين المهارات الاتصالية بين الطبقات، فغالبا ما يكون هناك تباين في التعليم، والتعليم يعد الفرد للعمليات المعرفية الأساسية مثل القراءة والحديث والتذكر.

ب- تباين قدر المعلومات المخزنة أو ما يسمى بالخلفية المعرفية السابقة، والطبقات الأعلى ربما تكون قد اكتسبت المعرفة حول موضوعات ما خلال مراحل التعليم أو التعرض السابق لوسائل الإعلام.

ج- أهمية التواصل الاجتماعي لدى الطبقات الأعلى، وبالتالي نجدهم يشاركون غيرهم ممن يعرضون إلى موضوعات الشؤون العامة أو الأخبار العلمية، ويدخلون في مناقشات مع الغير حول مثل هذه المعلومات.

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

هـ- طبيعة نظام وسائل الإعلام نفسه والذي نلاحظ اتجاهه أكثر إلى الطبقات الأعلى، كما أن الكثير من موضوعات الشؤون العامة والعلوم تظهر في الوسائل المطبوعة، وهذه تناسب اهتمامات وتعرض الطبقات الأعلى.

وكما يرى "دينس ماكويل" وهو يشير إلى الخصائص المميزة التي تساعد الفرد على تبادل المعلومات، وتسهل له عملية الاتصال وهو ما يفسر مفهوم القدرة الاتصالية بمعاني الحصول على قيمة معينة في الحياة.

وتعتمد القدرة الاتصالية على ثلاث أنماط من الخصائص هي:

أ- الخصائص الشخصية .. مثل القدرة على الملاحظة والحديث والقدرات المكتسبة مثل اللغات ومهارات استخدام

وسائل الكتابة والاستماع... اتجاهاته وسماته الشخصية.. الخ.

ب- خصائص تعتمد على مركز الفرد الاجتماعي والتي تحددها متغيرات مثل: الدخل - والتعليم - العمر - والنوع .. الخ.

ت- خصائص البناء الاجتماعي الذي ينتمي إليه الفرد، وهنا عامل مهم في تحديد أدوار الأفراد في الجماعات الأولية

والثانوية في عمليات الاتصال، وفي هذا الإطار يوضع في الاعتبار السياق الاجتماعي كنظام للاتصال.

والقدرة الاتصالية تساعد الفرد على اكتساب قيم معينة والوصول إلى أهداف ما، مثل خبرة التماسك والتضامن التي

تؤثر في حياة الفرد والمجتمع.

وبالتالي فإنه يمكن النظر إلى فرض أو نموذج الفجوة المعرفية من خلال تحديد الأنماط السابقة من الخصائص باعتبارها

متغيرات سببيه مستقلة تؤثر بالتالي في درجة تحقيق الأهداف واكتساب القيم باعتبارها متغيرات تابعة، وبمنظور أوسع

يكون الفرض التالي: أنه في حالة وجود تباين في القدرات الاتصالية بين مختلف الجماعات، فإنه سينتج عنه بالتالي

تباين منتظم في تحقيق الأهداف والقيم الخاصة بالجماعات<sup>(75)</sup>.

## 5- قياس فروض نظرية الفجوة المعرفية

يتم قياس فروض الفجوة المعرفية عبر طريقتين:

(75)-توفيق حميد كاطع: فجوة المعرفة، الحوار المتمدن، [www.ahewar.org/debat/show.art.asp](http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp)، (2017/03/28).



**الأول: مرتبط بعامل الزمن:** فالموضوعات الأكثر صعوبة تنتشر بين الأفراد الأكثر تعليماً، وبالتالي سيكون هناك خلل في التوازن الاجتماعي المعرفي، فتصبح هناك ضرورة للبحث عن حل يحفظ هذا التوازن، ولقد ورد هذا التوازن عندما تحدث "دونوهيو" وزملاؤه عن احتمال سد الفجوة المعرفية، إذا ما تمكنت الجماعات الأقل تميزاً من الحصول على المعلومات للتحاق بالجماعات الأكثر في الكم المعلوماتي والمعرفي، والتي وصلت إلى مرحلة التشبع المعرفي، وبالتالي فهي لا تقوم بعملية البحث عن معلومات جديدة، وفي هذه الحالة تتحقق المساواة، عندما تكون القضية أو المسألة محل الاهتمام العام، أو عندما تظهر في مناخ من الصراع الاجتماعي، وعادة ما يحدث هذا التساوي عندما تكون الجماعة صغيرة الحجم أكثر من الجماعات الكبيرة الحجم.

**الثاني: الوقت الذي تخصصه الوسيلة الإعلامية لتغطية موضوع أو قضية معينة:**

فكلما زاد الوقت الذي تخصصه الوسيلة الإعلامية لتغطية موضوع معين زاد احتمال تناقص الفجوة المعرفية بين الفئات الأعلى، والفئات الأقل في المستوى الاجتماعي والاقتصادي.<sup>(76)</sup>

### –متغيرات قياس بحوث الفجوة المعرفية

تعتمد بحوث فجوة المعرفة على قياس عدد من المتغيرات، والتي من أهمها:

- المستوى الاجتماعي/الاقتصادي للأفراد.
  - المستوى التعليمي للأفراد.
  - درجة الاهتمام بالموضوع أو القضايا المثارة.
  - حجم التعرض لوسائل الاتصال.
  - مدى الاستغراق في التعرض.
  - درجة الدافعية.
  - رصيد الخبرة الشخصية السابقة.
  - طبيعة الموضوع أو القضية المثارة.
  - كثافة التغطية الإعلامية للموضوع أو القضية.
  - المتغيرات الديموغرافية للأفراد (النوع، السن، المستوى الاجتماعي، المستوى الاقتصادي، درجة التعليم، الخلفية السابقة... الخ.
- (77)

### 6- الانتقادات الموجهة لنظرية الفجوة المعرفية

(76)–منال هلال المراهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص ص 398-399.

(77)–المرجع نفسه، ص ص 401-402.



أ- إن هذه النظرية قد عجزت عن الكشف بالتحديد عن المستنتجات المنسوبة إلى إمكانية وجود وسائل التعليم بما في ذلك وسائل الإعلام، مما يمكن التسليم به هو أن هذه الإمكانية لها التأثير الفعال على ارتفاع مستوى المعرفة خاصة إذا توجت هذه الإمكانية بالاستخدام الفعلي لهذه الوسائل.

ب- تختلف هذه الفرضية عن منظور التغيير الإنساني الذي لن يبحث عن تحقيق المساواة في المعرفة في إطار نفس النظام الاجتماعي والإعلامي، وذلك لأنه يفترض أصلاً عدم المساواة الاجتماعية والاقتصادية والمعلوماتية في النظم الاجتماعية القائمة.

ج- ارتبطت فرضية الفجوة المعرفية بمرجعية المجتمعات الغربية المتقدمة، وعبرت فرضيات تيشنور وزملاؤه عن ذلك حيث افترضوا: \*أن الفئات ذات المكانة الاجتماعية الدنيا لن تحرم تماماً من المعرفة.

\*أن التعليم يعد مؤشراً ثابتاً يعكس المكانة الاجتماعية الاقتصادية.

د- لم تنجح النظرية في أن تقدم رؤية شاملة حسب النموذج المقدم ليفسر حدوث الفجوة المعرفية، بالإضافة إلى تركيز أصحاب هذه النظرية على الفجوة وأسباب حدوثها، دون النظر إلى أسس وأساليب التغلب على هذه الفجوة.

هـ- هناك من يرى أن تطور تكنولوجيا الاتصال يمكن أن يكون عاملاً وليس كما ذكرت النظرية مساعداً في حدوث الفجوة، بل في التقليل منها من خلال إتاحة كم من المعلومات لا يستطيع الفرد العادي التوصل إليها بسبب نقص الحرية التي تعاني منها الوسائل التقليدية، بعكس الانترنت، الذي جاء كنافذة حرة، فمثلاً لا تستطيع منظمات المجتمع المدني استخدام الانترنت بحرية ولا تستطيع استخدام الوسائل التقليدية.

و- هناك بعض المتغيرات التي أهملتها النظرية ولم تركز عليها، مثل طبيعة وحجم تأثير الاتصال الشخصي من خلال الجماعات التي ينتمي إليها الفرد، فقد تقوم هذه الجماعات بالتدخل إما بالدعم أو التغيير أو التشويه للمعلومات التي حصل عليها الأفراد. (78)

## ثانياً: نظرية التماس المعلومات

ركزت هذه النظرية على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر الاتصال المختلفة، والتعرف على العوامل التي تؤثر في هذا السلوك، وبالتالي فإن هذه النظرية تستهدف متلقي الاتصال بدلاً من القائم بالاتصال أو الرسالة الإعلامية (79).

### 1- عوامل التماس المعلومات

وهذا النموذج متأثر بأعمال "وستلي" وزميله "بارو"، وبالأعمال التي ركزت على الجوانب الانتقائية للتعرض التي أشار إليها "بيرلو"، فقد حاولت دراسات كثيرة اختبار الفرضية القائلة بأن التعرض الانتقائي للناس يجعلهم يختارون المعلومات التي تدعم مواقفهم كما يذهب إلى ذلك الباحث "تشارلس أكتن"، فوجدوا بأن هناك عوامل أكثر أهمية من مجرد رغبة المتلقي في الحصول على المعلومات التدميمية، ومن هذه العوامل ما يلي:

(78)- المرجع نفسه، ص ص 406-407.

(79)- حسن عماد مكاوي وويلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 337.



- **توظيف المعلومات** واستخدامها في إشباع حاجات المتلقي وتحقيق مصلحته إذ يسعى المرء للحصول على المعلومات ويقوم بتوظيفها بشكل فوري أو آجل إذا ما احتاج إليها.
- **التماس للترفيه**: فقد يشتري المرء كتابا جادا ومن خلاله يقضي وقتا يستمتع به، وقد يشاهد برنامجا وثائقيا في التلفزيون ليقتضي وقت فراغه.
- **الخصائص الشخصية**: فكل شخص يتوجه لطلب المعلومات ويسعى للحصول عليها انسجاما مع خصائصه الشخصية، فعلى سبيل المثال يسعى الشخص المثقف أو الأكاديمي للحصول على المعلومات بطريقة تختلف عن الشخص غير الأكاديمي.
- **بنية المجتمع**: إن بنية المجتمع لها سيطرتها على المعلومات وتؤدي إلى تشكيل طريقة استخدام جمهور وسائل الاتصال وتقبلهم لوسيلة معينة كمصادر للأخبار، ففي المجتمع الذي تسوده التعددية سوف تختلف مصادر المعلومات في عن مجتمع يعتمد على نظام تسيطر فيه الدولة على وسائل الاتصال.
- **الحاجة إلى التنوع**: وهذه لها علاقة بالإمكانيات الاقتصادية والحاجات النفسية وكثرة الوقت<sup>(80)</sup>.

## 2- مراحل التماس المعلومات

وقد أوضح "هايلد" جار أن عملية التماس المعلومات تشتمل على ستة مراحل وهي:

- **الشروع أو البدء**: ويمثل مرحلة تحديد الهدف من التماس المعلومات.
  - **الاختيار**: ويمثل المرحلة التي يقوم فيها المشاركون بمناقشة كيفية تقسيمهم لعملية التماس المعلومات، ثم الشروع بالبحث والالتماس.
  - **الاستكشاف**: ويتم تخطيط ذلك على عدد من أسئلة البحث التي يستخدمها الفرد.
  - **الصياغة**: وهي المرحلة التي يتم فيها بلورة طريقة البحث عن المعلومات.
  - **الجمع**: وهي مرحلة تجميع المعلومات التي تم الحصول عليها من عملية البحث.
  - **التقديم أو العرض**: وتتمثل في الاستجابة التي يقوم بها الأفراد بعد تعرضهم للمعلومات التي تم جمعها.
- وقد انتهت الدراسات الخاصة بنظرية التماس المعلومات إلى العديد من النتائج أهمها:
- إن سلوك التماس المعلومات هو سلوك قابل للقياس علميا.
  - اختلاف أهداف التماس المعلومات من شخص إلى آخر، وتحدد غالبا في المعرفة والتسلية.
  - تتعدد النشاطات المصاحبة لسلوك الالتماس وفقا لطبيعة المعلومات التي يحتاجها الأفراد.
  - يتحدد نوع مصدر المعلومات وفقا لطبيعة المعلومات ونشاط الأفراد.

<sup>(80)</sup> -برهان شاوي: مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2014، ص ص 169-170.



■ يتوقف التماس المعلومات من مصدر معين على:

- سهولة الوصول إلى مصدر المعلومات.
- درجة الثقة في مصدر المعلومات.
- سهولة التعامل مع مصدر المعلومات.
- التأثير القوي للاتصال الشخصي كمصدر للمعلومات، وأنه يحظى بدرجة عالية من الثقة.
- وسائل الإعلام الجماهيري ليست المصدر الأول في التماس المعلومات دائماً، فبعض القضايا يدركها الجمهور من مصادر متعددة، كقضايا السياسة الخارجية عندما تختلف مع سياسة المجتمع أو السياسة الإعلامية.
- تقنيات الاتصال الحديثة خاصة الإنترنت تصدرت قائمة مصادر المعلومات في بعض الدراسات.
- هناك متغيرات عديدة تتصل بسلوك التماس المعلومات وتؤثر عليه كالتعليم والنوع ومستوى المعرفة.
- تناولت الدراسات سلوك التماس المعلومات في مواقف متعددة مثال التماس المعلومات في أوقات الأزمات، والتماس المرضى للمعلومات<sup>(81)</sup>.

### 3- فرضية النظرية

اقترح "دوئيهيو" ورفاقه نموذج التدفق لطلب المعلومات، الذي يفترض وجود حوافز أو منبهات تؤدي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة ما، أو مقارنتها بما لديه من قيم ومعارف سابقة بهدف القدرة على التعامل مع المواقف الجديدة، وهناك عناصر أخرى ترتبط بالمواقف التي تؤثر على بحث الفرد عن المعلومات مثل: قيود الوقت ومحدوديته، ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع.

وفيما يتعلق بنوع المعلومات التي يبحث عنها الفرد، فقد يستخدم ما أطلق عليه "دوئيهيو" "إستراتيجية البحث المجازف"، التي تعتمد على مصدر معين أو على عدة مصادر أساسية، أو بإتباع كل ما يستطيع الفرد جمعه من معلومات، ثم يتم تصنيف هذه المعلومات وتحليلها وربطها بالخبرة السابقة للفرد.

ويشتمل النموذج كذلك على تحديد أنواع مصادر المعلومات الرسمية مثل: الكتب والخبراء، والمصادر غير الرسمية مثل: الأقران والجماعات المرجعية، كما يشتمل النموذج على تحديد النقطة التي يكتفي عندها الفرد في التماس المعلومات فيقرر إغلاق دائرة سعيه للحصول عليها بعد أن يشعر أنه جمع معلومات كافية تساعده في اتخاذ القرار المناسب، ويتم بعد ذلك قيام الفرد بنوع من السلوك مثل: مراجعة صورة الواقع نتيجة للمعلومات الجديدة، أو تدعيم المعتقدات الموجودة، أو تغييرها<sup>(82)</sup>.

وقد أجريت دراسات أخرى حول هذه النظرية التي نظرت إليها من حيث الانتشار والاختيار على المستوى الجمعي خلافا لما اقترحه "دوئيهيو" وزملاؤه من طلب المعلومات على مستوى الأفراد، فقد توصل "أولين" Olien وزملاؤه إلى أن أبنية المجتمع تميل إلى

(81)- منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 410.

(82)- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 338.



تحديد استعمالات المواطنين للوسائل الإعلامية والاتصالية المختلفة، وأن نوع هذه الوسيلة التي تغطي مجتمعا ما لها صلة بتفصيلات هذا المجتمع لوسيلة دون أخرى كمصادر للأخبار، ذلك أن بنية المجتمع تشكل طريقة استخدام الناس لمختلف وسائل الإعلام والاتصال من حيث تفضيلهم النسبي لها كمصدر للأخبار، كما تعد عنصرا رئيسيا في السيطرة على المعلومات بما يختلف معه نمط وترتيب المعلومات بالنسبة للفرد المتوسط من مجتمع لآخر. (83)

#### 4- الانتقادات الموجهة لنظرية التماس المعلومات

- إسقاط هذه النظرة على واقع الحال يفندها، ذلك أن وسائل الإعلام في المجتمعات الحالية-على الأقل العربية-تفرض نفسها على جمهورها، ولا تتماشى قط وحاجاته أو رغباته بغض النظر عن الجدلية القائمة بين هذه الشائبة، لا سيما بالنظر إلى تلك المحلية أي بالتركيز على هذا النمط من المجتمعات التي يتاح لوسائل الإعلام فيها فرص أكبر لإجراء هذا النوع من الدراسات، لكن الملاحظ أنها تتبنى دراسات أخرى شبيهة ب"دراسات السوق" فتدعي أنها تلبي حاجات الجمهور في الوقت الذي لا تعنى إلا بعنصر المنافسة بينها، بما يدفعها إلى تقديم ما تعتبره يلقي إعجاب المتلقي، فلا تعمل بالتالي إلا على خلق حاجات جديدة للأخير لا صلة لها بواقعه ومتطلباته الفعلية.

- افتراض إخضاع وسائل الإعلام لتفضيلات الجمهور تخفيض لنشاطه إزاءها، أي أن التصديق بهذا التعميم (بأن وسائل الإعلام التي تغطي مجتمع معين تتوافق ومتطلبات أفراده) يعمل على إخماد الجوانب الانتقائية لدى المتلقي، التي تفترضها النظرية أيضا، لإدراكه مسبقا بأن وسائل الإعلام المتوافرة تقدم له المحتويات التي تعينه، وبالتالي يتعرض لها بنشاط أقل، ويتعامل مع موادها المتاحة بشكل أقل رغبة، إذ يفترض مسبقا توافرها ومواقفه، وعلى هذا النحو يسقط "التعرض الانتقائي" كفرض في النظرية من أساسي إلى فرعي.

- بناء عليه يفترض أن يتم التنظير انطلاقا مما هو أصل لا مما هو عارض، فيصبح مصدر لالتماس المعلومات المؤيدة لمواقف الأفراد الراهنة، لأن الفرض السابق "التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تدعم مواقفهم الحالية" يوحي بأن الأفراد يبذلون جهدا معتبرا لاختيار المعلومات المساندة لمواقفهم، في الوقت الذي ليسوا هم فيه كذلك، فالنظرية تتحدث عن وسائل إعلام تأتي أساسا لأجل هذا التعزيز، وأفراد مجتمع معين أعلم بطبيعة الوسائل المتوافرة فيه (84).

ثالثا: نظرية التأطير الإعلامي (تحليل الإطار الإعلامي)

ملخص النظرية

(83)- معد عاصي علي ودحام علي حسين: "أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي"، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، كلية الآداب، ص ص 706، 708.

(84)- منال هلال المزهرة: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص ص 412-413.



نظرية تحليل الإطار الإعلامي هي نظرية تدرس ظروف تأثير الرسالة الإعلامية، وتقوم هذه النظرية على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية، هذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة.

تأطير الرسالة الإعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات، يعني عندما يقع حدث معين فالحدث قد لا تكون له دلالة كبرى عند الناس، ولكن وسائل الإعلام تصفه في إطار إعلامي من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين حتى يصبح هاماً في قلب الإطار الاجتماعي كله.

## 1- التعريف بالنظرية

تعد نظرية "تحليل الإطار الإعلامي" واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا.

حيث تفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهما من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.

**فالإطار الإعلامي:** هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة، والإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة، وتحديد أسبابها وتقييم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها<sup>(85)</sup>.

ويعرف "جوفمان" الإطار الإعلامي بأنه: "بناء محدد للتوقعات التي تستخدم لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما".

ولذلك فإن عملية بناء الأنساق المعرفية أو الأطر الإعلامية تعتمد بداية على ما هو قائم من رموز وتلميحات واستخدامها في تأكيد أو تعزيز المعاني الاتصالية في وسائل الإعلام<sup>(86)</sup>.

وعرف "انتمان" الإطار الإعلامي بأنه: "عملية اختيار عناصر قليلة من الحقيقة المحسوسة وإلقاء الضوء عليها لترويح وتفسير وتحقيق هدف معين".

ويعرف الإطار من المنظور الإعلامي بأنه: "الحديث عن موضوع أو قضية ما من خلال طرق وأساليب تحدد أو تبرز مجالاً معيناً أو أفكاراً بعينها في هذا الموضوع، وفي الوقت ذاته تتجاهل مجالات وأفكار أخرى<sup>(87)</sup>".

(85) -حسن عماد مكاوي ويليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 348-349.

(86) -محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 402.

(87) -نسرين حسونة: نظريات الإعلام والاتصال، 2015، ص 22، شبكة الألوكة: [www.alukah.net](http://www.alukah.net)





فهي إذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية. والإطار الإعلامي يحاول أن يشابه ويمثل بين ما يدركه الناس في حياتهم اليومية، وبين بناء الرسالة وتشكيلها كما تفعل الوسيلة الإعلامية، بمعنى أن الوسيلة الإعلامية لا تهدف إلى التغيير أو بناء قيم جديدة ولكنها تهدف أكثر إلى الاستفادة من الفهم العام الموجود.

وكما يرى "انتمان" المنظر الأبرز لهذه النظرية أن تأثير الأطر الإعلامية على الرسالة لا يتم عبر تشكيل الإطار بشكل متعمد فقط، بل يتحقق بالحذف والتجاهل والإغفال المقصود وربما غير المقصود من القائم بالاتصال.

## 2- افتراض النظرية

تفترض البحوث الخاصة بالأطر الإعلامية فرضاً علمياً وهو أن تركيز وسائل الإعلام في رسائلها على جوانب بعينها في القضية دون غيرها من الجوانب، أي تحديدها لأطر خبرية بعينها، يؤدي ذلك بدوره إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها أفراد الجمهور عندما يفكرون في هذه القضية ويشكلون آراءهم بشأنها (88).

ويشير "انتمان" إلى إمكانية تناول الأطر الإعلامية وفق مستويين أساسيين:

يتعلق **المستوى الأول**: بتحديد مرجعية تساعد في عملية تمثيل المعلومات واسترجاعها من الذاكرة مثل: استخدام إطار الحرب الباردة في المجتمع الأمريكي للتمييز بين الأصدقاء والأعداء في الشؤون الخارجية.

ويتعلق **المستوى الثاني**: بوصف السمات التي تمثل محور الاهتمام في النص الإعلامي، ومن خلال التكرار والتدعيم يتم إبراز إطار بعينه ينطوي على تفسيرات محددة تصبح بدورها أكثر قابلية للإدراك والتذكر من جانب الجمهور الذي يتعرض باستمرار لتلك الوسيلة الإعلامية (89).

## 3- وظائف تحليل الإطار الإعلامي

ويحدد "انتمان" أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامي هي:

- تحديد المشكلة أو القضية.
- تشخيص أسباب المشكلة.
- وضع أحكام أخلاقية.
- اقتراح سبل العلاج.

**مثال 1:** قضية "العنف السياسي"، يمكن أن تتناولها الوسيلة الإعلامية في إطار الاهتمامات الأمنية، ومن ثم فإن تحديد الأمن الداخلي يصبح هو المشكلة، ويمكن إيعاز السبب في ذلك إلى وجود جماعات إرهابية، وقد تتمثل الأحكام الأخلاقية في اعتناق

(88) - المرجع نفسه، ص ص 24-25.

(89) - حسن عماد مكاوي ولبلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 349.



تلك الجماعات لأفكار خاطئة مضادة للمجتمع، وقد يكون اقتراح سبل العلاج من خلال تكثيف المواجهات الأمنية للعمليات الإرهابية، أو من خلال تحسين المستوى الاقتصادي والقضاء على البطالة، أو الاهتمام بالتوعية ضد الجريمة<sup>(90)</sup>.

**مثال 2:** في الحرب الأمريكية على العراق في مارس 2003 اعتمد الخطاب الإعلامي الأمريكي على الاهتمامات الأمنية للمواطن الأمريكي لدعم وتأييد فكرة الحرب على الإرهاب وأسلحة الدمار الشامل التي تهدد الأمن الأمريكي، وذلك كسياق لتطور الوقائع والأحداث ووضعها في إطار يتفق مع الخبرات الأولية والحقائق المهيمنة في الحياة اليومية للمواطن الأمريكي منذ أحداث سبتمبر 2001 في أمريكا، والإطار الإعلامي في هذه الحالة يمثل واقعا مدركا لدى المواطن الأمريكي تَمَثَّلُ في عملياته المعرفية وأصبح نسقا معرفيا يسهل استدعاؤه واستخدامه في تعزيز الاتجاه نحو الأحداث والوقائع الجديدة.

وتجد فكرة تشكيل الأطر الإعلامية أصولها في علم النفس التي ترى أن التعديلات التي تدخل على تعريفات الأحكام تؤدي إلى تغيير فيها، ويربط علم الاجتماع تشكيل الأطر في وسائل الإعلام بالثوابت من القيم والمعتقدات، ومن هنا كانت الفكرة الرئيسية لتشكيل الإطار الإعلامي على أنه تنظيم للأحداث وربطه بسياقات معينة ليكون للنص أو المحتوى معنى معيناً. ولذلك فإن الإطار الإعلامي المستخدم، وإن كان يجذب الانتباه بداية إلى موضوع المحتوى الإعلامي، لكنه في النهاية يستهدف التأثير وإقناع الجمهور، من خلال تدعيم جوانب معينة في إطار الواقع المدرك وتقديمها وجعلها أكثر وضوحاً وبروزاً عن غيرها. ومن هنا كان تفضيلنا لعرض الفكرة العامة لتشكيل الإطار الإعلامي على أنها عملية هادفة تقوم بها وسائل الإعلام، والقائمون بالاتصال فيها بإعادة تنظيم المحتوى الإخباري ووضعها في إطار من أطر اهتمامات المتلقين وإدراكهم، أو الاقتناع بالمعنى أو المغزى الذي يستهدفه بعد إعادة التنظيم<sup>(91)</sup>.

#### 4- أنواع الأطر الإعلامية

ويجب التفريق بين نمطين أساسيين للأطر الإعلامية هما:

أ- الإطار المحدد المرتبط بوقائع ملموسة: وهو يركز على شرح القضايا المثارة من خلال طرح نماذج ملموسة ووقائع محددة مثل: حادث اغتيال-انفجار مبنى.

ب- الإطار العام: وهو عكس السابق، يعالج القضايا المثارة في سياق مجرد أو يتسم بالعمومية مثل: إرجاع الأسباب إلى الأوضاع السياسية والاقتصادية السائدة، أو بسبب التغيرات الاجتماعية، أو المتغيرات الدولية. وتشير دراسات عديدة سابقة إلى أن استخلاص الجمهور لأسباب قضية أو مشكلة ما وسبل علاجها يرتبط إلى حد كبير بنوع الإطار الإعلامي الذي يستخدمه القائم بالاتصال في شرح أبعاد تلك القضية<sup>(92)</sup>.

#### 5- عملية تكوين الأطر الإعلامية والعوامل المؤثرة فيها

<sup>(90)</sup>-المرجع نفسه، ص ص 348-349.

<sup>(91)</sup>-محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 403.

<sup>(92)</sup>-حسن عماد مكاوي ويليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 350.



## -عملية تكوين الأطر

يعد بناء الأطر ممارسة إعلامية أساسية، فاختيار الإطار المناسب لتقديم القضية يعد أهم قرار يتخذه الإعلامي، وتعود هذه الأهمية إلى أن الاعتقاد الراسخ بأن الأطر هي التي تمنح المعنى للأحداث والقضايا، خصوصاً عندما تستخدم الصورة المناسبة للحدث التي لديها القدرة على جذب اهتمام المتلقي.

ولذا فإن قرار بناء إطار معين لقضية معينة ونشرها بطريقة معينة يعتمد على أسلوب السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية، والقيم المهنية، والأحكام الفردية، وعوامل أخرى، وعليه فإن تأطير الأخبار هي مجموعة عمليات تمر بها الأخبار بدلاً من النشر الفوري للأخبار<sup>(93)</sup>.

ويتضمن تحليل الإطار الإعلامي ثلاثة مكونات أساسية هي:

- البناء التركيبي (الشكلي) للقصة الإخبارية.

- الفكرة المحورية.

- الاستنتاجات الضمنية<sup>(94)</sup>.

## 6- العوامل المؤثرة في تكوين الأطر

حدد (Scheufele) ثلاث عوامل تؤثر على بناء الإطار الإعلامي:

أ- المؤثرات المرتبطة بالصحفي، والتأثيرات المركزية التي تتضمن الأيديولوجية، والاتجاهات، والمعايير المهنية، وهي الأمور التي تنعكس في النهاية على الطريقة التي يصيغ بها الصحفي التغطية الخبرية.

ب- التوجه السياسي للوسيلة الإعلامية وأسلوب العمل المتبع داخل المؤسسات الصحفية.

ج- تأثير المصادر الخارجية مثل ( الرموز السياسية، والسلطات، أصحاب المصالح والضغط، والمعايير والقيم الاجتماعية).

وذكر (Shoemaker) عوامل أخرى تؤثر في بناء الإطار الإعلامي:

**المستوى الفردي:** ويشمل الآراء، والقيم الشخصية، ومستوى التعليم ونوعه، والخلفية المعرفية وسنوات الخبرة

**المستوى المؤسسي:** ويشمل سياسة المنظمة وتأثير رؤساء وزملاء العمل والرضا الوظيفي.

**المستوى المهني:** ويشمل معايير القيم المهنية، وموثيق الشرف، وطبيعة الدور المهني.

**المستوى الاجتماعي:** ويشمل السلطة، والقيود التشريعية، والأيديولوجية، والجمهور العام، وجماعات الضغط.

ووفقاً ل(Wolts feld) فهناك خمسة متغيرات أخرى يعزى إليها تحديد الأطر الإعلامية وهي:

■ مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام.

■ مصادر الأخبار.

(93)-نسرین حسونة: نظريات الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص 28.

(94)-حسن عماد مكاوي ويليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 349.



- أنماط الممارسة الإعلامية.
- المعتقدات الأيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال.
- طبيعة الأحداث ذاتها (95).

## 7- التأطير في النص والمتلقي، ولدى القائم بالاتصال

### - التأطير في النص الإعلامي

يرى بعض الباحثين أن مصطلح (التأطير الإعلامي) قريب من مفهوم (إعداد الأجندة أو ترتيب الأولويات)، لأن عملية التأطير تتضمن اختيار عناصر وجعلها موضع الاهتمام والتفكير، بينما ينتقد آخرون هذه الرؤية التي تعامل التأطير كمستوى ثان من إعداد الأجندة معتبرا ذلك تقليصا لإرث التأطير، وفي ردهم على ذلك يفندون أن أبحاث التأطير نشأت من بحوث اجتماعية، بينما نشأت نظرية ترتيب الأولويات ردا على قصور نظريات التأثير الإعلامي.

### - التأطير بالنسبة للمتلقي

تؤثر الأطر ضمنا على فهم وإدراك وتفسير المتلقي للمادة الإعلامية، كما تضيف معنى وتماسكا في تفسير القضايا.

### - التأطير لدى القائم بالاتصال

يستفيد الإعلاميون (القائم بالاتصال) من التأطير في عملهم، ولا يمكن للإعلاميين أن يصنعوا موادهم الإعلامية بفاعلية دون أن تكون لديهم أفكار مسبقة حول كيفية ترتيب عناصر المادة الإعلامية (96).

### - استخدامات نظرية الأطر ومجال تطويرها

استخدمت الأطر في دراسات خاصة بالانتخابات والتصويت، كما استخدمت في دراسة لمعرفة طبيعة العلاقة القائمة بين المتفاعلين في عملية الاتصال الشخصي، كما استخدمت في أطر الرسالة الإعلانية، واستخدمت الأطر في تحليل الأطر الخبرية في العديد من دراسات الرأي العام.

ويرى "دايترام" Daetram إلى أن تطور نظرية الأطر (تحليل الأطر) وصولا إلى نظرية متكاملة يتطلب ما يلي:

- يجب تصنيف الأطر إلى أطر خبرية، أو فردية، أي تلك التي تتعلق بمعارف أفراد الجمهور وخبراتهم بشأن القضايا المختلفة معزل عن وسائل الإعلام، كما يجب تحديد موقع هذه الأطر، هل يتم دراستها على أنها متغير مستقل أم متغير تابع.
- يجب النظر إلى التأطير باعتباره عملية تتضمن العديد من المتغيرات، والتي تشمل العوامل المؤثرة في بناء الأطر، ومعارف الرأي العام واتجاهاته، والأطر الفردية للجمهور.
- إحداث تكامل بين رؤية الباحثين المهتمين بدراسة الأطر التفسيرية التي تطرحها وسائل الإعلام للقضايا، وبين رؤية الباحثين الذين ينظرون للأطر الخبرية أنها تمثل المستوى الثاني لتأثير وسائل الإعلام في وضع أولويات اهتمامات الجمهور.

(95)-نسرين حسونة: نظريات الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص 31.

(96)-كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، د ط، الجمهورية السورية، 2020، ص 164.



■ الاهتمام بتطوير أساليب وطرق قياس معارف الأفراد واتجاهاتهم كيفياً مثل: استخدام جماعات النقاش المركزة<sup>(97)</sup>.

## المحور الرابع: نظريات الإعلام الجديد

يمثل الإعلام الجديد مظهراً جديداً كلياً، ليس في إطار دلالات علوم الاتصال فقط، ولكن في مجمل ما يحيط بهذا النوع المستحدث من الإعلام من مفاهيم خاصة كونه مازال في معظم جوانبه حالة جنينية لم تتبلور خصائصه الكاملة بعد. وبرغم التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلا أنها لم تلغ وسائل الاتصال القديمة ولكن طورتها بل غيرتها بشكل ضخم، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حيث أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بالطابع الدولي أو العالمي.

### - مفهوم الإعلام الجديد

بداية لا بد من توضيح أن مصطلح الإعلام الجديد هو مصطلح حديث العهد، مثير للجدل، لم يجد تعريفاً واحداً بين منطري العلوم الإنسانية نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته وعكس هذا المصطلح في بداياته التطور التقني الكبير الذي طرأ على استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في الإعلام، ولاحقاً بعد ثورة الانترنت، أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على هذه الشبكة العنكبوتية العملاقة. ويقف هذا المصطلح أمام رؤيتين، الأولى هي الإعلام الجديد بوصفه بديلاً للإعلام التقليدي، والثانية هي الإعلام الجديد بوصفه تطوراً لنظيره التقليدي.

### - ومن تعريفات الإعلام الجديد

أ- تعريف قاموس التكنولوجيا الرقمية: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة."

ب- وعرفه ليستر: "هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.

ج- هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائط المتعددة.

د- وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض، وتصنف التفاعل المباشر، وتلتزم من المتلقي انتباهها، وتدمج وسائط الإعلام التقليدية، أو هو كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي.

هـ- هو الذي تولد من التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم باعتبار أنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات.

(97)- المرجع نفسه، ص 164-165.



يتضح من خلال العرض السابق للتعريفات أن هناك حالتين تميزان الإعلام الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت مع بعضها البعض فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي التي تميزه وهي أهم سماته.

كما أن فكرة الجودة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وهما تأتان كنتيجة لميزة رئيسية هي (التفاعلية).<sup>(98)</sup>

### - المداخل النظرية في مجال استخدام وسائل الإعلام الجديدة

لقد صاحب انتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة تأثيرات عديدة وخاصة فيما يتعلق بعملية الاتصال الجماهيري بشكل عام، وتتضمن تلك التأثيرات إعطاء المستخدم فرصة أكبر للتحكم في عملية الاتصال فقد أصبح للجمهور دوراً فعالاً في المشاركة في إنتاج المضامين ولم يعد القائم بالاتصال هو المسئول الوحيد عن اختيار الرسائل والمضامين الإعلامية وفرضها على الجمهور، وهذا التحول يشير إلى ضرورة وجود نظريات تهتم بالطرق التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام.

### أولاً: تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباع على استخدامات الإنترنت

حدد Roggiero خصائص الاتصال المستعين بالحاسبات الإلكترونية والتي جعلت باحثي الاستخدامات والإشباع يقومون بدراسته وتمثل في:

- **التفاعلية** : فهي تؤكد بقوة جوهر فكرة الاستخدامات والإشباع للمستخدم النشط ، لأن التفاعلية في الاتصال الجماهيري تعني درجة السيطرة التي يملكها المشاركون في العملية الاتصالية و أيضا القدرة على تغيير القواعد في هذا الاتصال التفاعلي.
- **الانتقائية**: وتعني قدرة مستخدم الوسيلة على الاختيار من قائمة متنوعة جدا، فعلى عكس الوسائل التقليدية نجد أن الإنترنت تمتلك خصائص انتقائية تمكن الأفراد من تكييف الرسائل وفقا لاحتياجاتهم.
- **التزامنية**: وتعني أن الرسائل تصل في نفس الوقت، فمستخدم البريد الإلكتروني يمكنهم قراءته في أوقات مختلفة، ويتفاعلون في الوقت المناسب لهم ، وتعني التزامنية أيضا قدرة الفرد على إرسال واستقبال وحفظ الرسائل في الوقت الملائم له، فعندما تصبح الرسائل رقمية تكون القدرة على معالجتها غير محدودة، وتسمح للأفراد بمزيد من السيطرة<sup>(99)</sup>.

، تاريخ الزيارة: [www.academia.edu](http://www.academia.edu) - نسرين حسونة: الإعلام الجديد- المفهوم والوسائل والخصائص، /<sup>98</sup>

.2019/10/18

٩٩-بشينة حمدي: "تفاعل الجمهور الجزائري مع مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية-دراسة ميدانية-"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، تخصص علوم الإعلام،<sup>99</sup> قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2016-2017،



## ثانياً: وضع الأجنحة في الإعلام الجديد

تعود بدايات تطبيق نظرية وضع الأجنحة على الوسيلة الجديدة إلى العام 1998 عندما أجرى يون اختباراً لوضع الأجنحة على شبكة الويب العالمية، أراد يون أن يرى ما إذا كان استخدام الطلاب الكوريين بجامعة تكساس لمواقع الصحف الكورية، يؤثر على ترتيب القضايا الاقتصادية الكورية لديهم، وسُئِلَ الطلاب في استقصاء هاتفي عن القضايا الاقتصادية الأهم التي تواجه بلدهم، وحلل يون كذلك محتوى الأقسام الاقتصادية والتجارية في ثلاثة من أكبر مواقع الصحف الكورية على الويب. وانتهت الدراسة في المقارنة بين أجنحة الجمهور وأجنحة مواقع الصحف، إلى أن القضايا التي استحوذت على تصنيف عالٍ على إحدى الأجنحات تميل إلى الحصول على تصنيف مرتفع على الأجنحة الأخرى؛ وهي نتيجة تدعم حدوث أثر وضع الأجنحة بفعل المواقع الإخبارية على الإنترنت.

ومن إشكاليات فرضية وضع الأجنحة أن الأفراد الذين يتعرضون بشكل أبكر لوسيلة إعلامية معينة، ينبغي أن يعكسوا أجنحة هذه الوسيلة أكثر من الأفراد ذوي التعرض الأقل لهذه الوسيلة، لكن هذه النتيجة المترتبة على وضع الأجنحة لم تُحْتَر بشكل بكاف، وهذا ما دفع "يون" إلى اختبار هذه الفرضية لتقرير ما إذا كان التلاميذ الذين يتعرضون بشكل أكبر لصحف الإنترنت أقرب إلى تبين أجنحة هذه الصحف من نظرائهم الأقل تعرضاً لهذه الصحف.

وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى التعرض لمواقع الصحف على الإنترنت وبين درجة الاتفاق مع أجنحة هذه المواقع، حيث اتضح أن هناك تشابهاً أكبر بين الأجنحة الشخصية وبين أجنحة الصحف لدى التلاميذ الذين يتعرضون بشكل أكبر لصحف الويب.

وتتجه البحوث الجديدة في وضع الأجنحة إلى تحديد سمات المحتوى الإعلامي على شبكة الويب التي تجعل القضية بارزة أو تتمتع بأهمية كبيرة، مثل الروابط الفائقة التي يتم اعتبارها آليات للتأطير أو مؤشرات لدرجة الأهمية<sup>(100)</sup>.

كما استفادت دراسات عديدة من مفهوم حراسة البوابة، وانتشار الأفكار المستحدثة، والحتمية التكنولوجية، ونظرية الفجوة الرقمية بدل الفجوة المعرفية، كما ظهرت نظريات أخرى لدراسة الأشكال الإعلامية الجديدة، كوسائل التواصل الاجتماعي، والصحافة الإلكترونية منها النظريات الآتية:

## ثالثاً: نظرية الرصاصة

ص ص 124-125.

(100) -حسني محمد نصر: اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة-دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 10-11 مارس 2015، ص ص 19-20..





على الرغم من وجود اعتقاد عام في أوساط الباحثين بأن نظرية الرصاصة ماتت وأصبحت من الماضي بعد الانشطار النظري الذي أحدثته دراسة خيار الأمة عام 1940م ؛ ولا وجود لها في ضوء النظريات الحديثة للإعلام والاتصال؛ إلا أن النظرية عادت بقوة مرة أخرى في الأوساط الأكاديمية، في ضوء وجود الإعلام الجديد والشبكة العنكبوتية، لعدة أسباب؛ منها:

- إن وسائل الإعلام الرقمي تمتاز بتعدد الرسائل الإعلامية، وتعدد المداخل، وتعدد الوسائل، وهذا يجعل النظرية صالحة للدراسة والبحث؛ حيث إن وسائل الإعلام الرقمي استطاعت أن تخاطب كل الأذواق والاتجاهات فأصبح لها تأثير كبير في تغيير الاتجاهات.

- في الماضي كانت لوسائل الإعلام محدودية في المكان والزمان وهي وسائل تقليدية، تتمثل في الصحف الورقية والإذاعة والتلفزيون، أما الآن وفي ضوء وسائل الإعلام الرقمي أصبحت وسائل الإعلام منتشرة بشكل كبير وزاد عدد الجمهور المتفاعل مع وسائل الإعلام.

- تعتمد وسائل الإعلام الرقمي على مفهوم القوة الناعمة (Power Soft) ، وهو ما يعني القدرة على جذب الجمهور لتلقي مضمون رسالة معينة، بدل التهديد أو الترغيب، وهذا يدل على أن وسائل الإعلام الجديد لها التأثير الفعال والنافذ في الجمهور.

- يتضح بجلاء أن نظرية الرصاصة بعثت من جديد في ضوء ظهور وسائل الإعلام الرقمي، وأصبح الإعلام ذا تأثير كبير في الجمهور، ويستطيع تغيير اتجاهات الجمهور وقناعاته، وهذا يلقي بالعبء على البحوث الإعلامية بتناول النظرية من جديد في ضوء المستحدثات التقنية الرقمية<sup>(101)</sup>.

#### رابعاً: نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية

ظهرت نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية على يد "دافت ولينجل" Daft و Lengel عام 1984 ، وقد عرفا ثراء الوسيلة بأنه قدرة الوسيلة على تغيير الفهم خلال فترة زمنية محددة، فالاتصالات التي نصفها بالثراء هي التي يمكنها التغلب على الاختلافات في الأطر المرجعية لكل من المرسل والمستقبل، كما يمكنها توضيح القضايا الغامضة للوصول لمعنى مشترك في الوقت المناسب، فالوسائل الاتصالية تختلف في قدرتها على تسهيل الفهم ويمكن تصنيف الوسائل حسب درجة الثراء إلى ( مرتفع - منخفض ) وفقاً لقدرتها على تسهيل الوصول لفهم مشترك، فالوسيلة التي تتسم بالثراء تسهل الوصول لفهم سريع ومتعمق، أما الوسيلة التي تتطلب وقتاً طويلاً للفهم والوصول إلى معنى مشترك فتعتبر منخفضة أو فقيرة في درجة الثراء، كما تفرق هذه النظرية بين وسائل الاتصال من حيث درجة ثرائها على أساس قدرتها على تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور.

ووفقاً لهذه المحددات فإن الإنترنت كوسيط إعلامي واتصالي تنطوي على كثير من عوامل الثراء من حيث إمكانية رجوع الصدى وسهولته، ومن حيث تعدد الأشكال الإعلامية التي يمكن من خلالها توصيل الرسالة الاتصالية من المصدر إلى المستقبل، بالإضافة

<sup>101</sup> -محمد علي القعاري: المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي، مجلة علوم الاتصال، مج 02، عدد 06، ديسمبر 2020، دار جامعة أم درمان<sup>101</sup> الإسلامية للطباعة والنشر، ص (1، 44).



إلى ذلك فإن الفضاء السيبراني غير المحدود يقضي على إشكالية المساحة، ويقدم خلفيات توضيحية ومواضيع ذات صلة تشرح وتوضح وتفسر أبعاد الفكرة الإعلامية التي تؤذيها الرسالة الاتصالية<sup>(102)</sup>.

### خامسا: نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام

إن النظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون عليها بأنها نظرية في الإعلام الإلكتروني هي نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام **Mediamorphosis Theory** التي طورها روجر فيدلر في كتابه : **Mediamorphosis** : **Understanding the New Media** الصادر في عام 1997 م ، والتي تشرح العلاقة بين وسائل الإعلام القديمة والجديدة .

وتفترض هذه النظرية التي يطلق عليها البعض نظرية "التحول الرقمي" ، أن وسائل الإعلام القائمة تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة، إذ تعمل كل وسيلة بطريقة أقرب إلى عمل العناصر المشكلة لأي نظام حيوي، ويرتبط تطورها ويعتمد على تطور الوسائل الأخرى المحيطة بها.

ويشير التاريخ إلى أن وسائل الإعلام القديمة والجديدة سوف تتعايش معا، وبالتالي لا يكون الموت هو مصير الوسائل القديمة. وعلى سبيل المثال، فإن راديو الموجات المتوسطة تعايش مع التلفزيون في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، ثم طور البث بموجات (FM) ، لكي يستمر التعايش دون أن يقضي ذلك على البث بالموجات المتوسطة (AM).

وترى النظرية أن التقارب أو الاندماج بين وسائل الإعلام هو تزواج ينتج من تحول كل وسيلة على حدة، فضلا عن إنشاء وسائل جديدة، وعلى ذلك فإن وسائل الإعلام الموجودة اليوم هي نتيجة لاندماجات صغيرة لا تعد ولا تحصى كانت تحدث بين وسائل الإعلام بشكل متكرر طوال الوقت.

والواقع أن ما ذكره "فيدلر" عن التشكل العضوي لوسائل الإعلام يدعمه التطور الكبير الذي حدث في وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة. إذ تقاربت وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الجديدة بشكل أكبر وتحولت هذه الوسائل إلى منصات للنشر بشكل أساسي، وأصبحت كل وسيلة تستخدم إمكانات الوسيلة الأخرى على نطاق واسع، فالصحف الورقية أصبح لها مواقع تفاعلية متعددة الوسائط على الويب، وحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي مثل: فيسبوك وتويتر ويوتيوب وانستغرام

<sup>(102)</sup> -بثينة حمدي: المرجع السابق، ص ص 126-127.



وغيرها، وتطبيقات على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية مكنتها من استغلال كافة الإمكانيات التي أتاحتها وسائل الإعلام الجديدة والاستفادة منها (103).

إضافة إلى اتجاهات نظرية أخرى ظهرت لدراسة الإعلام الجديد، مثل: نظرية تحليل الشبكات الاجتماعية، نظرية المجال العام، نظرية الحضور الاجتماعي، نظرية رأس المال الاجتماعي وغيرها من النظريات الخاضعة للتطورات المتسارعة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، والتطبيقات التي استحدثتها.

---

(103)-حسني محمد نصر: اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة-دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة، مرجع سابق، ص 31-32..



## قائمة المراجع

1. -أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان الطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 2003.
2. أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام-مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، المكتبة العصرية، مصر، ط1، 2009.
3. آرمان وميشال ماتيلار: تاريخ نظريات الاتصال، ت: نصر الدين لعياضي والصادق رابح، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ط1، 2005.
4. إيفريت م. روجرز: الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ت: سامي ناشد، عالم الكتب، القاهرة، دط، 1962.
5. برهان شاي: مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2014.
6. جمال العيفة: الثقافة الجماهيرية-عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال لقوى السوق-منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، ط1، 2003.
7. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، دت، ص 192.
8. -حسن الحريري، التأويل الإبيستيمولوجي للاوضاعاني بين براديجم توماس كون وبرنامج بحث إيملر لاكاتوس، مؤسسة دراسات وأبحاث مؤمنون بلا حدود، الرباط، المملكة المغربية، 2016.
9. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1998.
10. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 1998.
11. صالح خليل أبو إصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1.
12. طه أحمد الزبيدي ومثنى حارث الضاري: الإعلام الإسلامي-الواقع والطموح، دار النفائس، الأردن، ط1.
13. طه الزبيدي: المرجعية الإعلامية-دراسة تأصيلية وتطبيقية لنظرية المرجعية الإسلامية في الإعلام.
14. عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2008.
15. عبد الحافظ صلوي: تأثير وسائل الإعلام السعودية في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا الخارجية، أطروحة دكتوراه، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1996.
16. عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الاتصال-نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، السلسلة رقم 28، بيروت، لبنان، 2003.
17. عبد الرحمن الخالدي ومحسن جحجاج: مقرر الإرشاد الزراعي والمجتمع الريفي، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة تشرين، سوريا، 2007-2008.
18. عبد الرحمن عزي وآخرون: حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر العاصمة، ط1، 2010.
19. عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1965.
20. علي عبد الفتاح علي: نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015.
21. فضيل دليو: الأنظمة الإعلامية في العالم: من نظريات الصحافة إلى ما بعد النماذج الإعلامية، مجلة العلوم الاجتماعية، ع 25، ديسمبر 2017.
22. فضيل دليو: وسائل الاتصال وتكنولوجياته، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، دت.
23. فضيل دليو: وسائل الاتصال وتكنولوجياته، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.
24. كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، د ط، الجمهورية السورية، 2020.



25. محمد سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط1، 1983.
26. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط3، 2004.
27. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1997، ص 424.
28. محمد محمد عمر الطنوبي: نظريات الاتصال، مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط1، 2001.
29. محمد منير حجاب: الموسوعة أحمد بدر وعبد غريب: الاتصال بالجمهير بين الإعلام والتطويع والتنمية، دار قباء للنشر والطباعة والتوزيع، القاهرة، 1998.
30. محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2010.
31. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2003.
32. محي الدين عبد الحليم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي، القاهرة، ط2، 1984.
33. مختار التهامي: الإعلام والتحول الاشتراكي، دار المعارف، ط1، 1966.
34. منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة، عمان، الأردن، ط1، 2012.
35. ميرفت محمد كامل الطرابيشي: مدخل إلى صحافة الأطفال، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2003.
36. ميرل جون ولوبنشتاين رالف: الإعلام وسيلة ورسالة، ت: ساعد خضر العرابي الحارثي، دار المريخ للنشر، الرياض، دط، 1989.
37. ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ت: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1992.
38. نصير بوعلوي وآخرون: قراءات في نظرية الحتمية القيميّة في الإعلام، منشورات مكتبة إقرأ، قسنطينة، الجزائر، ط1، 2009.
39. نصير بوعلوي: الإعلام والقيم-قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، دار الهدى، عين مليلة، ط1، 2005-نصير بوعلوي: مفاتيح نظرية الحتمية القيميّة في الإعلام؛ مقارنة بنبوية، مجلة كنوز الحكمة، العدد الثاني، مؤسسة كنوز الحكمة، نوفمبر 2009 م.

مواقع الانترنت

1. [www.wata.cc/foums/showthread](http://www.wata.cc/foums/showthread)
2. - توفيق حميد كاطع: فجوة المعرفة، الحوار المتمدن، [www.ahewar.org/debat/show.art.asp](http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp)
3. عزي عبد الرحمن: ما هي أبرز الانتقادات الموجهة لنظرية الحتمية القيميّة في الإعلام؟، موقع نظرية الحتمية القيميّة الإعلامية [valuemediadtheory.wordpress.com](http://valuemediadtheory.wordpress.com)
4. [sites.google.com/site/socioalger1/lm-alajtma/mwady-amte/hajtna](http://sites.google.com/site/socioalger1/lm-alajtma/mwady-amte/hajtna).
5. [units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/Conference\\_Record/Pages/default.asp](http://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/Conference_Record/Pages/default.asp)
6. [www.ao-academy.org](http://www.ao-academy.org)
7. - [www.larousse.fr/dictionnaires/francais/paradigme](http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/paradigme)
8. -حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد: [www.palpr.com/communication theory](http://www.palpr.com/communication%20theory)
9. -حسني محمد نصر: اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة-دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 10-11 مارس 2015.
10. -عبد العالي زواغي: هل نظرية الجزائري عبد الرحمن عزي هي البديل حاجتنا إلى إعلام قيمي في ظل أزمة الإعلام، تاريخ النشر: .../2012/05/30socioalger، المعاصر



11. -لحسن ساكور: بين الطلقة السحرية وإشباع الحاجات: كيف تؤثر وسائل الإعلام في الجمهور؟  
www.researchgate.net/publication/329170138
12. -محمد جاسم فلحي الموسوي: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، موقع الأكاديمية العربية المفتوحة
13. -معد عاصي علي ودحام علي حسين: "أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي"، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، كلية الآداب.  
/www.academia.edu
14. -نسرین حسونة: الإعلام الجديد-المفهوم والوسائل والخصائص،  
www.alukah.net
15. -نسرین حسونة: نظريات الإعلام والاتصال، 2015، ص 22، شبكة الألوكة:  
عزام أبو الحمام: مراجعة نقدية لنظرية لترتيب الأجندة في سياق البيئة الرقمية للاتصال والإعلام، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 28 سبتمبر 2020،  
https://studies.aljazeera.net
16. نصر الدين لعياضي: التفكير مع ماكلوهان ضد الماكلوهانية في عصر الميديا الرقمية، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 06 ديسمبر 2021،  
/، تاريخ الزيارة: 2022/02/15  
https://studies.aljazeera.net

#### الرسائل الجامعية

- بثينة حمدي: تفاعل الجمهور الجزائري مع مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية-دراسة ميدانية-، أطروحة دكتوراه غير منشورة، تخصص علوم الإعلام، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2016-2017.

#### المجلات

- محمد علي القعاري: المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي، مجلة علوم الاتصال، مج 02، عدد 06، ديسمبر 2020.

#### مراجع باللغة الأجنبية

- Mrinal Chatterjee and anthers: **COMMUNICATION EFFECTS THEORY**,  
JOURNALISM & MASS COMMUNICATION, JMC-07, Odisha State Open University,  
Sambalpur © OSOU, 2017.
- Marshall McLuhan: **Understanding Media- The Extensions of Man**, The MIT Press,  
Cambridge, Massachusetts. London, England, 1994 ,p 33



- 1- يوسف تمار: نظرية **Agenda setting** دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية و الثقافية و الإعلامية في المجتمع الجزائري، (2004-2005)، أطروحة دكتوراه.
- 2- بوجلال، وردة : أولويات قضايا المرأة في الفضاءات الإسلامية- دراسة تحليلية وميدانية ، دكتوراه : الدعوة والإعلام والاتصال : جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ، قسنطينة : 2018.
- 3- بوفدح بديسي، وحيدة : القنوات الفضائية الموجهة للأطفال وعلاقتها بإدراكهم للواقع الاجتماعي-دراسة تحليلية وميدانية في إطار نظرية الغرس الثقافي، دكتوراه العلوم : الإعلام الإسلامي : جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ، قسنطينة 2018.
- 4- حمدي بثينة : تفاعل الجمهور الجزائري مع مواقع الصحف الالكترونية الجزائرية -دراسة ميدانية- دكتوراه العلوم : علوم الإعلام والاتصال : جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ، قسنطينة : 2017.
- 5- المانع عادل: أئمة مساجد ولاية قسنطينة و المواقع الإسلامية -دراسة في الاستخدامات و الإشباعات - ماجستير، الإعلام الإسلامي ، جامعة الأمير عبد القادر ، قسنطينة : 2014.
- 6- المانع، حبيبة: الإستخدامات والإشباعات الثقافية للإنترنتية لأساتذة التعليم الثانوي لولاية قسنطينة ، ماجستير : علوم الإعلام والاتصال : جامعة الأمير عبد القادر ، قسنطينة : 2012.
- 7- تائر محمد تلاحمة: حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت، ماجستير، جامعة الشرق الأوسط.(نظرية حارس البوابة الإعلامية).
- 8- شلال سهام و بلحميتي نريمان: المعالجة الصحفية لقضايا الصحية في الجزائر- دراسة وصفية تحليلية لعينة من المضامين الصحية - جريدة الخبر نموذجاً- ماستر جامعة مستغانم، (نظرية ترتيب الأولويات).
- 9- كتروسي أمال: واقع استخدام الطلبة الجامعيين للصحافة الإلكترونية-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس جمعة مستغانم، (نظرية الاستخدامات والإشباعات).
- 10- قواسم بن عيسى: استخدام البرلمانيين الجزائريين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في صنع قراراتهم السياسية وتحقيق الحكم الراشد-دراسة ميدانية لعينة من أعضاء العهدة التشريعية السادسة (2007-2012)، أطروحة دكتوراه.
- 11- سعاد عيساني: أولويات الأساتذة الجامعيين الجزائريين على الفايبيوك-دراسة تحليلية للمنشورات الإلكترونية. (2013-2014)، مذكرة ماجستير.
- 12- جيهان بوزيدي وظافري عتيقة: استخدام الأساتذة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في البحث العلمي والإشباع المتحققة منها الفيسبوك أنموذجاً -دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة العربي بن مهيدي، (2015-2016)، مذكرة ماستر.
- 13- عيادي منير: اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار-دراسة وصفية لعينة من صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، (2014-2015)، مذكرة ماستر.





14- - محمود أحمد محمد الرجبي: اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية-تحليل مضمون موقع البوصلة

الإخباري، 2012، مذكرة ماجستير.

-مديحة جيطاني: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية-دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، (2009-2010)، مذكرة ماجستير.





[ إعداد الأستاذة (ة) ]



[ عنوان المطبوعة ]

