

نظرية حارس البوابة الاعلامية : Theory Gatekeeping

قام بتطوير نظرية (حارس البوابة الاعلامية) عالم النفس النمساوي الاصل والامريكي الجنسية " كيرت لوين "

, اذ يرى انه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الاعلامية حتى تصل الى الجمهور المستهدف توجد نقاط

بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج . وكلما طالت المراحل التي تقطعها الاخبار حتى تظهر في

الوسيلة الاعلامية , تزداد المواقع التي يصبح فيها سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس

الشكل أو بعد ادخال تعديلات عليها , ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات

ولقد كانت هناك دراسات لـ " بريد " و " كارتر " وغيرهم أشارت الى ان الرسالة الاعلامية تمر بمراحل عديدة

وهي تنتقل من المصدر حتى تصل الى الملتقى, وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات, فالاتصال

هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات . وأبسط انواع السلاسل هي سلسلة الاتصال المواجهي بين فردين , ولكن هذه

السلاسل في حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة جداً اذ تمر المعلومات بالعديد من الحلقات او الانظمة

المتصلة كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون , فالحدث الذي يقع في القدس مثلاً يمر بمراحل عديدة قبل

ان يصل الى القارئ أو المستمع أو المشاهد في الأردن أو الولايات المتحدة, وقدرة المعلومات الذي يخرج من بعض

تلك الحلقات قد يكون أكبر مما يدخل فيها , وهذا ما يطلق عليه " شانون " اجهزة التقوية مكاوي, السيد ,

ويشير كيرت لوين أن هناك في كل حلقة فرداً يقرر ما اذا كانت الرسالة المتلقية سيمررها كما هي الى الحلقة

التالية , أم سيزيد عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماماً , ومفهوم (حراسة البوابة) يعني : " السيطرة على مكان

استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته , وكيف

سيمر , حتى يصل الى النهاية الى الجمهور المستهدف "

العوامل المؤثرة على حارس البوابة الاعلامية :

أولاً- قيم المجتمع وتقاليدته :

يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال, فقد يحظى القائم بالاتصال أو وسائل الاعلام

أحياناً بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليدته .

ثانياً- المعايير الذاتية للقائم بالاتصال :

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً مهماً مثل: النوع , والعمر, والدخل, والطبقة

الاجتماعية , والتعليم , والانتماءات الفكرية أو العقائدية , ويؤثر الانتماء في طريقة التفكير واتخاذ القرارات .

ثالثاً- المعايير المهنية للقائم بالاتصال :

يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله التي قد تؤدي الى توافقه مع سياسية

المؤسسة الاعلامية التابع لها .

رابعاً - معايير الجمهور :

لاحظ الباحثان (شولمان) و (اثيل) أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال والعكس صحيح, اذ يؤثر

الجمهور بتقبله للخبر على القائم بالاتصال ونوعية الاخبار التي يقدها

يرى الباحث بالامكان الاستفادة في الاطار النظري على نظرية حارس البوابة الإعلامية التي يمكن من خلالها تحديد مشكلة الدراسة وتفسير نتائجها .

- نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين

مؤسسا نظرية نظرية انتقال ا علومات على مرحلت هما باول لازارفيلد و ايل كاتز

ملخص النظرية:

أن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تنقل إلى الجمهور عبر مرحلت :

ا رحلة الأولى : قادة الرأي الذين يتعرضون غالباً للرسائل الإعلامية ،

ا رحلة الثانية : ومن ثم تنتقل من قادة الرأي إلى الجمهور عبر قنوات اتصالية غ

رسمية ، وبخاصة من خلال الاتصال الشخصي

تاريخ النظرية :

أول ظهور لنظرية انتقال ا علومات على مرحلت هو ما بلورته نتائج الدراسة التي أعدها

الباحثون في جامعة كولومبيا الأمريكية بول لازارفيلد وب نارد ب لسون وهيل جوديت

بعنوان : اختيار الشعب **Choice s'People The** التي أجريت على الانتخابات الرئاسية

الأمريكية عام ١٩٤٤ م . إذ كان من أهم نتائجها التي لفتت نظر الباحث أن قادة الرأي كان

لهم الأثر الأكبر في اتجاهات الناخب أكثر من الأثر الذي كان متوقعاً أن تحدثه وسائل الإعلام

الجماهية،

وبناءً على نتائج هذه الدراسة طور لازارزفليد وكاتز عام ١٩٥٥م نظرية انتقال العلوم على

مرحلت

من هم قادة الرأي؟

هم الأشخاص ا وثرين في الرأي العام ، والذين يمثلون ا تغ الأهم في البناء ا عرفي لهذه

النظرية باعتبارهم يتلقون الرسالة من وسائل الإعلام ثم ينقلونها إلى الجمهور وفقاً لرؤيتهم

الشخصية وتفس هم لهذه الرسالة بقصد إحداث أثر مع قد يتفق مع الرسالة الأصلية أو

يختلف معها .

وليس لقادة الرأي في هذه النظرية سمات محددة متفق عليها ، وإنما هم أشخاص يظهرون

في سياق العملية الاتصالية باعتبارهم مؤثرين في القضية التي يتحدثون عنها ، ومؤهل علمياً

ومعرفياً بطريقة تكسبهم ا صداقية وتساعدهم على إحداث الأثر ا طلب .

وحيث إن هذه النظرية نشأت من خلال دراسات ذات طبيعة سياسية، فإن وصف (قادة

الرأي (ينصرف غالباً - إلى (الرأي السياسي)

أبرز ما تطرقت له النظرية

- أن عملية تكوين الرأي ليست عملية فردية بل هي عملية جماعية
- أن الاتصال الشخصي كان العامل ا وثر في تكوين الآراء
- أن هناك أفراد داخل الجماعات اكثر حرصا على الاطلاع على وسائل الاعلام الجماهيري
- وأنهم حريصون على نقل مضمونها الى باقي افراد الجماعة
- غالب افراد الجماعات يحصلون على ا علومات من الاتصال ا باشر مع قادة الراي
- وليس من وسيلة الاتصال مباشرة
- نظرياتالتأثير الاعلامية جمع وتنسيق: أسامة بنمساعد المحيا

15

النقد ا وجه للنظرية :

- انها تتجاهل حقيقة مهمة ، ان القدر الكب من ا علومات يصل الى الجماه مباشرة
- ، وان ما يصلهم من طريق قادة الرأي أقل.
- أنها لا تميز ب أنماط نشر ا علومة وب التأث ، فقائد الرأي قد ينقلها ويوثر وقد

ينقلها دون أن يؤثر

○ تقول النظرية ان قادة الراي نشطون في البحث عن ا علومه وان الجماه سلبية ،

والواقع ان القاده في تغ مستمر ويختلفون من حيث القوة والقبول

○ تقول النظرية ان القاده يتلقون ا علومات من وسائل الاعلام فقط ،
والواقع ان

ا صادر اشمل

○ تقول النظرية ان انتقال ا علومات يكون على مرحلت فقط والواقع انه
قد يكون

مباشر أو بمرحلتي او بعدة مراحل

نظرية : ترتيب الأولويات / وضع الأجندة

بدايات هذه النظرية كانت على يد العالم " والتر ليبمان wlipman" من خلال كتابه " الرأي العام " .

هذه النظرية تهتم بدراسة العلاقة بين القضايا والاهتمامات والاتجاهات الموجودة عند الجمهور ويمكن صياغة ذلك في سؤال ، هل الاهتمامات والمعارف الموجودة عند الجمهور ، وضعتها وسائل الإعلام أم وسائل أخرى ؟

هذه النظرية تبحث في ترتيب الأولويات أو وضع الأجندة أو ترتيب الاهتمامات وتنطلق من قضية هامة وهي " أن الاعلام ووسائله المتنوعة ينمي معارف الجمهور ، يضع لهم القضايا التي يفكرون فيها ويركز على الشخصيات والأحداث التي يهتم بها الجمهور .

- ❖ القائمون بالاتصال ينتقون من بين آلاف الأحداث ما يقدمونه للجمهور .
- ❖ ترتيب اهتمامات الجمهور بالقضايا يعكس الاهتمام الإعلامي بها .
- ❖ الجمهور يعتقد أن الأشخاص و القضايا الموجودة في الاعلام هامة ولولا أهميتها لما قدمها الاعلام ووضعها في هذا الشكل أو القالب .
- ❖ المعلومات غير الموجودة في الاعلام غير هامة وهذا ما جعلها غير موجودة في مضامين الاعلام .
- ❖ قياس درجة الارتباط بين الاعلام وقضاياها وترتيب اهتماماته وقضايا الجمهور وترتيب اهتماماته قد يقاس في قضية واحدة أو عدة قضايا .
- ❖ ففي الغالب يتم قياس اهتمامات الجمهور بسؤال من خلال الاستبيان أما وسائل الاعلام فيتم من خلال تحليل المضمون " مضمون برامج وصحف ومواقع " .
- ❖ يتساءل الخبراء ، هل ترتيب أو تأثير الموضوعات يتوقف على تعريف الناس بالقضايا أم يتجاوز هذا إلى تغير الاتجاهات والادراكات والسلوك .
- ❖ هل هذا التأثير مباشر من الاعلام الى الجمهور ، أم أن هناك عشرات المؤثرات الأخرى التي تضع أجندة الجمهور بعيداً أو مع وسائل الاعلام .
- ❖ من أين استقت ورتبت وسائل الاعلام هذه القضايا، من الجمهور باعتبارها وكيه عنه أم هي صنعتها بفعل مصالح القائمين على الاتصال .
- ❖ من الذي يضع أجندة
- ❖ هل الجمهور يضع أجندة الاعلام

- ❖ فتنعكس على المضمون الذي ينعكس على الجمهور أم العكس .
- ❖ معظم اجابات الاسئلة السابقة
- ❖ تم من خلال كم من الدراسات خلاصتها " ترتيب الأولويات قد يحدث بالتعريف أو تغيير الاتجاهات
- ❖ وقد يحدث بتغيير الآراء والسلوك أو من قبل القائمين بالاتصال أو من الجمهور نفسه أو من قبل القائمين على الاتصال أو من الجمهور نفسه
- ❖ أو من قبل صناع القرار السياسي والنخب المختلفة أو الجماعات المرجعية .

العوامل الوسطية التي تحدد حدود تأثير وضع الأجندة عند الجمهور :

1. الأجندة الشخصية :
هي القضايا الخاصة التي يتناولها الفرد مع الآخرين وهذه القضايا قد يتناقش فيها الفرد مع الآخرين مثل قضايا العمل ، والعلاقات ، الرغبات .
2. الأجندة الذاتية :
هي قضايا خاصة جدا وبالغة الخصوصية ولا يسمح لنفسه بالحديث فيها مع غيره مثل الأسرار الخاصة ، المعتقدات ، الامور الذاتية .
3. الأجندة المجتمعية :
ويقصد فيها القضايا العامة التي يدركها الجمهور من خلال تناول وسائل الاعلام لها وهي تطرح في اطار مجتمعي " أزمات وقود ، بطالة ، جرائم ، حصار ، تأمين صحي " .
❖ العوامل الوسيطة المؤثرة في وضع وسائل الاعلام للأجندة :
أ. طبيعة ونوع القضية :
وضع الأجندة بين الجمهور ووسائل الاعلام يرتبط بنوعية القضية ومدى قربها أو بعدها من ذاتية الجمهور وخبراته المباشرة .
❖ الباحث ايل Eyal قسم القضايا الى نوعين :
- قضايا مباشرة / وهي قضايا يعايشها الفرد وتتكون لديه خبرات ذاتية مباشرة بها ومثال ذلك قضايا المحلية " تربية ، أولاد ، شوارع ، وزارات ، نظافة "
- قضايا غير مباشرة / لا يعايشها الفرد بنفسه وليست لديه تجارب أو خبرات ذاتية مباشرة وهي التي يتناولها الاعلام " أحداث في العالم الاسلامي ، نزع سلاح نووي ، لاجئين " .

❖ وجاء كذلك "دافيد دوزير" Dived .D وتحدث عن قضايا ملموسة وقضايا مجردة والمقصود بالقضايا الملموسة حدث معين ومحدد وأقل عمومية ، والقضايا المجردة يكون أطرافها عدد كبير من الناس وهي أحداث متنوعة ومنفرقة وأكثر عمومية .

❖ أهم نتائج طبيعة ونوع القضية وتأثيراتها :

- الأوضاع الاجتماعية السائدة في المنطقة تعطي الاعلام قدة على وضع الاجندة الخاصة بالجمهور لأنها تعطي الجمهور معلومات عن القضايا وتنقلها من قضايا غير محسوسة الى قضايا محسوسة .

- الطبيعة المباشرة للقضايا متغيرة وليست مستمرة .

- القضية الهامة الخطيرة تزيد اهتمام الناس بما يهتم به الاعلام مثل

ب. مستوى النظام السياسي:

النظام السياسي من أي دولة يختلف ، ولكن أي نظام سياسي له اهتمامات، فمثلاً: عندما يكون له اهتمامات قومية واسعة، يزداد تأثير وسائل الإعلام ، على أساس أن الإعلام يؤثر في الاهتمامات القومية أكثر من المحلية على أساس أن أعضائها أكثر تجانساً وأقل اهتماماً بالإعلام.

مثال آخر: قد يرتبط أمن ورفاهية المواطن العربي في مجتمعه بالحرب على الإرهاب وأفغانستان وهذا يؤدي إلى زيادة تأثير أجدته الإعلامية.

ج. الاتصال الشخصي

النقاش والحوار والاتصال الشخصي بين أفراد المجتمع الواحد يدعم أو يعيق عملية وضع الأجندة مثلاً/ عندما يزيد بث وتقديم ونشر المناقشات الشخصية يعزز ما يقدمه الإعلام من خلال وسائله المتنوعة.

عندما يتحول الموضوع للنقاش على مستوى الأفراد والجماعات يصبح تأثير وضع الأجندة أسهل أما المواقف الذاتية فالتأثير فيها ضعيف.

في هذا السياق صاغ " أوجيني شو" Eugene show ثلاث معادلات لاهتمامات الإعلام لا تؤثر دائماً على الجمهور لأن الأمر يتوقف على درجة التشابه بين الاهتمامات للأفراد واهتمامات وسائل الإعلام.

كلما كان الشخص أكبر مشاركة مع الآخرين زادت درجة الاتفاق بين أجدته الذاتية وأجندة وسائل الإعلام.

الاتصال الشخصي يقوم بوظيفة الجسر بين إدراك الفرد الذاتي وإدراك بروز القضية على المستوى العام على أساس أن الإعلام يمارس احتكاك مباشر مع الأفراد حتى تصبح قضاياهم قضايا عامة توضع في أجندة الاهتمامات:

د. السمات الديموغرافية:

عدم تجانس الجمهور مثل السن، الجنس، الحالة الاجتماعية والاقتصادية، مستوى التعليم لا تؤثر بشكل مباشر في عملية وضع الأجندة، ولكن الافتراض الغالب أن التعليم يؤثر باعتبار أن المتعلمين أكثر تعرضاً للإعلام المكتوب ويدركون على نحو معين.

هـ. نوع الوسيلة الإعلامية:

أختلف العلماء في تحديد أكثر الوسائل تأثيراً في تحقيق تأثير قوي في وضع الأجندة، وانحصر الخلاف بين الصحف والتلفزيون على أساس أن معظم الدراسات حاولت عمل دراسات مقارنة في هذا المجال، وخلصت الدراسات الإعلامية إلى الآتي:

- الصحف تبني الأجندة في القضايا المحلية وتبني في القضايا الإخبارية، أما T.V ففي الغالب مضامينه ترفيه وتسلية.
- التلفزيون يقدم الحداث مرتبة وهذا يجعل له قدرات كبيرة في التصديق.
- الأجندة ليست مرتبطة بكثرة التعرض، ولكن بقدرة الوسيلة على الإقناع والمناقشة، لذا الصحافة أقوى رغم أن الناس قد تجلس طويلاً أمام التلفاز.
- T. V. يؤثر على الأجندة الشخصية (يعطي الأفراد مادة يتحدثون فيها) كما يؤثر على المدى القريب "القصير" ويرتب رد الفعل أو الاهتمامات السريعة.
- هناك أمرين في مجال قدرات وسائل الإعلام على وضع الأجندة
 1. وسائل الإعلام الجماهيرية متشابه وربما متفقة في مجمل القضايا والتوجهات.
 2. استخدام أكثر من وسيلة سوف يساعد في وضع الأجندة بطريقة أكثر يسراً وتأثيراً.

و. المدى الزمني لوضع الأجندة:

اختلفت الدراسات الإعلامية حول الفترة الزمنية التي تحتاجها لوضع الأجندة البعض تحدث عن ثلاث أسابيع، والبعض شهرين، والبعض أربع أشهر.

أهم المتغيرات التي يجب أن نأخذ في الاعتبار

- يوجد علاقة ارتباطية بين المدى الزمني ونوع القضية، موضوعات الجدل تحتاج لوقت طويل.

- هناك علاقة بين المدى الزمني ونوع الوسيلة (T.V) مداه قصير خاصة على الحدث القريب العاجل والصحف المحلية مداها أطول عن الصحف الإقليمية وصحف الصفوة أسرع من الصحف العامة، والمحطات المحلية مداها أطول من المحطات القومية. خلاصة/ وضع الأجندة يحدث طوعاً وليس قسراً، كما يحدث بشكل متأخر ومتباعد أي يظهر على المدى البعد، وهو ما سماه الباحث "هوفلاند" بالتأثير القائم يرجى متابعة نموذج (1)

نموذج رقم (1)

الوسيلة الإعلامية	المدى الأمثل	مجال التأثير
شبكات التلفزيون المحلية	2 أسبوع	1-4 أسبوع
شبكات التلفزيون الوطنية	أسبوع	1-3 أسبوع
الصحف الوطنية	4 أسبوع	1-8 أسبوع
الصحف الإقليمية	3 أسبوع	3-4 أسبوع
المجلات الإخبارية الوطنية	8 أسبوع	1-8 أسبوع
وسائل أعلام أخرى	3 أسبوع	1-4 أسبوع

ز. الأحداث في مقابل القضايا

وسائل الإعلام تضع أجندة الناس في الأحداث القتل في سوريا
تأثير وسائل الإعلام يكون قوياً في وضع الأجندة عندما تربط الحدث بالقضية
خلاصة/ هذه المتغيرات أو العوامل تعمل في السياق الاجتماعي العام بتأثيراته الواضحة.

نقد النظرية:

- على الرغم من تعدد الفروض التي تمت لاختبار النظرية يتضح التالي .
- i. وظيفة الاجندة محتملة وليست مؤكدة.
 - ii. تحديد اجندة الجمهور اختلفت من دراسة إلى أخرى .
 - iii. ليس واضحاً ما اذا كانت التأثيرات ناتجة عن اجندة وسائل الاعلام أو عن الاتصال الشخصي.

دراسة تطبيقية على النظرية "دور التلفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر"

أهداف الدراسة:

- هدفت الدراسة إلى قياس الارتباط بين اجندة الصحافة والتلفزيون من ناحية اجندة الجمهور من ناحية أخرى
- قاس الباحث قضايا الجمهور عن طريق استبيان ، في اطار دراسة ميدانية على 400 مفردة من سكان القاهرة وتمثلت اعمار العينة من " 20 - 50 " سنة ومن المستويات التعليمية (أمية + تعليم متوسط + جامعي)
- تم قياس قضايا الاعلام عن طريق تحليل مضمون نشرات اخبار الساعة التاسعة بالقناة الاولى وتحليل صحف " الاخبار والوفد والشعب والاهالي " لمدة خمس اسابيع.

أهم نتائج الدراسة:

- 1- وجود ارتباط ايجابي بين اجندة اهتمامات وسائل الاعلام واجندة اهتمامات الجمهور (الناس تهتم بما يقدم في وسائل الاعلام)
- 2- الموضوعات السياسية أعلى اهتمام عند الوسائل والجمهور
- 3- الاخبار الايجابية أعلى اهتمام من الاخبار السلبية
- 4- يوجد اختلاف في التوجه والتأييد والمعارضة بين وسائل الاعلام المبحوثة والتوجه السياسي للوسيلة
- 5- التلفزيون يرتب الاولويات اكثر من الصحف القومية والمعارضة
- 6- المدي الزمني للتأثير أقصر في التلفزيون من الصحف
- 7- لا توجد علاقة ارتباطية بين ترتيب الاجندة والاختلافات الديمغرافية "السن - الجنس - التعليم - الاحياء الفقيرة والغنية)
- 8- المجال الجغرافي للتغطية يرتب موضوعات تحدث في مصر اولا والدول العربية ثانيا والدول المسلمة ثالثا ، أمريكا والغرب رابعا ، أفريقيا خامسا من مجال الاهتمام.

الغرس الثقافي cultivation theory

تهدف نظرية الغرس في الأساس الي قياس نتيجة تعرض المشاهدين لوسائل الاعلام خاص التلفزيون والسينما وتأثير عمليات التكرار في المشاهدة والتشابة في المضامين المعروضة علي ادراك المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي 'والواقع السوري الذي يقدمه الاعلام ووسائله' نظرية الغرس من النظريات التي تقيس تأثيرات الرسالة الاعلامية علي الجمهور وتراعي النظرية كم من الاعتبارات الهامة

تركزت افكار النظرية علي دراسة دور التلفزيون وباقي وسائل الاعلام في غرس ثقافته عند الجمهور بشكل عام , والفئات التي تجلس طويلا امامه (الاطفال – سيدات البيوت – المراهقين) وللعلم يمكن تطبيق افكارها مع وسائل الاعلام الاخرى

الغرس يعني كثافة التعرض للتلفزيون والتعلم من خلال ملاحظة الصورة عبر الاستخدام الانتقائي للرسائل. والتي تقود المشاهد الي الاعتقاد بأن العالم الذي يشاهده علي شاشة التلفزيون هو صورة من العالم الواقعي الذي يعيش فيه

الغرس يحدث عبر النقل المكثف للصورة الرمزية للاحداث , فتتكون الثقافة التي هي ببساطة (عبارة عن وعاء من الروموز والصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية والمواقف) كما عرف جورج جربنر Ggerbenr00 الغرس علي انه (الغرس هو ما تفعلة ثقافته في مجتمع ما)

الغرس الثقافي هنا يعني سلسلة عمليات متوالية ومتداخلة من

- 1- التأثير /والنتائج المتركمة علي المدى البعيد
- 2- اختزال التلفزيون للتيارات المختلفة وعكسة للاراء والصور والمعتقدات ليستوعبها الجمهور

3- الاندماج بين المعرفة الاجتماعية/ من العادات والتقاليد الراسخة 'والمعرفة المكتسبة من الجلوس لساعات طويلة امام التلفزيون ومن ثم التدعيم الذي يحدث منذ ذلك التعرض' لذا اضحي التلفزيون احد عناصر او وكلاء عملية التنشئة الاجتماعية 'عندما ينقل التراث الثقافي من القيم والاعراف ويوفر للمشاهدين صورة عن العالم يرونها بشكل طقوسي غير انتقائي

4- التأثير التراكمي /الممتد او كما يقول جوديت افرا judit evra تأثيرات قطرة التقطير ويحدث ذلك عندما يشاهد الناس خاصة الاطفال والمراهقين التسلية وينسون الهموم والمشاكل وهنا 000000 يدركون ان ما يشاهدونه حقيقي يدمنون عليه 00000 فنقل امامة فرصة الحصول علي معلومات من بدائل اخري غير التلفزيون 'خاصه وان مواد التلفزيون معظمها ياتي في اطار تسلية وترفيه

5- نظام الجرعات / ويعني ان تأثير وسائل الاعلام وخاصة التلفزيون , لاياتي مباشرة بشكل تراكمي بل يحدث عن طريق الجرعه 000000 اي التأثير المرتفع بلقطات بعينها وصور تبقي راسخة في ثقافة المشاهد وصورتة الذهنية عن الاحداث المقدمة

6- تأثير الخطوة خطوة / المتلقون يستجيبون بطريقة متشابهه لمعظم الصور 00000 التأثير ينبع من المشاهدة الاجمالية للصور والاحداث ,فهم لايميزون بين الصور والاشخاص 00000 الرجل مثل كل الرجال الطفل مثل كل الاطفال

خطوات قياس الغرس الثقافي

- 1- اهم خطوات قياس الغرس
- 2- اولاً/ تحليل نظم الرسائل الاعلامية من خلال معايير الاداء
- 3- الافكار التي يتم تناولها

الاحداث التي يتم تناولها كمضامين اعلامية

ثانيا/ قياس تعرض الجماهير للبرامج التلفزيونية

ويتم ذلك من خلال هل هو تعرض كثيف--- متوسط--- قليل او معدوم ,
القياس يتم بسؤال المتلقي --- او التقارير الذاتية--- او ملاحظة علميا

ثالثا/ تكوين اسئلة عن الواقع الاجتماعي ومعتقدات المبحوثين0

الهدف من ذلك هو معرفة بعد مدركاتهم ومعارفهم وسلوكهم 000000 تكمن اهمية ذلك لانها
تساعد في معرفة ,ماذا غرست وسائل الاعلام في الجمهور فيما بعد 0000 وهو ما يعرف بفروق
الغرس بعد وقبل المشاهدة0

رابعاً/ دراسته وتحليل المواد الاعلامية المزمع قياس تأثيرها ومعرفة القضايا السائدة في
التناول والمحتوي0

خامساً/ مقارنة الواقع الاجتماعي الحقيقي مع الواقع الخيالي الذي قدمته وسائل الاعلام ,
ومدي ادراكه للواقعيين

وهل الراسخ في ذهن المتلقي حقيقي ام من صنع وسائل الاعلام المتنوعة0

التلفزيون والغرس

اكنت الدراسات الاعلامية علي قدرة التلفزيون علي الغرس وذلك من خلال عدد من
الافتراضات العلمية الاتية

1- يشكل التلفزيون نظاما ثقافيا متماسكا في الظاهر لانه يمثل الاتجاهات السائدة في
المجتمع0000000000 ثبات وتماسك العالم الرمزي في التلفزيون يعبر عن ثبات

وتماسك النظم السياسية والتجارية والقيمية التي تقف وراء ثبات العالم الصوري0
2- التلفزيون وسيلة مميزة مقارنة بالوسائل الاخرى القادرة علي تقديم المعلومات
والاتجاهات والصور المعبرة عن الافراد والفئات والمعايير الثقافية الشائعة , تصل لكل

الناس بدون مجهود ويجذب الملايين بدون تكلفة او مهارات عالية عند التعرض0
3- نظم الرسالة العامه للتلفزيون والتي تعكسها اجابات الجمهور من خلال المسح الاعلامي
للمشاهدة تقدم دليلا عمليا علي قدرة التلفزيون علي الغرس0

4- دراسة الصورة الذهنية الشائعة عند الناس وخاصة اصحاب المشاهدات الكثيفة , اكنت
دور التلفزيون في نقل الصورة الذهنية وبناء الافكار والافعال , وخاصة علي

المدى البعيد , وفي قضايا التسلييةوالعنف والمواد السلبية0
5- الاختراعات التكنولوجية الحديثة 00000 الانترنت , التلفزيون التفاعلي , شبكات التواصل

الاجتماعي , الاسواق الاستهلاكية , الرفاهية ,,,,,,,,,,,,,,,,,, كل هذه المسائل تساعد
وتدعم عملية وفكرة الغرس واهدافه المتنوعة والمتعددة0

كيف تتم عملية الغرس

قدم لنا علماء هذه النظرية الطرق التي تتم بها عملية الغرس

1- عملية مراحل التعلم

المهارات المتعلقة بعملية التعلم (مثل السن -مستوي التعليم- درجة التركيز في المعلومات
الرئيسية او العارضة -درجة الانتباه للرسالة وهل المشاهد حامل ام نشيط تجاة المضمون-

مستوى التفرغ او الادمان - حجم الخبرات الشخصية والعلاقات الاسرية والاجتماعية
0000000000000000 كل ذلك يدخل في عملية التعلم والغرس0

نموذج رقم (1)

عمليتا البناء والتعلم والعمليات الفرعية للغرس

ب - عملية الاتجاه السائد

الغرس التلفزيوني يتم خلال التجاة السائد او الشائع, لان عملية الغرس تتم من خلال المفاهيم الراسخة والاتجاهات الغالبة بكثافة بين المشاهدين0
التعرض المستمر لبعض المشاهد نفسها ينمي وجهات النظر المتشابهة عند المتلقين0
لذا يعمل الغرس علي جعل جمهور التلفزيون متجانسا , لانهم يشاهدون بكثافة نفس المناظر والاتجاهات والمنوعات والافلام والمسلسلات0
**** في هذا السياق يذكر العالم جرنبر Gerbner ثلاث افعال
*التلاشي/ الغرس يجعل الاختلافات المعتادة لوجهات نظر الافراد حول العالم تذوب وتتلاشي0
*المزج/ مفاهيم الافراد يتم دمجها في اتجاه الثقافة التلفزيونية الشائعة0
* التوجه/ أي توجيه الانتباه نحو اهتمامات التلفزيون والقائمين عليه 0

ج - عملية التضخيم

الغرس التلفزيوني يؤثر في بعض القضايا البارزة , وهذا يسمى التضخيم 0
صدي التلفزيون يغرس في المشاهدين العنف البدني والنفسي وينشر الجريمة , ويوسع الرغبة في العدوان خاصة عند الاطفال والمراهقين , وتبني الخوف وعدم الامان عند الافراد الذين لديهم خبرات مؤلمة , وهذا كفيل ان يصبح المتلقي يشعر ان العالم مكان غير امن ومخيف كما هو في عالم التلفزيون0

دراسة تجريبية تطبيقية علي نظرية الغرس

تم استخدام نظرية الغرس في العديد من الدراسات الاعلامية , في كم كبير من دول العالم وخاصة العالم الثالث

((معالجة الافلام السينمائية المصرية التي يعرضها التلفزيون للقضايا الاجتماعية واثرها علي الشباب))

مشكله الدراسة تمثلت في رصد القضايا التي تعالجها الافلام السينمائية , وابرار مضامينها وتأثيراتها في ضوء نظرية الغرس, علي معارف وسلوكيات وادراكات الشباب المصري 0
تم استخدام اجراءين

الاستبيان / من خلال عينة عشوائية من اراء المشاهدين والتي تكونت من 400 مفردة من طلاب وطالبات اربع جامعات مصرية (القاهرة- الازهر- عين شمس- الامريكية)
تحليل المضمون / حيث تم تحليل مضمون 40 فيلم سينمائي تم عرضهم علي قنوات التلفزيون المصري الرسمي وتحليل مضامين الافلام وعينة المشاهدين من الشباب الجامعي المصري

توصلت الدراسة في ضوء مفهوم الغرس الي عدد من النتائج العلمية وكانت علي النحو الاتي

*بخصوص القضايا المعكوسة في مضامين الافلام اثبتت الدراسة بالترتيب حسب الاهمية0

1- ضعف القضايا الدينية والقيم والاخلاق الظاهرة ف الافلام بنسبة90%

2- صورة المرأة سلبية عاطلة عن العمل غير مشاركة في الانشطة المجتمعية

- 3- قضايا تكاليف المعيشه والادمان ظهرت بنسبة عالية
- 4- العلاقات المحرمة بين الجنسين غير المشروعة ظهرت بنسبة 25% من مشاهد الافلام
- *بخصوص القيم الثقافية المتداولة واساليب التأثير , اثبتت الدراسة
- 1- الاعتماد علي الذكر والتكرار وغياب التحليل الفعلي للظواهر
 - 2- ظهور الاناث اقل من الذكور والادور السلبية للاناث اعلا من الذكور
 - 3- استخدام الطرق الغير مشروعة للكسب وللوصول للاهداف اكبر من الطرق المشروعه
 - 4- بروز قضايا العلاقات المحرمة بشكل لافت وخاصة المشاهد اللااخلاقية التي تتعارض مع الدين والقيم والعادات
- *بالنسبة لقياس اراء العينة باستخدام الاستبيان
- 1- الشباب من الجنسين يفضلون الافلام الاجنبية بنسبة 57% مقارنة بالمصرية 20%
 - 2- يفضل الشباب المشاهدة المنفردة بنسبة 36% اما مع الاسرة 44%
 - 3- يعتقد 44% من الشباب ان الافلام تضر بهم
 - 4- يعتقد 70% من الشباب ان الافلام ذات اشارات ودلالة غير اخلاقية
 - 5- يعتقد 65% من الشباب يعتبرونها ضارة بالقيم والمعتقدات
- في النهاية حملت الافلام دلالات اخلاقية سيئة مثل
- لائق في الاخرين – التنازل عما لاتريد مقابل الوصول الي ما تريد- الثروة تتحقق بطرق غير مشروعة – النساء تستغل انوثتها لتحقيق الاهداف غير المشروعة
- اخيرا الغرس في كل وسائل الاعلام وخاصة التلفزيون غرسا مملوء بالسلبية والعنف والاثار المدمرة كما اثبتت الدراسة الحالية والدراسات الاخرى 0

تحليل الإطار الإعلامي : Frame Analysis Theory

منظر النظرية الرئيسي انتمان

موجز النظرية (مختصر)

نظرية تحليل الاطار الاعلامي هي نظرية تدرس ظروف تأثير الرسالة تقوم هذه النظرية على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الاعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها، الا اذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر اعلامية هذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة تأطير الرسالة الاعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء و الاتجاهات

يعني عندما يقع حادث معين فالحدث قد لا تكون له دلالة كبرى عند الناس ولكن وسائل الاعلام تصفه في اطار اعلامي من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين حتى يصبح هاما في قلب الاطار الاجتماعي كله على سبيل المثال: تفسير الحدث في سياق نزيف الدم المستمر لأرواح الشباب استهتار السائق أو القيادة بدون رخص أو في حالة تعاطيه المخدر فوضى الشارع الفلسطيني إهمال رجال الشرطة!

ايضا حادث مثل سرقة فتاة في غزة المعالجة الإعلامية هنا تؤطر الموضوع وتضعه في سياقات تجعل الناس أكثر ادراكا للحدث مثل: تكرار حوادث السرقة الشارع الفلسطيني هل فقد حياؤه أين شهامة الفلسطينيين هل الإعلام مسئول عن اثاره الشباب ما حكم القانون والشرع في هذا ؟ وهكذا يستخدم الاعلام جزءا من المضمون لوضعه في أنساق اجتماعية عامة وهامة ليحدد ويضخم الحدث ثم يبسطه ويضع له الحل

ويعرف جوفمان الاطار الاعلامي بأنه: بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الاعلام لتجعل الناس أكثر ادراكا للمواقف الاجتماعية في وقت ما

فهي اذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة ادراكات الناس ومؤثراتهم الاقناعية

والاطار الاعلامي يحاول أن يشابه ويمثل بين ما يدركه الناس في حياتهم اليومية وبين بناء الرسالة وتشكيلها كما تفعل الوسيلة الاعلامية بمعنى أن الوسيلة الاعلامية لا تهدف الى التغيير أو بناء قيم جديدة ولكنها تهدف أكثر الى الاستفادة من الفهم العام الموجود وكما يرى انتمان المنظر الأبرز لهذه النظرية أن تأثير الأطر الاعلامية على الرسالة لا يتم عبر تشكيل الاطار بشكل متعمد فقط بل يتحقق بالحذف والتجاهل والأغفال المقصود وربما غير المقصود من القائم بالاتصال أي أن عملية التأطير تؤثر في: القائم بالاتصال- نص الرسالة- جماهير المتلقين- الاطار الثقافي والاجتماعي

أنواع الأطر الإعلامية

- قدم العلماء عدة أنواع للأطر الاعلامية المرتبطة غالباً بتغطية الاعلام للأخبار من ذلك:
- 1- **الاطار المحدد بقضية:** حيث يتم التركيز على قضية أو حدث جوانبه واضحة عند الجمهور لانه حدث مرتبط بوقائع ملموسة عندئذ يركز الاطار على المدخل الشخصي أو تقديم عناصر الحدث وتداعياته(مثل أنفلونزا الطيور الحدث انتشار مظاهر الاصابة نصائح اجراءات سلوكية وطبية أدوار وقرارات المسؤولين قصص اخبارية عن الاصابات أو صناعة سلعة ما التي تضررت ' البدائل المتاحة عند الحكومة و الشعب)
 - 2- **الاطار العام:** يرى الاحداث في سياق عام مجرد يقدم تفسيرات عامة للوقائع يربطها بالمعايير الثقافية والسياسية وقد تكون ثقيلة على نفسية المتلقي من الناحية المهنية الا أنها هامة لفهم المشكلات وتقديم الحلول والاقناع على المدى البعيد (فحادث انتحار الرجل الذي عجز عن دفع رسوم الجامعة لأولاده يعالج في اطار: البطالة أو الفقر الذي يهدد المجتمع 'غياب التضامن الاجتماعي' مجانية التعليم التي ذهبت مع الريح' هل يدفع الآباء حياتهم ثمناً لأولادهم وهكذا)
 - 3- **اطار الإستراتيجية:** يرى الاحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر على أمن الدولة القومي ' يتلاءم هذا الاطار مع الاحداث السياسية والعسكرية ويركز على قيم مثل:
 - مبدأ الفوز والخسارة والتقدم والتأخر والنهضة أو الانهيار
 - لغة الحروب والصراعات والتنافس الوطني والدولي
 - مبدأ النفوذ والقوة ومصادره وأشخاصه ومظاهره
 - تقديم الانجازات الضخمة أو الاخفاقات والانتقادات الكبرى(هذا المعنى برز في أعقاب فوز دولة ما بكأس مسابقة رياضية

4- اطار الاهتمامات الانسانية: يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الانسانية و العاطفية العامة ' تصاغ الرسائل في قوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة (الاستشهادية التي فجرت نفسها في جيش الاحتلال الصهيوني يتم تطهيرها في سياق انساني يدور حول: قصة قرار الاستشهاد لحظة وداعها لأمها, اللحظات الأخيرة في وداعها لخطيبها ' الفتاة التي صارت نموذجا لأطفال العربوهكذا)

5- اطار النتائج الاقتصادية: يضع هذا الاطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث ' يشير للتأثير المتوقع أو القائم على الأفراد والدول والمؤسسات القائمون بالاتصال يستخدمون الناتج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الناس وأكثر ارتباطا بمصالحهم (بيع إحدى شركات القطاع العام تتأطر في: علاج الخسائر المادية الحالية ' تشغيل رأس المال الفردي ' إيجاد فرص عمل جديدة للشباب وهكذا)

6- اطار المسؤولية : يضع القائم بالاتصال الرسالة للإجابة عن السؤال "من المسئول عن؟" الأفراد والمؤسسات والدولة معنيون بمعرفة المسئول عن الحدث وتحديدته في شخص أو مؤسسة أو قانون أو سلوك أو حكومة محددة (إنتاج أغنية هابطة قد يؤطر فيك, من المسئول عن هذا الاسفاف؟ هل يتحكم المنتجون في إفساد الذوق العربي ؟ أين دور الدولة والقانون في حمايتنا من مثل هذا الانتاج)

7- اطار الصراع: تقدم الأحداث في اطار تنافسي صراعي حاد قد تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر هامة في سبيل إبراز سياق الصراع, تبرز الفساد وعدم الثقة في المسئولين, ترى الأشخاص قبل أن ترى الأحداث وترصد المصالح قبل أن ترصد الأهداف وتقيس الرسالة غالبا بمقياس الخاسر والرابح والمنتصر والمهزوم وهو بعد يببالغ الصحفيون والمذيعون كثيرا في جعله إطارا للأحداث (اعتذار أحد مرشحي الحزب عن خوض الانتخابات قد يؤطر في سياق: صراع خطير داخل الحزب, تنافس بين الحرس القديم والجديد, التيار الإصلاحى يهزم القدامى)

8- اطار المبادئ الأخلاقية: عرض الوقائع في السياق الأخلاقي والقيمي للمجتمع, يخاطب المعتقدات والمبادئ الراسخة عند المتلقي, القائم بالاتصال يرد الحدث ردا مباشرا لوعاء المجتمع الأخلاقي, قد يستشهد بالاقتباسات والأدلة الدينية التي تدعم سوقه للوقائع أو بالمصادر والجماعات المرجعية التي تؤكد هذا الاطار (مظاهرة طلاب الجامعة الإسلامية ضد الرسومات الكاريكاتيرية المسيئة للنبي صلى الله عليه وسلم قد يضعها الإعلاميون في إطار: حماية الشباب المشروعة للدفاع عن دين المجتمع, دور فلسطين التاريخي يبرر هذا الموقف الوطني, النصوص الدينية تدفع الأفراد للدفاع عن رسول الله,

خطوات تكوين الإطار:

تتم عملية التأطير الإعلامي للمضمون من خلال أربع خطوات رئيسية:

*يصدر القارئون بالاتصال أحكاماً واعية أو غير واعية وبطريقة معتمدة أو غير معتمدة على

الرسالة من خلال البناءات المعرفية والإدراكية للاعلاميين

*تتشكل الرسالة في أطر مهنية من ناحية الشكل أو المضمون، في عبارات ومفاهيم واقتباسات

المصدر هنا له أطره المتحكمة ليس في ذاته بل في الرسالة فوجود أو عدم وجود صور للحدث،

مساحة النشر والإذاعة، يسر أو عدم يسر الحصول على المعلومة والجزء الناتج عن العمل كل

هذا وغيره يؤثر في خطوات بناء الاطار

*يتوقع المرسل أطراً خاصة للمتلقى فترشده وتؤثر في عملية التأطير الحالية والمتوقعة

*الرسالة المؤطرة تمثل المخزون المشترك لكل خطوات وضع الاطار، هي في الغالب التمثيل

المشترك للإطار الاجتماعي العام

إن فالإطار الإعلامي ليس الوسيلة الإعلامية (التلفزيون مثلاً) بل هو وليد السياسات

والممارسات الإعلامية الموجودة وثقافة القائم بالاتصال ونوع ومصادر الأخبار والاتجاهات

الأيديولوجية والثقافية الشائعة ودرجة الحرية السياسية الحاكمة وطبيعة الأحداث وحجمها

وارتباطها بالجمهير

ثالثاً: وظائف الأطر وأهميتها:

تبرز أهمية الأطر الإعلامية وأهميتها في التالي:

1- كَشَفَ اهتمام الباحثين بدراسة إنتاج الأخبار والخطاب الإخباري عن أنَّ الصحفيين يعتمدون على التأطير في إنتاج القصص الخبرية، ووفقاً لأولئك الباحثين فإنَّ الصحفيين يحاولون كتابة تقارير إخبارية موضوعية، وتنظيم المادة الإخبارية بطريقة فاعلة، ويميلون إلى المشاركة في عملية التأطير من خلال البناء والتركيب، وإبراز جوانب معينة من الواقع، وعزل جوانب أخرى، ويُسَلِّمُ الباحثون الذين يستخدمون تحليل الإطار بأنَّ علاقات القوة غالباً ما تتعكس في تلك الأطر المتبناة¹، وتقتضى بعض بحوث التأطير أنَّ الإطارَ يمكن أن يُسيطرَ على التغطية لفترات طويلة من الوقت².

2- تُعرِّفُ الأطر المشكلات، وتشخِّصُ الأسباب، وتحدِّد قوتها التي تخلق المشكلة، وتضع الأحكام أو التقييمات الأخلاقية، وتقيِّمُ العوامل غير المقصودة وتأثيرها، وتقدِّمُ المعالجات وتسوغها، كما تنتبأ بتأثيراتها المختلفة، ويرى Entman أنَّ الإطارَ في أي نص محدد قد لا يتضمن بالضرورة الوظائف السابقة جميعها، واتساقاً مع الوظائف السابقة كشفت دراسة Gamson (1992) عن أنَّ إطار الحرب الباردة هيمن على الأخبار الخارجية في الصحافة

الأمريكية، مركزاً على أحداث خارجية معينة مثل: الحروب الأهلية، ومقدماً أحكاماً أخلاقية، وموصياً بحلول معينةⁱⁱⁱ، أي أن الإطار هنا حقق وظائف الإطار السابقة.

3- يحدد الإطار مدى ملاحظة وفهم الأفراد للمشكلة، وكيفية تقييمهم لها وتصرفهم إزاءها^{iv}، واتفق Scheufele مع ذلك حيث دَكَرَ أنَّ تأطير الأحداث والأخبار في وسائل الإعلام يمكن أن يؤثر بشكلٍ منظمٍ في كيفية فهم المتلقين للأخبار المتعلقة بهذه الأحداث^v، كما أنَّ تركيزَ الإطار على إبراز معلوماتٍ معينة يزيد من إمكانية إدراك المتلقي لها، وإدراك معناها ومن ثمَّ معالجتها وتخزينها في ذاكرته، إلا أنَّ Entman رأى أنَّ تأطير النص لا يضمن تأثيره في تفكير المتلقين^{vi}.

4- أوضحت أدبيات التأطير تأثيراته القوية في الإدراك الاجتماعي والتفضيلات السياسية للأفراد، وتنبع هذا الأمر من خلال دراسة التقارير الصحفية والتلفزيونية، واختيار الأطر مهم في تحديد مدى قارئية الموضوعات الصحفية^{vii}.
5- تؤكد نظرية الإطار على أنَّ تأطير الأخبار يتوسط الطريقة التي يستخدم فيها الناس المعرفة الاجتماعية والخبرات السابقة، ولهذا فإن الافتراض الأساسي في نموذج Rhee يتمثل في: أنَّ تركيب الرسالة في النصوص الإخبارية يُقيد الطريقة التي يستخدم بها الأفراد معرفتهم في تفسيرها، وتوصلت دراسة الباحث إلى أنَّ الأطر الإخبارية تساعد الأفراد في بناء نماذج خطاب معينة Corresponding Discourse Models من خلال تزويدهم بمجموعات من المفاهيم المستخدمة في عملية تفسير الحدث أو القضية^{viii}.

وعلى الصعيد نفسه يؤسسُ الإطار لسبيلٍ مترابط بين القضية المستهدفة ومجموعة المفاهيم المحددة من خلال تنشيط أو اقتراح بعض الأفكار على حساب الأخرى^{ix}.

6- لا يتطور التأطير الصحفي للقضايا والأحداث من فراغ، بل يتشكل من خلال التأثير بعوامل اجتماعية متعددة متضمنة العوامل السياسية، ودور المنظمات والحركات الاجتماعية^x.

7- تؤثر الأطر في الاتجاهات من خلال التركيز على قيم وحقائق معينة واعتبارات أخرى، وتمنحها صلة أكبر بالموضوع أو القضية^{xi}، كما أنَّ وسائل الإعلام تبني أطراً متعددة لتغطية أحداث مختلفة، ويتأثر ذلك باتجاهات المحررين وتأثير القيم في الأسلوب الذي يكتبون به^{xii}.

8- تقوم الأطر بأدوار استراتيجية في المؤسسات والحركات الاجتماعية، وتؤثر في السلوك، وتجذب الأعضاء والمصادر، كما تساعد في ربط الفرد بالجماعة، وقيمها وأيديولوجيتها، وهو الأمر الذي يتوافق مع أنَّ الإطار له قوة اجتماعية. وتستخدمُ المؤسسات والحركات الاجتماعية الأطر في محاولة التأثير في إدراك مبادئ ومعتقدات وأفعال المجموعات المستهدفة على اختلافها، وجزء من هذه القوة يأتي من خلال قدرة وسائل الإعلام على تحديد الإطار دون معرفة الجمهور به، إلا أنَّ تعدد الأطر قد يشوب القوة الكامنة في تأثير أي إطار في التغطية الإعلامية أو إخضاع الرأي العام^{xiii}.

رابعاً: عناصر الإطار الإعلامي:

يعتبر Entman أنَّ العناصر الأربعة في العملية الاتصالية هي^{xiv}: القائم بالاتصال (الصحفي)

5- نظريات "التأثير الانتقائي" او المحدود للاتصال الجماهيري

Theories of Selective Influence Limited Effect &

محاوّر المحاضرة

أولا : التطورات في مجالي علم النفس و علم الاجتماع

1- مدخل الفروق الفردية

2- مدخل الفئات الاجتماعية

ثانيا : نظرية لازارسفيلد لتدفق المعلومات على مرحلتين

1- دراسة "اختيار الشعب"

2- دراسة ديكاتور

مقدمة

- حصل تحول عميق في تقييم تأثير وسائل الاتصال خلال الحرب العالمية الثانية (الأربعينيات):
- فمن الاعتقاد بالتأثير اللامحدود للاتصال مع نظرية الرصاصة و الحقنة تحت الجلدية
- تبلورت في الأربعينيات من ق 20 نظريات تقول أن الاتصال الجماهيري لا يمثل تلك القوة الخارقة
- و أن المتلقي ليس ذلك الكائن الضعيف و المغلوب على أمره الذي يستقبل الرسالة و ينفذ ما يرد فيها

أولا : التطورات في مجالي علم النفس و علم الاجتماع

1 – مدخل الفروق الفردية

أ – الغرائز (Instinct) كمحرك للسلوك

- كان الاعتقاد السائد لدى علماء النفس و أصحاب النظرية السلوكية بالذات في أواخر ق 19 و بدايات ق 20 أن هناك تشابه كبير بين الأفراد في تفاعلهم مع المحيط
- فهي مجرد ردود أفعال متشابهة على منبهات خارجية
- أو سلوكيات مبنية على غرائز طبيعية Natural Instinct
- و تلبي الغرائز الاحتياجات الطبيعية الأساسية للفرد مثل :
غريزة البحث عن الغذاء لتأمين البقاء على الحياة
غريزة الدفاع عن النفس و الاتقاء من المخاطر

غريزة الجنس لاستمرار السلالة

• الغرائز متوارثة في الجينات لكل الكائنات الحية مثال:

الثعبان أو السلحفاة الذي يفقس من البيضة و يترعرع بعيدا عن أمه سيواجه مخاطر الحياة بهذا الكم من الغرائز الموروثة لأنه لن يتلقى أية تنشئة من والديه
• لكن الدراسات التجريبية أثبتت أن الأفراد لا يتصرفون بشكل موحد و نمطي بناء على غرائزهم المتأصلة

— فيمكن أن تظهر فروقات فردية على صعيد الغرائز
— و ذلك من خلال عملية التعلم و التنشئة مثال :

• كلب بافلوف Pavlov

ردة الفعل الطبيعية للكلب عند مشاهدته الأكل stimulus عندما يكون جائعا هو سيلان لعبه response لان الأكل يلبي غريزة أساسية لديه
— ربط بافلوف رؤية الأكل (المنبه الرئيسي) لدى الكلب بصوت جرس أو نور لمبة(منبه ثانوي) و تعود الكلب على ذلك و أصبح له نموذج ثابت للسلوك
— إلى حد انه يسيل لعبه كلما سمع صوت الجرس أو شاهد اللمبة بدون مشاهدة الأكل ما هو الاستنتاج ؟

• كلب بافلوف مختلف عن الكلاب العادية

— لأنه تمكن من تعلم ردود أفعال إضافية من خلال التعلم و التنشئة ولا علاقة لها بعوامل الوراثة
— لذا فالكائنات مختلفة عن بعضها البعض
— و خاصة بني البشر الذين يتمتعون بقدرات فكرية و عقلية عالية و إمكانيات كبيرة للتعلم

— فكل شخصية إنسانية متفردة Uniqueness لأنها تفاعلت مع بيئتها الاجتماعية بشكل مختلف

— و هناك كميات كبيرة من المؤثرات التي ستشكل ردود أفعال مختلفة و متباينة جدا بين الأفراد الذين ينتمون لنفس المجتمع

• ب – الاتجاه (Attitude) كمحرك للسلوك البشري

• لقد توصل باحثو علم النفس إلى أن الغرائز لا تحرك وحدها سلوكيات الانسان مثل الحيوان بل أن هناك عنصر اخر مهم وهو الاتجاه
• تعريف

الاتجاه هو العملية الإدراكية التي تحدد عند الفرد نشاطه المحتمل او في عالمه الحقيقي

التطورات في مجالي علم النفس و الاجتماع (تابع 6)

• أي انه الاستعداد المسبق Predisposition الذي تم تعلمه و اكتسابه من قبل الفرد و الذي سيلعب دورا هاما في تشكيل سلوكه لاحقا

• **مثال :** لاحظ الطفل الصغير خلال صباه ثم مراهقته أن اباه يعامل الفقير بكل احترام و يمد له يد المساعدة
فترسخ لديه هذا الاتجاه و تبلور عنده هذا الاستعداد
فحينما تصادفه حالات حقيقية في حياته اليومية لاحقا سيؤثر هذا الاتجاه الذي اكتسبه سابقا في سلوكه الفعلي
و سيساعد بالتالي الفقراء و يمكن أن ينظم إلى حركات اجتماعية خيرية او جمعيات تطوعية

• الاستنتاج :

– هناك فروق فردية في البنية النفسية و الإدراكية لأفراد الجمهور : فليسوا منمطين و متشابهين في تعاملهم مع منبهات المحيط كما كان يعتقد سابقا
– هذه الفروق تجعل اهتماماتهم بالرسائل الاعلامية مختلفة و كيفية تفاعلهم معها مختلفة : فالبعض سيركز على الرسالة س و الاخر لن يهتم بها

2 – مدخل العلاقات الاجتماعية

التطورات في مجال علم النفس و الاجتماع (تابع 8)

• كان الاعتقاد السائد في حقبة المجتمع الجماهيري أن المجتمع مكون من ذرات منفصلة عن بعضها بعضا
و أن الافراد عبارة عن قوالب موحدة و متشابهة في المجتمعات الصناعية و الجماهيرية

• لكن هذه النظرة تغيرت تدريجيا بسبب تطور

الدراسات الاجتماعية التي تعتمد اسلوب الاستقصاء عن طريق العينات

Questionnaire by sample

التطورات في مجال علم النفس و الاجتماع (تابع 9)

• فتبين وجود طبقات اجتماعية جديدة مبنية على المعايير المكتسبة في المجتمعات الصناعية مثل

الدخل المادي

المستوى التعليمي

الوضع الوظيفي ...

• كما أن الدراسات السياسية بينت تكون جماعات اجتماعية في اطار المجتمع الصناعي مثل

التطورات في مجال علم النفس و الاجتماع (تابع 10)

– النقابات المهنية التي تضم الاشخاص الذين تجمعهم نفس المصالح المهنية : عمال او موظفين او رجال اعمال ...

– الاحزاب السياسية : نفس الافكار و التوجهات السياسية

–الجماعات الفكرية : لهم نفس القناعات و الايدولوجيا
–الجماعات العقائدية : لهم نفس المعتقدات الدينية
•ثم اكتشفت الدراسات الاجتماعية التي اعتمدت اسلوب الملاحظة بالمشاركة التي تستخدم في الانترنتولوجيا

التطورات في مجالي علم النفس و الاجتماع (تابع 11)

•تبلور ما يعرف ”بالثقافات الفرعية“ Subcultures
أي أن الجماعات التي تعيش في نفس الظروف تكون لها خصائص متشابهة و قواسم مشتركة و اسلوبا مميزا في الحياة يمثل جماعة فرعية مثل
جماعات الاطباء او عمال الموانئ او المساجين او مدمنو المخدرات ...
إن كل هذه النظريات و الدراسات مهدت لظهور تيار جديد للاتصال كانت بمثابة القطيعة الابستمولوجية (المعرفية) بما سبق من نظريات التأثير القوي

نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين

–بول لازارسفيلد Paul Lasarsfeld مؤسس هذه النظرية من مهاجري النمسا الذين هربوا بطش هتلر خلال فترة ما بين الحربين
–اختصاصه هو الاحصاء الاجتماعي و كان مولعا بالبحوث الميدانية الاحصائية
Empirical Research
–يعتبر أن وسائل البحث الاخرى هي تأملية و تفكرية تعتمد على الانطباعات الفردية Speculative
– و يجب تجاوزها في مجال العلوم الاجتماعية

نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين (تابع 1)

1- دراسة ”اختيار الشعب“ People Choice
•اجرى لازارسفيلد مع كل من برلسون Berelson و جودي Gaudet هذه الدراسة في 1940 خلال الحملة الانتخابية الرئاسية الامريكية و التي شارك فيها الرئيس السابق روزفلت Franklin Roosevelt
•كان مريضا و غير قادر على تحمل مسؤوليات الرئاسة لاسيما و أن البلاد مقبلة على فترة حرب عالمية
•اغلب وسائل الاعلام ناشدت الناخبين عدم اعادة انتخابه و كانت معادية له

نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين (تابع 2)

•قرر لازارسفيلد اجراء هذه الدراسة ليتأكد من مدى قوة تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على الجمهور :
–فإذا كانت كذلك فلن يصوت الناخبون الأمريكيون لصالح روزفلت و اذا كانت غير مؤثرة او قليلة التأثير فسينجح

—حصل لازارسفيلد على تمويل من مؤسسة Rockefeller و مجلة لايف Life Magazine لإجراء هذه الدراسة
—كون فريقا بحثيا كبيرا و اختار منطقة Erie بولاية اوهايو Ohio لإجراء الدراسة

نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين (تابع 3)

• اختار عينة ممثلة من 600 شخص تمت مقابلتهم 7 مرات متتالية أي مرة كل شهر من مايو إلى شهر نوفمبر 1940 موعد الانتخابات Panel Study لماذا ؟
— للتعرف على العناصر المؤثرة على الناخب
— و على تطور موقفه طيلة هذه الحملة
• ما هي النتائج المستخلصة من هذه الدراسة ؟
◀ نتائج الانتخابات كانت مخالفة لكل التوقعات حيث أنه اعيد انتخاب روزفلت على عكس توجيهات الاعلام

نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين (تابع 4)

◀ عملية تكوين ”الرأي العام الانتخابي“ لا تتم على مستوى فردي بل في اطار جماعات تعيش اوضاعا اجتماعية متشابهة و تجمعهم مصالح و احتياجات مشتركة : يعني أن المجتمع ليس مكونا من ذرات معزولة
◀ أن الاتصال الشخصي كان العامل المؤثر في تكوين رأي الناخبين (حوارات و نقاشات) و ليس الاتصال الجماهيري

نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين (تابع 5)

◀ هناك قلة داخل كل جماعة تتميز عن سواها بكونها :
أكثر متابعة للشأن العام
أكثر استخداما لوسائل الاتصال
أكثر انفتاحا على محيطها Gregarious
اطلق عليها تسمية قادة الرأي Opinion Leader
اما الاغلبية فسميت بالأتباع Opinion Followers
لأنهم لا يحصلون على معلوماتهم من وسائل الاعلام بل من خلال اتصالاتهم المواجهي و المباشر بقيادة الرأي

نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين (تابع 6)

• فيعمل قادة الرأي وسيطا بين وسائل الاتصال و الأتباع

- 2 دراسة دكاتور Decatur

لكي يتأكد لازارسفيلد من مصداقية نتائج الدراسة الاولى قرر اجراء دراسة ثانية بمعينة كاتز Elihu Katz

شملت 800 سيدة للتعرف على التأثير النسبي لكل من الاتصال المواجهي و الاتصال الجماهيري في اتخاذ قرارات بمجالات التسوق و اختيار الافلام ...

نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين (تابع 7)

• لقد تم التأكد من النتائج السابقة اضافة إلى أن :
- أن قادة الرأي و الاتباع ينتمون إلى نفس الجماعة الاساسية سواء كانت اسرة او اصدقاء او زملاء عمل
- يمكن لقادة الرأي و الاتباع أن يتبادلوا الادوار في ظروف مختلفة **مثال**
قائد الرأي في المجال السياسي يمكن أن يكون تابعا في المجال الرياضي او الديني و العكس ممكن

نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين (تابع 8)

• قادة الرأي أكثر تعرضا و استخداما لوسائل الاتصال اذا تعلق الامر بتخصصهم **مثال**
يمكن أن يطالع قائد الرأي في المجال الرياضي كل الصحف و المجلات و يتابع الاذاعة و التلفزيون لكنه لا يطلع على أي شيء في المجالات الاخرى

نظرية الاستخدامات والإشباعات:

ترجع بداية الاهتمام بدراسة الإشباعات المتحققة للجمهور من استخدام وسائل الإعلام إلى الأربعينيات، ومن هذه الدراسات: دراسة (هرتزوج Herzog) 1942 حول الإشباعات المتحققة من الاستماع إلى المسلسلات الصباحية، ودراسة بيرلسون (Berelson 1949) حول وظائف قراءة الصحف (HeshamMesbah, p12, 1991). وقد استطاع (إلياهو كاتز Katz) 1959 أن يطور مدخل الاستخدامات والإشباعات من خلال تحويل مسار أهداف بحوث الإعلام من معرفة التأثيرات الإقناعية لوسائل الإعلام إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، وجاء أول تطبيق عملي لمدخل الاستخدامات والإشباعات في الدراسات الإعلامية على يد (ريموند باير Raymond Bauer) في الستينيات، وذلك في مقاله العلمية المنشورة عام 1964 في مجلة (The American Psychologist) بعنوان الجمهور العنيد (The Obstinate Audience)، وكانت فكرته الجديدة- آنذاك- تتمثل في أن جماهير وسائل الإعلام نشيطة ومتوجهة نحو الهدف في سلوكهم لاستخدام وسائل الإعلام، وعارض (باير Bauer) بذلك مفهوم التأثيرات المباشرة المقبولة- آنذاك- وعرض لفكرة أن الناس تستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية، ومحتواها لإشباع رغبات معينة لديهم.

(Werner J. Severin and James W. Tankard, pp260:270, 1992)

مع بداية هذه المرحلة الزمنية في تاريخ مدخل الاستخدامات والإشباعات وتطوره قدم الباحثون إسهامات أكاديمية متنوعة أضافت لدراسات الاستخدامات والإشباعات تراكمات علمية أسهمت في خصوصيتها وثنائها، ويرى البحث أنه يمكن رصد الملامح العامة لتطور دراسات الاستخدامات والإشباعات كما يلي:

المرحلة الوصفية: هذه المرحلة بدأت في الأربعينيات من القرن العشرين، وامتدت خلال الأربعينيات والخمسينيات، واهتمت بتقديم وصف لاتجاهات الجماعات المختلفة لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق بانتقاء مضمون محدد يتعرضون له، وكان من أشهر دراسات هذه المرحلة دراسة (هيرتزوج) عام 1942.

المرحلة الاستكشافية: وامتدت هذه المرحلة خلال عقدي الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين، وهي مرحلة ذات توجه ميداني؛ حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام. ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (إلياهو كاتز) 1959، ودراسات (بيرلسون) 1959، ودراسات (ريموند باير) 1964.

المرحلة التفسيرية: وهي مرحلة النضج، وكان التركيز فيها على الإشباع المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتميزت دراسات هذه المرحلة بإعداد قوائم عن الإشباع المتحققة من العملية الاتصالية، وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي، وحتى الآن، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (ماك كومبوس) 1977، ودراسات كلٍّ من: (Joseph Conway and Alan Robin) 1977، ودراسات كلٍّ من: (Rubin. P443:463 1991).

ماهية الاستخدامات والإشباع:

يعرف مدخل الاستخدامات والإشباع بأنه مدخل يوضح ويفسر - إلى حد كبير - الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض؛ حيث يختار الجمهور - قبل التعرض - المحتوى الذي يفي بحاجاته، ويحقق له إشباع معين، وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض له، وبمعنى آخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته (سعود البشر، محمود، ص47، 1997) الأسس التي تقوم عليها النظرية:

يتمثل الفرض الرئيسي لمدخل الاستخدامات والإشباع في أن الجمهور نشط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال استخدام موجه لإشباع احتياجاته، وأنه يختار الوسيلة التي تشبع هذه الاحتياجات، ويختار - من بين أنواع المضامين المقدمة في الوسيلة الإعلامية - المضمون الذي يناسبه، ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموجرافية (Katz, Blumler and Gurevitch, p21:22, 1974)

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

1. معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بافتراض أنه جمهور نشط، واع، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته.
2. معرفة وفهم الدوافع المراد إشباعها بالتعرض للوسائل الإعلامية، وعبر وسائل الاتصال الأخرى.
3. الحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال. (مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين، ص 242، 1998).

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

- 1- **الجمهور النشط: Active Audience**: ويقصد به أن أفراد الجمهور لديهم نشاط وإيجابية في استقبال الرسالة وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام، وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الإعلام. Denis Mcquail et.al, p222, 1988.
- 2- **الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الإعلام.**
- 3- **حاجات ودوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: وتنقسم إلى قسمين:**
أولاً: **دوافع نفعية (Instrumental Motive)**: وهي تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.
ثانياً: **دوافع طقوسية (Ritualized Motive)**: وهي تستهدف إضاعة الوقت، والاسترخاء، والصدقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتعكس هذه الفئة في البرامج الترفيهية، مثل المسلسلات،

والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة (مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين، ص 247، 1998).

1- التوقعات من وسائل الإعلام.

2- التعرض لوسائل الإعلام.

3- إشباعات وسائل الإعلام، وتنقسم إلى:

أولاً: إشباعات المحتوى، وتحتوي على نوعين من الإشباعات:

أ: إشباعات توجيهية (Orientational Gratifications): وتتمثل في الحصول على معلومات، وتأكيد

الذات ومراقبة البيئة، وهي إشباعات ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والاعتماد عليها.

ب: إشباعات اجتماعية (Social Gratifications): ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد

بشبكة علاقاته الاجتماعية؛ حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين

أصدقائهم وأسرة، من خلال تحقيق إشباعات مثل إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين، والقدرة على

إدارة النقاش والتمكن المعرفي، والقدرة على فهم الواقع، والتعامل مع المشكلات.

ثانياً: إشباعات عملية الاتصال (Process Gratifications): وتنقسم هي الأخرى إلى نوعين:

أ: إشباعات شبه توجيهية (Para Orientational): وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن

الذات، وتنعكس في مواضيع التسلية والترفيه والإثارة.

ب: إشباعات شبه اجتماعية (Para Social): وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزداد هذه

الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة، مثل تحرير الخيال، واستثارة العواطف،

والتخلص من الشعور بالملل والضيق، والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة، والتوحد أو الاندماج مع الشخصيات.

من خلال العرض السابق: يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات من أنسب المداخل للدراسة الحالية؛ حيث يقوم

الشباب الجامعي بدور إيجابي في اختيار الوسائل التي تشبع احتياجاته المتعددة، سواء كانت معرفية، أو وجدانية، أو

اجتماعية، أو سياسية، ويعرض عن الوسائل التي لا تحقق له أي إشباع؛ لذا تحاول الدراسة اختبار مدى تلبية مواقع

الشبكات الاجتماعية- محل الدراسة- لاحتياجات الشباب الجامعي المصري، من خلال استخدامه لتلك الشبكات؛ ما

يتيح قدرًا من التنوع في دوافع متابعة الشباب لهذه الشبكات والإشباعات المتحققة منها؛ بما يلبي رغباتهم واحتياجاتهم

المختلفة.

كما أن اعتماد مواقع الشبكات الاجتماعية على المشاهدة في مطالعتها يتطلب انتباهًا وتركيزًا كبيرين من قبل

الجمهور؛ ما يدل على نشاط المتابع وإيجابيته في التعرض؛ ما يحقق عنصرًا مهمًا وفرضًا أساسيًا من فروض مدخل

الاستخدامات والإشباعات وهو افتراض الجمهور النشط.

ويؤكد كل ما سبق أنه ليس هناك أي إطار نظري يعد أفضل- لتطبيقه في الدراسة الحالية- من هذا المدخل لإثراء هذه

الدراسة، وتحقيق أهدافها.

• نظرية التطهير والإستتاره

نظرية التطهير

تفترض هذه النظرية وجود آثار إيجابية لمشاهدة العنف في وسائل الإعلام ترجع أصول هذه النظرية إلى الفيلسوف اليوناني أرسطو فكرة التطهير المشتقة من نظرية أرسطو تفترض أن الإحباط والظلم الذي يتعرض له الإنسان يزيد من ميله نحو العدوان ويمكن إشباع هذا الميل إما بالعدوان المباشر أو مشاهدة الآخرين وهم يعتدون فوفقا لهذه النظرية فإن التعرض لأعمال العنف في وسائل الإعلام يمكن أن يقلل من حاجة الإنسان إلى العدوان

يعد (فيشباخ) أبرز المؤيدين لنظرية التطهير ويرى أن مشاهدة برامج العنف في التلفزيون تزود المشاهد بخبره عدوانييه بديله ويمثل ذلك وسيلة غير ضاره لتهدئة مشاعرهم من العدوان والإحباط

وفي دراسة فيشباخ قسم مجموعه من الطلاب الى فئتين تعرضت الفئة الأولى لمشاهدة مباره عنيفة في الملاكمه وتعرضت الفئة الثانية لفلم يخلو من العنف ولاحظ فيشباخ أن طلبة الفئة الاولى أظهروا ميولا عدوانييه أق من طلبة الفئة الثانية وقد خلص الى نتيجة (أن الغضب والإنفعال العدواني قد تم تفريره بشكل بديلي نتيجة مشاهدة ماده فلمية عنيفه توصل دور و كونكيل إلى نتائج مشابهه حيث أشارت دراستهما إلى أن أفلام العنف تسعد على تفرير الميل للإعتداء عند بعض الأطفال كما تؤدي إلى تخفيض القلق والتوتر .

نظرية الإستتاره

يعد ليونارد بيركويترز عالم النفس الإجتماعي أول من قدم الإطار العام لنظرية الإستتاره (الحافز) في مجال تأثير العنف الذي تقدمه وسائل الإعلام .

يشار الى هذه لنظريه ايضا بإسم المزاج العدواني والإفتراض الأساسي في هذه النظرية هو أن التعرض لحافز أو مثير عدواني من شأنه أن يزيد من الإثارة السيكولوجيه للفرد .

هذه الإثارة يمكن أن تزيد من إحتتمالات قيام الفرد بسلوك عدواني

فمن الدراسات في مجال نظرية الإستتاره دراسات (بيركويترز) خلال لفته من ١٩٦٢-١٩٦٩ هذه النظرية التي ترى أن الرسائل الإعلامية يمكن أن تثير درجات مختلفه من الانفعالات والتي بدورها تثير الميول العدوانية العنيفه نتيجة التعرض لمواد عنيفه من وسائل الإعلام

وفي دراسة أخرى باشتراك مع الباحث جين عام (١٩٦٩) أطلق عليها ماكينة العدوان أستخدم أسلوب الصدمات الكهربائية للحصول على مساعده وأشارت النتائج إلى أن العنف في التلفزيون يؤدي إلى زيادة العنف لدى الأطفال

وقد أطلق بيركويترز على ذلك نظرية التحريض (أي أن التعرض للعنف في وسائل الإعلام يحرض المتلقي على السلوك العدواني)

وفي دراسة أخرى لاحظت أن الأطفال في سن التاسعه الذين يفضلون أفلام العنف يميلون إلى أن يكون أكثر عدوانية بعد عشر سنوات

حاليا تستخدم نظرية الاستتاره في تفسير قابلية التحقق من العنف الذي يظهره الاطفال الذين يتعرضون لمحتوى العنف في وسائل الإعلام

ربما من خلال محتوى الإتصال الجماهيري الذي يتسم بالإثارة حيث يمكن أن ترتفع نبضات القلب ويحدث إحمراء في البشرة وذرف في الدموع ويصاحب هذه التغيرات زيادة كمية الأدرينالين في الدم ويعتقد عدد كبير من علما السلوك أنه حين تحدث الإستثارة العاطفيه بهذه الطريقه فإنها تؤثر فيما هو أكبر من مجرد الإستجابه لمحتوى الرسائل ولاتمضي العلاقه بين الحافز والإستجابه في هذه النظرية بغير شروط ولا تتسم بالبساطه فالحافز العدواني مثل مشاهدة برنامج العنف لا يثير دائما إستجابه عدائيه متوتره ولا يثير أيضا نفس الدرجه من العدوانية لدى كل المشاهدين وترى هذه النظرية أن هناك عامل يؤدي الى احتمال الإستجابه العدوانيه وهو الإحباط الذي يعايشه المشاهد وقت التعرض للبرنامج وهناك عامل آخر طبقا لأراء بيركوييتز وزملائه يمكن أن يؤثر على طبيعة الإستجابه للعنف وهو مدى التشابه بين مايقدمه التلفزيون من صور العنف وبين الظروف المثيره للغضب والعنف التي يحاول المشاهد أن يتغلب عليها وقت التعرض للبرنامج .

• نظرية التدعيم

قدم هذه النظرية "جوزيف كلابر" أحد العاملين في صناعة التلفزيون في شبكة سي بي اس الامريكية

فرضية النظرية :

تفترض هذه النظرية أنه لا يوجد علاقة مباشرة بين التعرض للعنف في وسائل الاعلام وزيادة السلوك العدواني لدى افراد الجمهور .
فبعد تحليل المادة التي جمعها كلابر خلص إلى نتائج مفادها :
أنه لا يمكن الحديث عن تأثير مباشر للتلفزيون إلا على الأشخاص ذوي الميول العدوانية أساساً قبل التعرض لوسائل الاعلام .

وقد نشر كلابر كتابه المهم عن آثار وسائل الاعلام عام ١٩٦٠ م وتم اهمال هذا الكتاب لفترة طويلة لكون كلابر احد العاملين في صناعة التلفزيون في شبكة سي بي اس الأمريكية واعتبروه آخرون متحيزاً ومدافعاً عن التلفزيون وخاصة فيما يتعلق بآثار التلفزيون على العنف وكتاب كلابر يتضمن وجهة نظر مؤيدة لآثار التلفزيون حيث رأى أنه ينبغي النظر إلى التلفزيون ووسائل الاعلام الأخرى باعتبارها عامل واحد بين عوامل عديدة بدلاً من النظر إليها باعتبارها العامل الوحيد المؤثر عند الأخذ في الاعتبار آثار عملية الاتصال الجماهيري على السلوك الانساني .

مقترحات كلابر في كتابه :

- ١ . تنوع استجابة الأطفال للتلفزيون .
- ٢ . محتوى برامج التلفزيون ليس بالقوة والتأثير الذي يعتقد بعض المهتمين .
- ٣ . بغض النظر عن الظروف الأخرى فإن وسائل الاعلام تميل إلى تدعيم ما هو موجود أصلاً وليس تغيير ما هو قائم .
- ٤ . حينما يكون هناك تأثير لوسائل الاعلام غالباً ما يكون هذا التأثير ناتجاً عن متغيرات أخرى أو حين يكون لدى الفرد رغبة حقيقية في التغيير .
- ٥ . وسائل الإعلام لها تأثير نفسي وجسماني قابل للقياس على المدى القصير .
- ٦ . يتحدد تأثير وسائل الاعلام بناء على الموقف والمناخ الاجتماعي والظروف الشخصية مثلما يتأثر بالمحتوى المقدم في وسائل الإعلام .

دراسات مختلفة :

أشارت دراسة " روبنسون " ١٩٧٢ م حول عادات مشاهدة التلفزيون وارتباطها بالسلوك العدواني إلى أن العنف التلفزيوني يحتمل أن يدعم العنف لدى الشباب الذين لديهم ميول عدوانية مرتفعة بالفعل .

وأشارت دراسة استهدفت التعرف على اتجاهات مشاهدة العنف في التلفزيون نحو الخوف من الوقوع كضحايا للعنف في الواقع وتم تنفيذ الدراسة في منطقتين : الأولى : ترتفع فيها نسبة الجريمة والثانية : نسبة الجريمة فيها منخفضة وإشارة الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين كثافة التعرض للتلفزيون وتنمية مفاهيم حول إمكانية التورط في أعمال العنف ولاحظ الباحث أن الباحثين في المنطقة التي ترتفع فيها نسبة الجريمة كانوا أكثر خوفاً من المنطقة التي تقل بها هذه النسبة مما يشير إلى تدعيم السلوك .

ونحن نفس المنحى عدد آخر من الباحثين مثل : سنجر و هوويت و كمبراتش إذ يرون أ، التجارب والمعلومات المتوافرة لا يمكن أن تؤكد العلاقة الموجبة بين وسائل الإعلام والسلوك العدوانى . وترى "ليندا دافيدوف" أن للثقافة والأسرة دور فى تحديد مستويات العدوان التى يؤثر على أنماط الدروس التى يتعلمها الأطفال وهما يضعان الشروط التيتكف أو تشجع على إيذاء الآخرين .

وتؤيد الأبحاث الفكرة القائلة بأن الآباء العدوانيين لهم أبناء عدوانيون كما أن الأطفال الجانحون إلى القسوة غالباً ما يأتون من عائلات تميل إلى القسوة والنظام الصارم والمجتمعات التى تلجأ إلى الشدة وإلى إجراءات تثير القلق نجد بها زيادة فى معدلات الجريمة عن المجتمعات التى لاتلجأ إلى هذه الوسائل .

وترى ليندا أنه على الرغم من أن كثير من الباحثين لا حظوا علاقة ارتباط موجبة بين الوقت الذى ينقضى فى مشاهدة برامج التلفزيون العنيفة وبين العدوان إلا أن هذه الملاحظات لا تعنى أن التلفزيون قد تؤدي إلى زيادة الميل للعدوان أو إلى أن يصبح الإنسان عدوانياً من البداية إلا أن المشاهدة قد تؤدي أيضاً إلى خلق مشاهد لديه "شراهة" لمشاهدة العنف .

عوامل نظرية التدعيم من وجهة نظر العلماء :

- ١ . المبادئ والقيم الثقافية .
- ٢ . الأدوار الاجتماعية .
- ٣ . السمات الشخصية .
- ٤ . تأثير الأسرة والأقران .

فهذه العوامل وغيرها تحدد التأثيرات التى يمكن أن تحدثها صور العنف فى وسائل الإعلام . وعلى سبيل المثال : فإن المبادئ والاتجاهات لدى المشاهدين من المتوقع أن توجه إدراكهم لبرامج العنف التلفزيونى فإن الذين نشأوا وأصبحوا شخصيات ميالة للعنف وأصبح لديهم اتجاهات ومبادئ تؤيد العنف كوسيلة لتحقيق الأهداف الشخصية والاجتماعية فإنه من المحتمل أن يدركوا على نحو اختياري أعمال العنف التى تقوم بها شخصيات المسلسلات التلفزيونية بشكل مؤيد لمبادئهم واتجاهاتهم .

أما المشاهدون من غير ذوى الميول العدوانية فإنهم يدركون الرسالة الاتصالية أو برامج العنف على نحو اختياري بشكل يتطابق مع اتجاهاتهم المناهضة للعنف . وهكذا فإن تأثير العنف عن طريق التلفزيون يمكن أن يدعم المبادئ السلوكية والاتجاهات الموجودة لدى المشاهدين ذوى الميول العنيفة وغير ذوى تلك الميول . هذا التأثير يجعلهم أقل أو أكثر رغبة فى سلوكيات العنف مما لو لم يشاهدوا برنامج ذى طابع عنيف فى التلفزيون .

نظرية دوامة الصمت

إعداد الطالب : أحمد كريم علوان

نظرية دوامة الصمت

نشأة النظرية:

تعتبر نظرية دوامة الصمت من نماذج التأثيرات طويلة المدى على كل من المجتمع و ثقافة أفراده و التي ترجع جذورها إلى أفكار الباحثة الألمانية اليزابيت نوال نيومان التي عرفتها باسم دوامة الصمت أو لولب الصمت من خلال كتابها المؤلف سنة 1980 بعنوان ' دوامة الصمت الرأي العام باعتباره جلدنا الناعم، و الذي ضمنته جملة من استنتاجات أبحاثها و قبل ذلك فقد دعت نيومان سنة 1974 إلى العودة إلى قوة وسائل الإعلام . ورأت أن لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الرأي العام لكن تم التقليل من شأنها في الماضي بسبب قيود منهجية في الدراسات الإعلامية لذا طالبت بأهمية إجراء البحوث طويلة الأمد و اقترحت مجموعة مناهج في البحث تجمع بين المقاييس الميدانية و المسحية للجمهور و للقائمين بالاتصال من أجل معرفة قوة و تأثير وسائل الإعلام . هذا بالإضافة إلى استخدام منهج تحليل المضمون و تؤكد نيومان أن وسائل الاتصال الجماهيري تنحاز أحيانا إلى جانب إحدى القضايا أو الشخصيات بحيث يؤدي ذلك إلى تأييد القسم الأكبر من الاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام وذلك بحثا عن التوافق الاجتماعي ، لهذا يصنف بعض الباحثين نظرية دوامة الصمت في إطار واحد مع نظرية ترتيب الأولويات نظرا لاهتمامها بتأثير وسائل الإعلام حسب نيومان تعمل على تكوين الرأي العام نحو مختلف القضايا ، إلا أنها و في نفس الوقت تضغط على الأفراد لإخفاء آرائهم والتي قد تختلف على رأي الأغلبية خوفا من الانعزال عن المجتمع .

و قد قامت نيومان بتطوير نظريتها اعتمادا على البحوث التجريبية و التي رصدت فيها ثلاثة متغيرات أساسية تساهم في قوة وسائل الإعلام :

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

2- الشمولية: بحيث أن وسائل الإعلام تسيطر على الجمهور والأفراد وتحاصرهم في كل مكان ، وتهيمن على بيئة المعلومات المتاحة مما ينتج عنه تأثيرات شاملة (الشيوخ والانتشار) .

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

فرضية النظرية:

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

أما نيومان فقدمت الفرض العام لنظرية الصمت بالقول "يخشى معظم الناس من العزلة وهذا الخوف يدفعهم إلى إتباع الأغلبية في محاولة للتوحد معهم حتى ولو كان ذلك على حساب إخفاء وجهة نظرهم التي قد تختلف مع الأغلبية وبالتالي التزام الصمت حولها . ليزداد هذا الصمت عندما تعمل وسائل الإعلام على تدعيم آراء الأغلبية "

ومما سبق يتضح أن نيومان من خلال هذه الفرضية أدمجت جملة من الفرضيات الفرعية التي نستنتجها كما يلي:

- 1- إن الرأي العام لدى جمهور المتلقي ينقسم إلى رأي الأغلبية المدعومة لمضمون وسائل الإعلام ورأي الأغلبية المعارضة والتي تلتزم الصمت خوفا من العزلة.**
- 2- الرؤية الاجتماعية للقضايا إذ أن الأفراد يرون الأحداث بما تراه الجماعة ويتمسكون بهذه الرؤية (الأفراد يرون الأحداث بعين الجماعة التي تسيطر عنها وسائل الإعلام).**
- 3- إن وسائل الإعلام تقوم بنشر وتعزيز وجهات النظر السائدة المهيمنة على الرأي العام.**
- 4- إن معظم الأفراد يخشون من العزلة الاجتماعية عن بيئتهم ويرغبون في أن تكون آرائهم مدعومة من المجتمع قصد كسب الاحترام فيه.**

محتوى النظرية:

ترى هذه النظرية إن وسائل الإعلام تتخذ أحيانا مواقف معينة اتجاه القضايا أو الشخصيات ويؤدي هذا إلى تأييد معظم الأفراد للاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام بحثا عن التوافق الاجتماعي ، أما الأفراد المعارضين فإنهم يتخذون موقف الصمت إما خوفا من العزلة الاجتماعية أو تجنباً للاضطهاد والصراعات الاجتماعية ، بالتالي إذا كانوا مؤمنين بآراء مخالفة لما تقدمه وسائل الإعلام فإنهم يكتبون تلك الآراء ويميلون إلى عدم التعبير عنها إما إذا كانت آرائهم منسجمة مع ما تبثه وسائل الإعلام فإنهم يعملون على إبرازها والإعلان عنها قصد الحصول على القبول والاندماج الاجتماعي . ولأن معظم الناس يعتقدون أن الجانب الذي تؤيده وسائل الإعلام يعبر عن الاتجاه السائد في المجتمع فإن الرأي العام الذي تتبناه وسائل الإعلام يضل يقوى . وربما يخلق ضغوطا أكبر على الأفراد المخالفين لهذا الرأي وهكذا نحصل على اثر لولبي يزداد ميلا تجاه الجانب السائد الذي تتبناه وسائل الإعلام بغض النظر عن الموقف الحقيقي للجمهور .

أما الهيوكاز فقد لخص نظرية دوامة الصمت في الأفكار التالية:

- 1- كل الأفراد لهم آراء.**
- 2- الخوف من العزلة الاجتماعية يجعل الأفراد لا يعلنون عن آرائهم إذا علموا أنها لا تحض بتأييد الآخرين .**
- 3- يقوم كل فرد بإجراء استطلاعات سريعة لمعرفة مدى التأييد أو المعارضة للرأي الذي يتبناه.**
- 4- تعد وسائل الإعلام من المصادر الرئيسية لنشر المعلومات و عرض الآراء و مناخ التأييد أو المعارضة.**
- 5- تقوم الأطر المرجعية (مؤسسات التنشئة الاجتماعية) الأخرى بعملها.**
- 6- تميل وسائل الإعلام لأن تتحدث بصوت واحد و في الغالب يكون محتكرا.**
- 7- تميل وسائل الإعلام إلى التحيز في عرض الآراء مما يؤدي إلى تشويه الرأي العام.**
- 8- يدرك بعض الأفراد أو الجماعات أنهم غير مسايرين لرأي الأغلبية مما يدفعهم إما لتغيير آرائهم للتنسيق مع رأي وسائل الإعلام أو يلتزمون الصمت تجنباً للضغوط الاجتماعية.**

ثانيا - الوسيلة هي الرسالة :

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

ويقترح « ماكلوهان » أن بناء الوسيلة ذاتها مسؤل عن نواحي القصور فيها ، ومسؤل عن قدرتها في توصيل المضمون ، فهناك مثلا ، وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة ، فمثلا : مشاهدة 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 .

ثالثا - وسائل الاتصال الساخنة ووسائل الاتصال الباردة :

ابتكر «ماكلوهان» مصطلحات «الساخن» و «البارد» ، ليصف بناء وسيلة الاتصال ، أو التجربة التي يتم نقلها ، وكلمة «باردا» تستخدم في وقتنا الحاضر لتعني ما الفئا على أن نطلق عليه كلمة «ساخن» في الماضي .

ويهتم «ماكلوهان» 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 الساخنة ، 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 الى ممارسة جهد كبير في التخيل من جانب المشاهدين.

بهذا المعنى ، يمكن القول : إن الآلية الذاتية **Automation** باردة ، في حين أن الوسائل الميكانيكية ساخنة ، والشخص التقليدي ساخن ، في حين أن الشخص المتطور بارد . و الوسيلة الساخنة درجة وضوحها مرتفعة **High Definition** وعلى درجة عالية من الفردية ، وتحتوي على قدر كبير من المعلومات المطلوبة ، أما الوسيلة الباردة فدرجة وضوحها منخفضة ، وتنقل معلومات قليلة ، وتحتاج إلى جهد من جانب الجمهور لاستكمال التجربة .

فالمطبوع : وسيلة ساخنة ، لأنه يفرض نمطه على الصفحة و تكرر لا نهاية له ، وهو يقوم على التجريد ، ويحمل الإنسان بعيدا عن العلاقات التقليدية الوثيقة إلى أسلوب الحياة الحديثة ، من القبلية الى الأمية ، ومن الحرف اليدوية إلى الإنتاج على نطاق واسع ، ويعتمد المطبوع على تعدد الرسائل والأنماط بشكل لانهائي تقريبا .

والحديث : على العكس من ذلك ، وسيلة باردة ، لأنه يطور تبادل للرسائل ، مثيرات واستجابات ورجع صدى ، وأنماط معقدة ومتداخلة العلاقات الشخصية ، ومجتمعات تركز على العائلة أو القبيلة.

والراديو : وسيلة ساخنة ، لأن درجة مساهمة الجمهور فيه قليلة ، وهو على درجة عالية من الوضوح ، بمعنى أنه يوفر المعلومات بشكل عام ، وبدون مساهمة كبيرة من الجمهور .

والتلفزيون : وسيلة باردة ، لأنه يحتاج إلى قدر كبير من المساهمة من جانب الجمهور ، ولأنه يرفض الشخصيات والموضوعات الساخنة أكثر من الصحافة التي تعتبر وسيلة ساخنة ، فلو كان التلفزيون موجودة على نطاق واسع خلال حكم «هتلر» و «موسوليني» لساعد ذلك على اختفائها بسرعة.

و يرى «ماكلوهان» أن مد جهازنا العصبي تكنولوجيا ، سوف يمكن الإنسان من إدماج البشرية كلها داخله ، وأن الوسائل الإلكترونية سوف تجعلنا نعود إلى الترابط مرة أخرى ، فالتلفزيون سوف يعود بالفرد مرة أخرى إلى التجارب الجماعية للثقافة الشفهية ، وسوف يشجع المساهمة بدلا من الانسحاب والعزلة ، والعمل بدلا من الاقتصار على التفكير .

ويعتقد «ماكلوهان» أن التلفزيون يغير من نسيج المجتمع ، وأن التحول عموما من وسيلة أخرى يخلق ضغطا شديدا على المجتمع.

غير أن «ريتشارد بلاك» Blake يرى 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 ، حيث إن القرية التي زعم « ماكلوهان » وجودها في الستينيات ، لم يعد لها وجود حقيقي في عقد التسعينيات .

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 الفخمة 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 الى قرية كونية - كما زعم ماكلوهان - نجد أنفسنا مستقطبين إلى آلاف المقاطعات المنعزلة **Separate Enclaves** يستخدم كل فرد وسيلته الخاصة ، ويطور اللغة التي تناسبه ، وبالتالي تزداد الفوارق والتمايز بين الأفراد بدلا من ترسيخ التماسك والدمج في أمة واحدة .

نظريات التقمص الوجداني وعلاقتها بوسائل الإعلام

إعداد الطالب : أحمد كريم علوان

تعريف مصطلح التقمص الوجداني

يقسم مصطلح التقمص الوجداني من الناحية اللغوية العربية إلى جزئين: **تقمص** وإلى **وجداني** فكلمة **تقمص** في اللغة العربية: نقص من قمص : فعل مشتق القميص بمعنى قطعة من القماش (أو جزء من ثوب) يلبس تحت الأثار، فوق الجلد مباشرة، وهو ما يوازي قميص الرجال الداخلي العلوي في أيامنا هذه، و يعني لبس القميص. قمصه أي ألبسه القميص . قال العرب : **تقمص** الخلافة أو الولاية وكانه لبسها كما يلبس القميص، فيقال: قصة الولاية، أي ألبسه الولاية، كما القميص بمعنى خلع عليه الولاية كما يقال أيضا **تقمص** لباس العز . ويقال : **تقمصه** الخوف. أما معنى **التقمص الوجداني** في اللغة الانكليزية **Empathy** فنعني مقدرة أو إمكانية إنسان بأن يحل محل إنسان آخر، ويفهم حقيقة شعوره أو عاطفته أو حالته الذهنية أو الفكرية. بمعنى أن تضع نفسك انه وتتمكن من التعرف على وفهم مشاعره أو عواطفه أو ما يدور في خلدته، ذهنه، فكره، وهذا هو ما سمي بالعربية **التقمص الوجداني** أو **التقمص العاطفي** ونادرا ما يطلق عليها **الاعتناق**.

المفهوم الاصطلاحي التقمص الوجداني

يعرف **التقمص الوجداني** بأنه العملية التي نتوصل بمقتضاها إلى توقعات الحالات السيكولوجية الداخلية للإنسان. ويعرف أيضا بأنه قدرة الفرد على **تقمص** مشاعر الآخرين، أي فهم دور شخص آخر دون أن يفقد هذا الفرد شعوره بذاته، حيث تنمي بوسائل الإعلام القدرة على **التقمص الوجداني** لدى الأفراد، لأنها تجعل التحرك النفساني يحل محل التحرك المادي الفعلي. المقدره على **التقمص الوجداني** جزء لا يتجزأ من الاتصال، لأنه يربط بين ذهن المرسل وذهن المتلقي، و**التقمص الوجداني** هو المقدره عن فهم الحالة الأمنية الشخص آخر، كان نقول لشخص آخر إنتي أفهم مشاعرك... المقدره على **التقمص الوجداني** بالتحرك المادي من مكان إلى آخر، أو عن طريق التعرض لوسائل الإعلام التي تجعل التحرك السيكولوجي يحل محل التحرك المادي أو الجغرافي، ويجب أن تتوفر ثلاثة عناصر على الأقل لكي يتم الاتصال وتظهر قيمة **التقمص الوجداني** هي :

١- وسائل مادية للاتصال

٢- رجع صدى -

٣- مقدره على **التقمص الوجداني**

فالمقدرة على **التقمص الوجداني** هي الوصول إلى استنتاجات عن الآخرين وتغيير تلك الاستنتاجات لتتفق مع الظروف الجديدة، فهذه المقدره معروفة منذ ألفي عام قد أشار إليها كل من أفلاطون وسان جون وسان أوجستين وسان الأكويني ، وبعد ذلك سبينوزا في مؤلفاتهم، وقد اعتبرها آدم سميث وهربرت سبنسر عملية انعكاس بدائي، وأما في القرن الماضي فقد ناقش الباحثون ليبس وريبوت وشليبر **التقمص الوجداني** في تحليلهم للعطف، ويرجع الفضل في وجود كلمة **الوجداني Eunpathy** في اللغة الإنجليزية إلى ثيودور ليبس الذي سماها **Feeling Into**. كما يطلق التعاطف أو التفهم على **التقمص الوجداني Empathy** كما يسميه إدوارد ب. تيتشر **E.B.Titchenet** الذي يقول أن التعاطف ينبع من الشعور بمعاناة الآخر باستحضار مشاعر الآخر نفسها إلى داخل التعاطف نفه، كما أطلق عليه

نظرية دانيال ليرنر حول دور وسائل الإعلام في تنمية المقدررة على التقمص الوجداني

يعتبر عالم الاجتماع الأمريكي دانيال ليرنر أن المقدررة على التقمص الوجداني من الخصائص الأساسية اللازمة لانتقال المجتمع من الشكل التقليدي إلى الشكل الحديث ، ويفترض أن هذه الخاصية كانت تكتسب في الماضي بتحريك الأفراد مادية وانتقالهم من مكان إلى آخر واختلاطهم بالآخرين . ففي القرن العشرين أصبحت هذه الخاصية تكتسب أساسا عن طريق وسائل الإعلام التي قامت بنقل العالم الخارجي إلى الأفراد الذين لم تتح لهم الفرصة لكي يسافروا أو يتركوا مجتمعاتهم المحلية . وقد ربط ليرنر المقدررة على التقمص الوجداني بتسلسل تاريخي حدث في المجتمعات الغربية ، فأشار في استعراضه لانتهيار أو زوال المجتمع التقليدي في الشرق الأوسط بناء على المادة التي جمعها له مركز الأبحاث التطبيقية في جامعة كولومبيا الأمريكية عن ست دول في الشرق الأوسط وأيضا بناء على المادة التعليمية التي حصل عليها ، تبين ان هناك مراحل محددة يمر المجتمع ليصل الى المرحلة الحديثة ، (المدينة تتسع لتشمل القرى المجاورة) ، نسبة أكبر من الأفراد تتعلم تبين القراءة ، وتتعلم كيف تكون آراء ، نسبة أكبر تشتري الصحف وتستمع إلى الراديو ، ونسبة أكبر تكتسب القدرة على التقمص الوجداني أي تصور نفسها في مواقف وظروف الآخرين ، ثم يتسع نطاق المساهمة السياسية والاقتصادية

ونظرية ليرنر مستخلصة من التاريخ ، فقد وجد من استعراضه لتطور الديمقراطيات الغربية أن عملية التحضر أظهرت بعض التسلسل والخصائص التي يمكن أن نعتبرها عالمية ، أي أنها تحدث في جميع المجتمعات ، ففي كل مكان حدث فيه الانتقال إلى المدن أدى إلى :

- ١- ازدياد نسبة المتعلمين ، والتي أدت إلى زيادة نسبة من يتعرضون لوسائل الإعلام .
- ٢- ازدياد التعرض لوسائل الإعلام أصبح موازي لاتساع المساهمة الاقتصادية ، والسياسية التي أدت إلى ارتفاع الدخل القومي ، واتساع المساهمة السياسية أي الانتخاب .

فهذا التسلسل الذي حدث في الديمقراطيات الغربية هو حقيقة تاريخية ، وقد صاحب تلك التطورات التي تظهر في التطور التاريخي خاصية سيكولوجية هي مقدررة الأفراد على تصور أنفسهم في ظروف الآخرين .

قد تميز الغرب في مراحل تطوره الأولى بأنه كان يتسم بأوضاع غير ثابتة ، فقد حدثت به هجرات مستمرة للوصول إلى أرض جديدة ، يستطيع الناس أن يحققوا فيها ربحا ، وأصبح الأفراد الذين تركوا أوطانهم يتميزون بشخصيات متحركة ، وبقدرة عالية على استيعاب الجوانب الجديدة في الظروف المحيطة ، فقد تحركوا وهم مهينون و مجهزون لاستيعاب مطالب جديدة عليهم يفرضها محيطهم الخارجي الجديد ، أشياء قد لا يكونون قد جربوها من قبل ، هذا الاستعداد جعلهم قادرين على التقمص الوجداني .

أما المجتمع التقليدي فهو مجتمع لا يساهم أفراده في أوجه النشاط السياسي ، والقراءة هي أساس التعامل فيه ، وجماعاته الصغيرة منعزلة بعضها عن بعض وعن المركز العاصمة ، ذلك أن حاجات المجتمع التقليدي قليلة ، فليس هناك تبادل تجاري بين اجزائه المختلفة ، وبدون الروابط التي تنشأ نتيجة لاعتماد أجزاء المجتمع بعضها عن البعض ، يضيق أفق الأفراد وتقل قدراتهم على التحليل ، لأن اختلاطهم بالآخرين بسيط إن لم يكن معدوما .

لذلك فإدراك أفراد ذلك المجتمع للحوادث يقتصر على ما عرفوه من خبراتهم القليلة السابقة المحصورة في نطاق مجتمعهم الصغير وهم غير قادرين على فهم ما لم جربوه بشكل مباشر ، كما أن معاملاتهم مقصورة على الأفراد الذين يتصلون بهم مباشرة في علاقاتهم الشخصية ، لذلك لا تظهر الحاجة إلى المناقشة بين الأفراد والجماعات في الأمور العامة التي تتصل بالدولة والنظريات السياسية ، أي أن الفرد لا يحتاج للنقاش وتبادل الآراء لكي يتفق مع الآخرين الذين لا يعرفهم ، كما أن المجتمع لا يحتاج إليه للوصول إلى الإجماع في الرأي حول الشؤون العامة ، لأن تجربة الفرد محدودة بحدود النطاق المحلي جدا ، ولا يستطيع ذهنه أن يتصور أنه ينتمي إلى دولة كبيرة .

وقد سال ليرنر في دراسته على عينة مكونة من (1357) فردا من الشرق الأوسط تسعة أسئلة فيها إسقاط مثل : إذا كنت رئيسا للحكومة أو محررة في جريدة أو مدير محطة إذاعة ، فما هي الأشياء التي كنت تفعلها ؟

وقد وجد ليرنر أن الأفراد التقليديين يصابون بصدمة من هذا النوع من الأسئلة ، ويتعجبون كيف توجه إليهم ، أما الذين يتميزون بمقدرة على التقمص الوجداني ، فكانوا يتمتعون بشخصيات متحركة ، وقد جعلهم ذلك أكثر قدرة على التعبير بآراء عن موضوعات في مجالات كثيرة.

لا شك في أن وسائل الإعلام هي التي زادت من مقدرة الأفراد على التحرك النفساني أو تخيل أنفسهم في مواقف لم يجربوها ، وفي أماكن غير الأماكن التي اعتادوا رؤيتها ، كما عودت أذهانهم على تصور تجارب أوسع من تجاربهم المباشرة المحدودة وعلى تخيل مناطق لم يشاهدوها .

هذه الخاصية هي التي تميز الإنسان الذي بتغير في المجتمع المتطور فهو عادة يتميز بشخصية متحركة لها مقدرة على التقمص الوجداني ، وحينما يظهر عدد كبير من الأفراد لهم القدرة على التقمص الوجداني في مجتمع من المجتمعات تعرف أن هذا المجتمع في سبيله إلى التطور السريع فليرنر يرى أن التقمص الوجداني هو الخاصية التي تمكن العناصر الجديدة المتحركة Mobile من العمل بكفاءة في العالم المتغير ، ويرى أنها مهارة لا غنى عنها للشعب الذي يتخلص من الإطار التقليدي .

فالقدره على التقمص الوجداني هي أسلوب الحياة السائد الذي يميز الأفراد في المجتمع الحديث ، المجتمع الذي يتميز بصناعة متطورة ، المجتمع الذي تعيش نسبة كبيرة من سكانه في المدن ، المجتمع الذي ترتفع فيه نسبة التعليم ، وتزداد نسبة الذين يساهمون من أفراد في الحياة السياسية

فوسائل الإعلام وسيلة لمضاعفة التحرك : **The Mobility Multiplier** ذلك أنه بفضل وسائل الإعلام أصبح في إمكان الفرد أن ينتقل من مكان إلى آخر نفسانية ، أي أصبح في إمكانه أن يتخيل نفسه في ظروف غريبة وأماكن جديدة ، فبدلاً من أن ينتقل الأفراد مادية من مكان إلى آخر وهو أمر يتوفر لفئة قليلة فقط ، ويكون من أسباب نموهم النفسي والذهني ، تدخل وسائل الإعلام جميع المناطق النائية منها والقريبة في المجتمعات النامية ، تنقل الأفراد الذين لم يغادروا أبداً مكان مولدهم نفسانية إلى العالم الخارجي ، وتنشط خيالهم وتثير طموحهم .

نظرية النموذج

إعداد الطالب : أحمد كريم علوان

نظرية النموذج :

تعد نظرية النموذج من المساهمات المهمة لمعرفة دور وسائل الإعلام في التطور الاجتماعي للفرد. ورغم أن «ألبرت باندورا» Bandura صاحب هذه النظرية لم يطلق عليها هذا الاسم، فقد توصل إليها هو ومساعدوه في الستينيات من القرن العشرين كجزء من نظرية أشمل للتعلم الاجتماعي وحتى نستطيع فهم أبعادها و تطبيقاتها على دراسة وسائل الإعلام، فإنه من الضروري أن يتوفر لدينا قدر أساسي من المعرفة عن نظرية التعلم الاجتماعي نفسها .

وبوجه عام، يمكن تعريف التعلم بأنه التغيير الذي يطرأ على العلاقة الثابتة بين منبه Stimulus يدركه الفرد، واستجابة Response يقوم بها الفرد، سواء أكانت هذه الاستجابة علنية أم ضمنية. والمنبه هو أي حدث يستطيع الفرد أن يدركه من خلال حواسه، والاستجابة هي أي شيء يقدم الفرد على فعله نتيجة لإدراكه لذلك المنبه، والاستجابة يمكن أن تكون علنية أو ضمنية (خفية)، والاستجابة العلنية هي التي يمكن ملاحظتها واكتشافها، أما الاستجابة الخفية أو الداخلية فلا يمكن اكتشافها و ملاحظتها بسهولة.

وهناك صلة قوية بين ظاهرة التعلم والاتصال، لأن هدف المصدر من الاتصال هو - عادة - تغيير سلوك المتلقي، أي يريد أن يجعله يتعلم.

وتتضمن عملية التعلم مجموعة من العناصر هي:

- 1- تقديم منبه أو مشير
- 2- إدراك الفرد المتلقي لهذا المنبه
- 3- تفسير الفرد للمنبه (الرسالة).
- 4- الإقدام على استجابة تجريبية
- 5- تقييم نتائج الاستجابة التجريبية والقيام باستجابات أخرى .
- 6- تطوير علاقة ثابتة بين المنبه والاستجابة ، أي تطوير عادة .

وبمجرد تطوير العادة نتوقف عن تفسير المية، وتبدأ في الاستجابة له بشكل تلقائي. وعلى الرغم من أن تلك العلاقات بين الله والاستجابة يمكن تعلمها، إلا أنها تصبح مماثلة للعلاقات التلقائية الأصلية التي تسيطر على سلوكنا في مرحلة الطفولة، فأغلب تصرفاتنا تتم بدون تفكير. فنحن لا نفكر كيف نأكل أو نرتدي ثيابنا أو تكون مهذبين . فقد تعلمنا أن نستجيب بشكل تلقائي إلى بعض المنبهات، أي أصبحت استجاباتنا اعتيادية . وحين نتحدث لا نشكر كيف ننطق كلماتنا، وترتيب هذه الكلمات في الجملة، ذلك أننا قد مارسنا التحدث مرات عديدة بحيث أصبحت تلك الاستجابات اعتيادية ، وذلك بالرغم من أن عملية التعلم الأصلية تحتاج إلى وقت طويل. وأغلب سلوك الإنسان يعتمد على العادات، فالعادات أساسية للحياة اليومية. فنحن في حاجة إلى تطوير عادات لكي تقلل من المجهود الذي نحتاج إليه لكي نقوم باستجابات .

ولعل من المناسب تقديم بعض التجارب التي قام بها «بانديورا» وزملائه الاختبار نظرية التعلم بالملاحظة، والذي زعم من خلالها أن الأطفال يهتمون بالتمثيل أو السلوك القائم على المحاكاة Imitative Behavior الذي يستثيره العنف المقدم في التلفزيون، سواء أكان ينتج عن هذا العنف مكافأة أم عقاب، وقد نشر «بانديورا» العديد من المقالات في مجلة "Look" عام ١٩٩٣، ذهب فيها إلى مدى أبعد من البيانات التي أثبتتها من خلال التجارب المعملية، وجعل العديد يشعرون بالعودة إلى نظرية المطلقة السحرية التقليدية.

وفي إحدى الدراسات التي عقدها «بانديورا» على مجموعة من الأطفال يشاهد بعض منهم فيلماً لشخص يقوم بالاعتداء على دمية كبيرة الحجم، حيث يهاجمها ويضربها بعنف، وتشاهد المجموعة الأخرى فيلماً عادياً لا يتسم بالعنف، وبعد انتهاء التجربة ثم إحباط جميع الأطفال بشكل متعمد، وتمت ملاحظة سلوك الأطفال نحو دمية مشابهة لما حدث في الفيلم، فوجد أن الأطفال الذين تعرضوا للفيلم العنيف قلدوا نفس السلوك العدواني تجاه الدمية .

وخلص «بانديورا» إلى أن الأطفال تعلموا السلوك العدواني من مشاهدة الفيلم التلفزيوني، ولاحظ أن الذكور كانوا أكثر تقليداً لسلوك العنف من الإناث .

وفي تجربة أخرى لمعرفة مدى تقليد الأطفال للسلوك العدواني لشخصية تستخدم العنف وتنجح في تحقيق أهدافها، وشخصية أخرى تفشل في الوصول لأهدافها، تم تقسيم الأطفال إلى ثلاث مجموعات، **تعرضت المجموعة الأولى:** الفيلم ينتصر فيه الشخص الذي يمارس العنف، **والمجموعة الثانية:** الفيلم ينهزم فيه الشخص الذي يمارس العنف، **وكانت المجموعة الثالثة:** هي المجموعة الضابطة التي لم تشاهد أي أفلام، ولاحظ الباحثون أن المجموعتين اللتين تعرضنا لأفلام العنف كانت أكثر عدوانية من المجموعة الضابطة، كما لوحظ تقليد الأطفال للشخصية التي تنجح في تحقيق أهدافها بقدر أكبر من تقليد سلوك الشخصية الفاشلة.

وفي تجربة ثالثة للتعرف على دور المكافأة أو العقاب في محاكاة السلوك العنيف، تم تقسيم الأطفال إلى ثلاث مجموعات

شاهدت المجموعة الأولى: شخصاً يكافأ على سلوكه العنيف مع دمية، **وشاهدت المجموعة الثانية:** شخصاً يعاقب على سلوكه العنيف مع الدمية، **وشاهدت المجموعة الثالثة:** الشخص لا يكافأ ولا يعاقب على سلوكه العنيف، وبعد ذلك تم ترك جميع الأطفال في غرفة مليئة باللعب ومنها دمية تشبه التي شاهدوها في الفيلم التلفزيوني، ولاحظ الباحثون أن الأطفال في المجموعتين الأولى والثالثة أكثر ميلاً للعدوان وتقليد النموذج الذي تمت مكافأته أو الذي لم يعاقب أو يكافأ، في حين كانت المجموعة الثانية والتي شاهدت النموذج يعاقب على سلوكه العنيف أقل ميلاً للعدوان .

ونخلص من عرض التجارب السابقة إلى : أن الناس - وفقاً لنظرية التعلم بالملاحظة - يمكنهم محاكاة سلوك العنف من خلال ملاحظة العدوان الذي يقدم في وسائل الإعلام، كما يمكنهم تعديل سلوكهم في ضوء الشخصيات الشريرة التي تحصل على العقاب في وسائل الإعلام.

وتقول هذه النظرية : إن العمليات التعليمية الأساسية التي يحاكي الأطفال من خلالها كل أشكال السلوك الجديد تعمل حينها بمجلس الأطفال أمام جهاز التلفزيون يشاهدون العنف على الشاشة فكما أن الأطفال يمكنهم اكتساب نماذج جديدة للسلوك عن طريق ملاحظة إخوانهم وأصدقائهم وهم يمارسون نشاطهم العادي، فإنهم كذلك يستطيعون تعلم أشكال جديدة من السلوك العنيف عن طريق ملاحظة الشخصيات التي تظهر في وسائل الإعلام.

وتمر عملية التعلم بالملاحظة في علاقتها بوسائل الإعلام بأربع عمليات أساسية هي :

١- عملية الانتباه :

إن مجرد وجود النموذج لا يكفي لإحداث الأثر، دون انتباه واع من الفرد الملاحظ لهذا النموذج بطريقة أو بأخرى،
وتخضع عملية الانتباه لعدة عناصر:

- أ- **خصائص النموذج:** من المعروف أن الإنسان لا ينتبه إلى كل الأحداث التي تقع في الحياة، ولكنه ينتبه إلى قدر ضئيل منها، ولذلك تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في إثارة الانتباه لما تعرفه من مواد مختلفة ومن خصائص النموذج الذي ينتبه له الفرد: البساطة، والتكرار، والأشياء التي تمس احتياجاته .
- ب- **خصائص المتلقي:** ويقصد بها مستوى ذكاء الفرد، وحالته المزاجية .
- ج- **الدافعية:** الشخص الذي يحصل على مكافأة نتيجة مشاهدة حدث معين يصبح أكثر انتباها للرسائل المشابهة، ويطلق على هذه المكافأة التدعيم أو التعزيز، وقد يكون التدعيم خارجيا مثل : الحصول على شهادة أو تقدير مادي، أو القبول من الآخرين، وقد يكون التدعيم داخليا مثل: الشعور بالراحة والاستمتاع والرضا النفسي.

٢- عملية الاحتفاظ أو التذكر :

يتعلم الفرد من خلال الاحتفاظ بمجموعة من البدائل التي يستطيع الاختيار من بينها عند الحاجة، وتساعد الذاكرة المعرفية على اختزان الرموز المختلفة واستعادة ما يتفق مع الاستجابة وقت الحاجة . ويرى «بانديورا» أن الإنسان يقوم بتخزين الوقائع والأحداث، إما في شكل رموز لفظية، أو صور ذهنية. وتقدم وسائل الإعلام العديد من الصور الذهنية والرموز اللفظية التي يمكن الاحتفاظ بها ونذكرها

٣- عملية الاسترجاع الحركي :

مجرد الانتباه والتذكر لا يكفي لحدوث التعلم، وإنما يتطلب الأمر التنظيم المعرفي للمعلومات التي حصلنا عليها حين تسترجعها، وكذلك القدرة على التمثيل الحركي للصور الذهنية والرموز عند استعادتها من الذاكرة .

٤- الدافعية :

تعتمد الدافعية على التدعيم أو التعزيز سواء أكان الداخلي أم الخارجي .

نماذج الاتصال

إعداد الطالب : أحمد كريم علوان

نماذج الاتصال :

من أهم الأهداف التي يسعى إليها أي علم، زيادة فهمنا للظواهر التي تحيط بنا، والوصول إلى تعميمات عن الظروف المحيطة تدعمها الأدلة العلمية الموضوعية، والهدف الثاني هو مساعدتنا على التنبؤ بالنتيجة، وتتم عملية الفهم بواسطة نماذج رمزية نستخدمها جميعا في تفكيرنا لكي تسهل علينا استيعاب وفهم الظواهر ومكوناتها الأساسية، والعلاقات تلك المكونات. فالنموذج عبارة عن محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثا أو نظاما معيناً في شكل رمزي. أي أن النماذج عبارة عن أدوات رمزية تساعدنا على فهم الظاهرة أو النظام، وإدراك العلاقات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة، ويتيح نموذج الاتصال للباحثين أبسط وأفضل الطرق لتفسير التفاعل البشري الذي يتسم بالتعقيد الشديد .

ويصنف «بارنلند» النماذج تحت فئتين رئيسيتين هما :

- 1- النماذج البنائية التي تبرز الخصائص الرئيسية للحدث أو الظاهرة، أي المكونات وعدد وترتيب الأجزاء المنفصلة للظاهرة التي نصفها .
- 2- النماذج الوظيفية التي تسعى إلى تقديم صورة مطابقة للأسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام، وهي نماذج تشرح طبيعة القوى أو المتغيرات التي تؤثر على النظام أو الظاهرة .

وتخدم نماذج الاتصال أربعة أهداف رئيسية هي:

- 1- تنظيم المعلومات : فالنموذج يحاول إعادة خلق العلاقات التي يفترض وجودها بين الأشياء أو الظواهر التي ندرسها، وذلك في شكل رمزي أو مادي .
- 2- تطوير الأبحاث العلمية : فالنموذج يصور أفكار الشخص الذي قام ببنائه عن المتغيرات المهمة في الظاهرة في شكل يتيح للمتلقي تحليل الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات.
- 3- التنبؤ: هناك علاقة قوية بين الفهم والتنبؤ، وذلك لأننا بعد أن نفهم الظاهرة ، سنحاول أن نستفيد من النتائج التي حصلنا عليها، أي نستنتج من العلاقة الوظيفية التي اكتشفناها نتائج أخرى، أو نحاول تطبيق ما توصلنا إليه على مواقف أخرى مشابهة .
- 4- التحكم : بعد التنظيم والفهم والتنبؤ تصل إلى الهدف الأخير من أهداف النموذج وهو التحكم وذلك من خلال محاولة السيطرة على الظواهر، واستخدامها لصالح الإنسان .

وهناك مجموعة من الصعوبات التي تواجهنا عند وضع نماذج الاتصال هي:

- 1- العمل على تجميد عملية الاتصال لكي نصف عناصرها أو مكوناتها.
- 2- إغفال بعض العناصر، أو الفصل بين عناصر لا يمكن الفصل بينها في الواقع.
- 3- استخدام اللغة في الوصف، واللغة نفسها عملية متغيرة من وقت لآخر.

ويمكن تقسيم نماذج الاتصال إلى نوعين رئيسيين هما:

- النماذج الخطية (أحادية الاتجاه).
- النماذج التفاعلية (ثنائية الاتجاه).

أولا : النماذج الخطية (أحادية الاتجاه) :

١- نموذج (أرسطو):

يرى «أرسطو» في كتابه «فن البلاغة»، أن البلاغة - ويعنى بها «الاتصال» هي: (البحث عن جميع وسائل الإقناع المتاحة)، وقد نظم «أرسطو» دراسته تحت العناوين الرئيسية الآتية:

١- الخطيب (المرسل)

٢- الخطبة (الرسالة)

٣- المستمع (المتلقي)

ونظرا لأن الخطابة كانت الوسيلة الأساسية للاتصال السياسي في المدن الإغريقية، فقد كان الإقناع الشفهي هو أقرب الشبه بالاتصال الذي نعرفه الآن .

٢ - نموذج (هارولد لازويل) :

يقترح «هارولد لازويل» خمسة أسئلة للتعبير عن الاتصال هي :

١- من ؟

٢- يقول ماذا ؟

٣- بأية وسيلة (قناة) ؟

٤- لمن ؟

٥- وبأي تأثير ؟

٣- نموذج (جورج جربنر) :

يتضمن نموذج «جربنر» عشرة عناصر للاتصال هي :

١- شخص

٢- يدرك حدثا

٣- ويستجيب

٤- في موقف ما

٥- عبر وسائل

٦- ليصنع مواد مناسبة

٧- بشكل ما

٨- وسياق

٩- ينقل محتوى

١٠- له نتائج

٤- نموذج (شانون) و (ويفر):

يعتمد هذا النموذج على نظرية المعلومات التي قدمها الباحث «كلود شانون» عام ١٩٤٨ وتقوم هذه النظرية على مفاهيم رياضية تجعل الاتصال شبيهاً بعمل الآلات التي تنقل معلومات، والمكونات الأساسية التي تضع النظام الاتصالي وفقاً لهذا النموذج هي:

- ١- مصدر معلومات.
- ٢- ينقل رسالة.
- ٣- عبر جهاز إرسال.
- ٤- يحمل الإشارة (الرموز).
- ٥- يحدث تشويش .
- ٦- جهاز استقبال يتلقى الإشارة .
- ٧- الهدف.

ويتضح من ذلك وجود مصدر يختار رسالة، ويضعها في كود (رموز)، بواسطة جهاز إرسال يحول الرسالة إلى إشارات، ثم يقوم جهاز الاستقبال بفك كود الإشارات، وتحويلها إلى رسالة يستطيع الهدف (المتلقي) أن يستقبلها . والتغييرات التي تطرأ على الرسالة في جهاز الإرسال وجهاز الاستقبال ترجع إلى التشويش الذي يشير إلى مصدر الخطأ الذي يسبب حدوث اختلافات بين العلامات أو الإشارات التي تدخل جهاز الإرسال وتخرج من جهاز الاستقبال .

٥- نموذج (ديفيد برلو) :

يتضمن نموذج «برلو» للاتصال أربعة عناصر رئيسية هي :

- ١- المصدر.
- ٢- الرسالة .
- ٣- الوسيلة .
- ٤- المتلقي .

ويحتوي هذا النموذج على عنصرين فرعيين هما: **المرمز** الذي يضع الرسالة في شكل رموز مثل : الجهاز الصوتي في الإنسان في حالة الاتصال الشفوي أو الآلة الميكانيكية أو الإلكترونية في حال الاتصال المطبوع والمسموع والمرئي، والعنصر الثاني : هو **جهاز فك الشفرة** الذي يقوم بفك رموز الرسالة .. مثل : الأذن في حالة الاتصال الشفوي اللفظي أو العين في حالة الاتصال غير اللفظي.

ثانيا : النماذج التفاعلية (ثنائية الاتجاه):

حين نصف أمراً ما على أنه «عملية» فنحن نعني بذلك أنه ليس له بداية أو نهاية، فالعملية هي أي ظاهرة تتغير بشكل مستمر بمرور الوقت ، والاتصال البشري ليس عملية واحدة، بل هو مركب أو تجميع للعديد من العمليات أو القوى المعقدة والمستمرة التي تتفاعل في ظرف ديناميكي ليس له بداية أو نهاية .

ويتطلب النظر إلى الاتصال ك «عملية» مراعاة العديد من الاعتبارات .. مثل: الجماعات، واتجاهات الفرد، والظروف الاجتماعية ، وليس فقط الرسالة الإعلامية كما كان الوضع وفقاً لنماذج الاتصال الخطية التي ترى في عملية أحادية الاتجاه وليس عملية تفاعلية ثنائية الاتجاه، وسوف نكتفي بعرض نموذجين للاتصال التفاعلي هما : نموذج (روس) ، ونموذج (ولبور شرام) .

١- نموذج (روس) :

يعتمد نموذج «روس» التفاعلي على ستة عناصر أساسية هي:

- ١- المرسل.
- ٢- الرسالة .
- ٣- الوسيلة
- ٤- المتلقي .
- ٥- الصدى .
- ٦- السياق .

يبدأ المرسل في وضع أفكاره في الكودا يتضمن المنبهات التي تتفق مع وجهات نظره، ويعمل الظرف الذي يحدث فيه الاتصال كمؤثر يحدد المعنى العقلي للفكرة، ويتم نقل فكرة الرسالة في شكل منبهات من خلال القنوات والوسائل التي تحمل الرسالة إلى المتلقي، ثم يفك المتلقي رموز الرسالة و يستوعبها، وتتضمن عملية فك الكود اختيار المنبهات التي تتفق مع ثقافة وخبرة المتلقي، وتتكون الثقافة من معرفة المتلقي المعلومات الرسالة، ومن تجاربه السابقة حيال مثل تلك المعلومات، ومن مشاعره واتجاهاته وعواطفه وقت التلقي، وبعد أن يفسر المتلقي الرسالة يمكنه أن يستجيب لها، وهذه الاستجابة هي رجع الصدى ، أي رد الفعل الذي يتيح للمرسل معرفة مدى تحقيق الرسالة لأهدافها .

ويؤكد الباحث «روس» على أهمية الظرف أو المناخ العام للحالة التي يحدث فيها الاتصال، ويتضمن هذا السياق العام مشاعر واتجاهات وعواطف كلا من المرسل والمتلقي، ويدخل «روس» في نمودجه أيضا الرموز واللغة وترتيب المعلومات ويسمى هذا "المناخ العام أو الظرف الاتصالي" .

٢- نموذج (ولبور شرام):

استخدم اولبور شراما في نمودجه التفاعلي الذي قدمه سنة ١٩٥٤، ثم طوره سنة ١٩٧١ العناصر الأساسية في نموذج «شانون و ويفر» إضافة عنصرين جديدين هما : رجع الصدى، والخبرة المشتركة، وأضاف إلى النظام البنائي الذي أشار إليه «شانون» «النظام الوظيفي» ، أي تأثير التعلم على السلوك، والجوانب الدلالية وتأثيرها في نمودج جديد يطرح مفاهيم هامة مثل الإطار الدلالي للمرسل والمتلقي، وأهمية الخبرة المشتركة في تسهيل الاتصال وتوصيل المعاني .

ويذهب «شرام» إلى أن المصدر حين يسعى إلى نقل معلوماته أو مشاعره إلى شخص آخر، عليه أن يضع تلك المعلومات في شكل يمكن نقله، هو رموز اللغة اللفظية وغير اللفظية ، فإذا لم يكن لدى المصدر معلومات كافية وهدف واضح، وإذا لم يتم وضع الأفكار في رموز دقيقة، وإذا لم يتم نقل الإشارات بفعالية كى تصل إلى المتلقي بسرعة كافية، فإن النظام الاتصالي لن يعمل بكفاءة عالية.

فالرسالة عبارة عن إشارات ذات معنى مشترك لكل من المرسل والمتلقي، وكلما تشابه إطارها الدلالي زاد احتمال أن تعني الرسالة نفس الشيء لدى كل منهما ، ويمثل الإطار الدلالي التجربة المتراكمة عند المرسل والمتلقي، وتمثل الخبرة المشتركة مدى التشابه في الإطار الدلالي لدي المرسل والمتلقي، فالمصدر يستطيع أن يضع أفكاره في رموز ، ويستطيع المتلقي أن يفك الكود بناء على أساس خبرة كل منهما، فإذا لم تكن قد تعلمنا اللغة الروسية، لا نستطيع أن نضع أفكارنا بالروسية أو نقل رموز اللغة الروسية، وهذا يعكس الصعوبة الكبيرة التي تواجه الفرد الذي يتصل بفرد آخر ينتمي إلى ثقافة مختلفة عن ثقافته، وإذا أراد القائم بالاتصال أن يختار المتلقى رسالته، عليه أن يقلل من الجهد الذي سوف يتطلبه التعرض إليها وإدراكها.