

## برنامج المحاضرات في مقياس نظريات الإعلام و الاتصال 1

### السداسي الأول

#### تقديم

#### المحور الأول: مفاهيم أولية

النظرية، النموذج، المقاربة، المدرسة، النظرية الاتصالية، البراديغم

#### المحور الثاني: مستويات تأثير وسائل الإعلام والاتصال

- مفهوم تأثير وسائل الإعلام

- أنواع تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال

- أهم أشكاله ومستوياته

#### المحور الثالث: مراحل تطور وسائل الإعلام والاتصال، أهم الأسباب التي أدت إلى ظهور النظريات

#### وأهم تصنيفاتها

-مراحل تطور وسائل الإعلام و الإتصال

- العوامل التي ساعدت على ظهور التنظيم الإتصالي

- معايير تصنيفات نظريات الإعلام والاتصال

#### المحور الرابع: أهم النماذج والبراديغمات الاجتماعية والنفسية التأسيسية لبحوث الاتصال

- النماذج الاجتماعية

- النماذج النفسية

- مدخل التفاعلات الرمزية

**تقديم:**

يعد موضوع نظريات الإعلام و الاتصال من المواضيع الشائكة والمهمة في مجال الدراسات الإعلامية لأنها تبحث في الظاهرة الاتصالية، بنيتها، تطوراتها ومنهجية دراستها، إضافة إلى محاولة فهم السياقات المتواجدة عبرها ومختلف خلفياتها والوقوف على أهم العناصر والأساسيات التي تقوم عليها عملية الاتصال الجماهيري؛ و لهذا الأساس بالذات فقد تعددت النظريات والمقاربات المفسرة للظاهرة الإعلامية والاتصالية واختلفت منطلقاتها وافترضاها، إذ وقف كل مختص على أحد عناصر عملية الاتصال المختلفة بحيث رآها عنصرا أساسيا بنى وفقه مقتربه النظري.

فحاولت كل نظرية على اختلاف تصنيفاتها وأنواعها أن تحلل هذه الظاهرة المعقدة، دورها ومختلف التأثيرات الناتجة عنها في المجتمع باختلاف شرائحه؛ إلا أن هذه النظريات لم تظهر جملة واحدة بل جاءت الواحدة تلو الأخرى مسايرة لتطور البحث العلمي في هذا المجال كنتيجة حتمية لتطور وسائل الإعلام والاتصال المتتالية بداية بالصحافة المكتوبة وصولا إلى ظهور مختلف تكنولوجيات الإعلام والاتصال المتواجدة في عصرنا الراهن؛ إذ جاء كل منظور ناقدا لما قبله مضيفا تحليلات وتفسيرات كان قد تجاوزها المنظور الذي قبله.



المحور الأول مفاهيم أولية:

- **النظرية:** تعرف النظرية theory بأنها الدراسة العلمية الممنهجة حول الظواهر والقضايا، و تعرف حسب معجم الفلسفة بأنها "ما يوضح الأشياء والظواهر توضيحا لا يعول على الواقع، وهي فرض علمي يربط عدة قوانين بعضها ببعض..." بمعنى أن النظرية هي دراسة علمية تسعى لفهم وتفسير الظواهر حتى تصل إلى بناء قوانين تفسر بها الظواهر المشابهة لاحقا.

تعرفها دائرة المعارف البريطانية على أنه: "خطة ذات مراحل مرتبة ذهنيا تشمل مجموعة من النظم والعمليات التي تتسبب في إحداث نتيجة قائمة على الاستدلال الذهني المنطقي" سلسلة أفكار منطقية تقوم على الاستدلال والمنطق.

تعرف كذلك على أنها: "إطار فكري يفسر حقائق عن موضوع معين بطريقة علمية، بحيث تتضمن مجموعة من التعاريف، المفاهيم والقضايا التي تشكل رؤية منظمة للظواهر عن طريق تحديد العلاقة بين متغيراتها بهدف تفسيرها أو التنبؤ بها".

- **النموذج:** عبارة عن "محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثا أو نظاما معينا في شكل رمزي"، و النموذج يمثل الرسم التعبيري أو الأداة التصويرية المجسدة عبر أشكال رمزية تساعد على فهم عملية الاتصال، بحيث تشرح و تفسر إجراءات التفاعل الاتصالي كما هو مجسد في الواقع بين أطراف وعناصر العملية الاتصالية محاولة تفسير هذه العملية والعلاقات المكونة بين عناصرها (يضع القائم بالاتصال معاني يريد إيصالها للآخرين أو المستقبل في قالب رمزي على شكل رسالة مستخدما وسيلة معينة ليتلقى ردود أفعال أو ما يسمى بـرجع الصدى).

وترى جيهان رشتي أن "النموذج هو محاولة لإعادة خلق العلاقات التي يفترض وجودها بين الأشياء أو القوى التي ندرسها، ذلك في شكل مادي أو رمزي تجسيد العلاقات المفترض إيجادها بين عناصر معينة في شكل رسم رمزي.

أنواع النماذج وتصنيفاتها:**(1) على أساس المبنى:**

- النماذج البنائية: تبرز الخصائص الرئيسية للظاهرة، مكوناتها وترتيبها بحيث تشرح الظاهرة من خلال المكونات وعدد وترتيب الأجزاء المنفصلة للنظام أو الظاهرة التي نصفها.
- النماذج الوظيفية: تسعى لشرح القوى المؤثرة في ديناميكية الظاهرة من حيث المشاركين في العملية الاتصالية.

**(2) على أساس الجمهور: نماذج الاتصال الشخصي والجماهيري ( اتصال مباشر، وعبر وسائل الاتصال الجماهيرية).****(3) على أساس الاتجاه:**

- نماذج خطية: تسير في اتجاه واحد (دون رد فعل).
- نماذج تفاعلية: تسير في اتجاهات متشابكة.
- نماذج ذو اتجاهين: تسير في اتجاهين أي فعل ورد الفعل.
- المقاربة: مصطلح **Approche** بالفرنسية تعني حركة عن طريقها يقترب شخص من شخص أو شيء، تفيد القرب من الوقت أو الحدث وهي طريقة معينة لمعالجة موضوع ما أو مشكل، وتعرف على أنها الخطة المستعملة لنشاط ما ترتبط بأهداف معينة يراد منها دراسة وصفية أو حل مسألة أو مشكلة ما، أو من أجل بلوغ غاية معينة، وهي كذلك تعني بناء تصور مسبق لموضوع ما أو مفهوم أو حقل معرفي معين.
- المدرسة: هي اتجاه فكري يضم فلاسفة، باحثين، علماء و أدبيين يتبنون اتجاه فكري معين في مجال معرفي معين وقضايا متعددة بغية الوصول إلى إجابات حولها. و حسب معجم الفلسفة المدرسة تعبر عن جماعة من الفلاسفة أو المفكرين تقول بمذهب مشترك، تنتمي لمكان معين... و تطلق أيضا على جماعة من الباحثين تعتق مذهباً أو تأخذ على الأقل بقدر من الآراء المشتركة بين أصحابها.
- المذهب: مفهوم يتفق كثيرا مع مفهوم المدرسة فهناك من يقول مذهب بمدرسة. ونقول المذهب الإعلامية بمعنى النظم الإعلامية أو ما يسمى بنظريات الإعلام بمعنى تلك النظريات التي توضح علاقات النظام الإعلامي بالمجتمع باختلاف أنظمتها الاقتصادية، السياسية أو الثقافية ؛ بحيث تحاول هذه المذاهب أن تفسر النظام أو أسلوب إعلامي معين على مر فترات زمنية معينة في إقليم معين، نقول

كذلك الإيديولوجيات الإعلامية بمعنى المذاهب الإعلامية، ومدى حرية الإعلام في ظل نظام سياسي، اقتصادي وثقافي معين.

- **النظرية الاتصالية:** يتفق الكثير من الباحثين على أنها تشمل مختلف النظريات التي جاءت لتفسر الظواهر الاتصالية؛ بحيث تعرف على أنها "تلك البحوث والدراسات التي تتعلق بالاتصال سواء ما تعلق بالمرسل، المستقبل، الوسيلة أو الجمهور أو كلاهما معا..."، كما ترى الباحثة مي العبد الله أن "نظريات الاتصال تشتمل على القواعد والقوانين التي تتحكم في عملية الاتصال، فهناك النظريات التي تفسر دور القائم بالاتصال (نظرية حارس البوابة)، وهناك النظريات التي تشرح عملية انتقال المعلومات على مرحلتين، نظرية مارشال ماكلوهان (دور الوسيلة وأهميتها في الاتصال)"... الخ.

- **البراديغم:**

ويمثل اصطلاحاً "النموذج" بحيث يشير لمجموعة الافتراضات الأساسية، ومصطلح Paradigm كلمة لاتينية الأصل، تعني في العصور القديمة أي نوع من النموذج يمكن نسخه أو القياس عليه أو مقارنة شيء بآخر، وقد لقي المصطلح مشكلة في تعريبه للغة العربية بخصوص ما عرفه من تباين في ترجمته من طرف الباحثين فهناك من ترجمه بالمنسق (بالفتح)، التبادل والجذر والجدول... الخ. ويقصد بالبراديغم "مجموعة القوانين والتقنيات و الأدوات المرتبطة بنظرية علمية والمسترشدة بها.... وحالما تتأسس تتخذ اسم العلم العادي" إذن يمثل البراديغم المنظور الإرشادي الخاص بنوعية من البحوث تسهل على الباحثين عملهم و تقدم لهم الآليات التي بموجبها يتم توجيه البحث والتحكم فيه للوصول إلى نتائج، وحسب الفكر الاستمولوجي تخضع البراديغمات إلى مدرستين كمية وكيفية.

## المحور الثاني: مستويات تأثير وسائل الإعلام والاتصال

### 1- مفهوم تأثير وسائل الإعلام والاتصال:

**التأثير لغة:** مشتق من الفعل أثر، يؤثر في وعلى، يدل على النفوذ أو القدرة على إحداث الأثر، الأثر هو النتيجة فهو العلامة أو النتيجة الحاصلة عن التأثير.

**إصطلاحاً:** التأثير الشيء الذي يحدث أثراً أو فعل ما في التفكير أو الشعور أو أسلوب عيش الأفراد، نتيجة لبعض المعلومات التي يتلقونها في مخزونهم المعرفي أو مشاعرهم مما قد يدفعهم للتصرف وفقاً لذلك ويعدل من سلوكياتهم، أو يعزز ما يقومون به من سلوك.

وبناءً على ذلك فتأثير وسائل الإعلام يتعلق بتلك العلاقة التي تربط بين التعرض للمضامين ووسائل الإعلام والاتصال الجماهيري وبين جملة التغييرات التي تحدث على مستوى الأفراد أو الجماهير.

### 2- أنواع تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع:

**أ- التأثيرات المعرفية:** وتتمثل في قدرة وسائل الإعلام على التأثير في التكوين المعرفي للأفراد، من خلال تعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام فيعتبرونها كمصدر للمعلومات الموثوقة، مما سيؤدي إلى توجيه معارفهم وفقاً لتلك المعلومات التي يتلقونها وحسب ما تريده تلك الوسائل.

**ب- التأثيرات الوجدانية:** وتكمن في التأثيرات العاطفية التي تتركها محتويات وسائل الإعلام على الأفراد.

**ج- التأثيرات السلوكية:** وتتمثل في مجموع السلوكيات التي تعمل وسائل الإعلام المختلفة على تعزيزها، كالتوجيه لشراء سلعة معينة، أو تبني سلوك معين مثلاً أو تعديله.

### 3- أهم أشكاله ومستوياته:

هناك عدة مستويات وتقسيمات أو اتجاهات لتأثير وسائل الإعلام على الجمهور وعلى أساسها تم تصنيف نظريات التأثير الإعلامية والمراحل التي مرت بها.

**- التأثير المباشر أو الفوري:** وتمثل في أولى البحوث والدراسات الإعلامية التي كانت تنادي بفكرة راسخة مفادها أن هناك تأثير قوي لوسائل الإعلام ومباشر على الجماهير.

- التأثير الانتقائي أو المحدود: وكان بالعودة إلى مقولة ما يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، وتتدخل هنا العوامل الاجتماعية والنفسية.
- التأثير غير المباشر: ويكون بطريقة غير مباشرة أو لا تظهر بصورة واحدة بل على مراحل.
- التأثير الإقناعي: ويقوم على مهمة تغيير السلوك أو تعديله عن طريق القدرة على الإقناع، والتحفيز.



## المحور الثالث: مراحل تطور وسائل الإعلام و الاتصال، أهم الأسباب التي أدت إلى ظهور النظريات وأهم تصنيفاتها

### 1-مراحل تطور وسائل الإعلام والاتصال:

لم تظهر وسائل الإعلام والاتصال التي نعرفها الآن جملة واحدة بل مرت بعدة مراحل و اكتشافات تزامنت مع تطور الوسائل التكنولوجية التي عرفها الإنسان؛ وقد صنفها الباحث برنار مياج B.Miege (في كتابه La société conquise par la communication) في أربعة مراحل اتصالية متزامنة ومتكاملة مع بعضها البعض كالتالي:

(1) **مرحلة صحافة الرأي** في القرن 18 la presse de l'opinion: فكانت الصحافة تقدم الأخبار و تهتم بالفن والرواية والفكر الراقي كما كانت غالية الثمن؛ لكن سرعان ما بدأت بطرح قضايا تحسين أوضاع المواطن الغربي فطالبت بحقوق الجماهير كالحق في العمل والتعليم والصحة، وهذا أشار شغب الطبقة البلوريتارية ضد الطبقة الحاكمة وهذا ما أدى إلى انقلاب الأوضاع فتحسن قطاعات التعليم، الصحة وشق الطرق والمواصلات ومختلف الأوضاع الاجتماعية فظهرت المؤسسات الخدمائية و ظهر مصطلح جمهرة الوجود الاجتماعي (La Massification de l'existence sociale).

(2) **الصحافة التجارية la presse commercial** مع بدايات القرن 19 بدأت باقي وسائل الإعلام بالظهور كالإذاعة، السينما و التلفزيون، فظهر مصطلح الحشد أو الكتلة La Foule، وأخذت وسائل الإعلام تسمية وسائل الإعلام الجماهيرية بداية من هذا القرن وأصبحت تقدم محتويات استهلاكية بغرض الربح واهتمت ببيع وشراء الصحف، الحصص وتسويقها و بهذا ظهر مصطلح الثقافة الجماهيرية بحيث أصبحت مضامين وسائل الإعلام تسويقية استهلاكية.

(3) **مرحلة السمعى بصري منتصف القرن 19 la société de la Masse**: بعد ظهور الإذاعة التي اهتمت بالدعاية في الحرب العالمية الأولى و الاغتصاب الفكري للحشود وما اصطلح عليه بالثقافة الجماهيرية وتكوين الرأي العام تميزت هذه المرحلة بظهور السينما التي غيرت حياة الفرد الأمريكي آنذاك (الفلم الصامت ثم المسموع مع شارلي شابلان و هوليود)، ثم جاء التلفزيون الذي جلب الدهشة

والانبهار (من هنا جاءت نظريات التأثير القوي القذيفة السحرية) وتوالت مرحلة السمع البصري مع أجيال التلفزيون الذي طوّر من الإشهار.

(4) **العلاقات العامة Relation public** مع نهايات القرن 20 (سبعينيات) ظهر الاتصال العمومي كممارسة نسبة للاتصال الخدماتي (الصحة، التعليم والنقل) مصاحبا ظهور التنظيمات الحكومية وغير الحكومية O.N.G كالجمعيات والنوادي التي اشتغلت بميدان الاتصال العمومي، ظهر كذلك ما يسمى بالاتصال الجوّاري، كما تميزت هذه المرحلة بظهور التكنولوجيا الحديثة INTC كالانترنت، ومختلف الطرق السريعة لنقل المعلومات وأصبح المجتمع الأمريكي بالخصوص ينتج المعلومة يمتلكها و يبيعها.



## 2- العوامل التي ساعدت على ظهور نظريات الاتصال (نظريات التأثير الإعلامية):

ظهرت نظريات الاتصال في المجتمع الغربي (فرنسا، إنجلترا ألمانيا) لأنه من اخترع الوسيلة منذ بدايات القرن 19، وعليه نقول أن التنظير الاتصالي ظهر بظهور الوسيلة الإعلامية و في المجتمع الذي ظهرت به وسائل الإعلام والاتصال، وهناك جملة من الأسباب والظروف التي أدت إلى ظهور الحقل التنظيري في هذا المجال منها:

- التحولات الاقتصادية و تغير الأوضاع السياسية التي عرفها المجتمع الغربي بداية من ق17 زمن الإقطاع، ق18 الثورة الصناعية التي أحدثت ثورة فكرية وفي وسائل الإنتاج (التحول من النظام الإقطاعي إلى الجمهوري، ظهور البرلمان، أفكار الديمقراطية، الحق في حرية الرأي والتعبير...)

- جمهرة الوجود الاجتماعي (المجتمع الجماهيري) بسبب ظهور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية التي أصبحت موجهة للجماهير وأصبح الإعلام ظاهرة اجتماعية قابلة للدراسة.

- تزايد التطور التكنولوجي وأثارها على الإنتاج والتوزيع.

- ظهور الإذاعة وجمهورها الواسع نظرا لاختراقها لمشكل الأمية والحواجر المكانية، توالي ظهور السينما ثم التلفزيون لاحقا (دراسات تحليل الصورة).

- العامل السياسي المتمثل في الدعاية و الصراع الحاد بين ألمانيا والحلفاء أثناء ظهور الأنظمة الشمولية (النازية والفاشية والشيوعية) وكيف استغلت وسائل الإعلام (الإذاعة) في تمرير رسائل الدعاية أين طرح مشكل مفاده كيف يتم التمييز بينها وبين الرسائل الإعلامية واهتمت البحوث بتمويل من الحكومات بذلك.

- أزمة 1923 وما نجم عنها من آثار جعل المختصين يفكرون بعنصر التسويق أين استعملت المؤسسات بحوث (استبيان) لتعرف خصائص الجمهور و اهتماماته وهذا أدى إلى تطور البحوث العلمية من خلال تطور وسائل الإعلام.

- عامل أكاديمي تمثل في احتلال البحوث التجريبية مجال علوم الإعلام والاتصال إذ عملت عدة مجلات على نشر البحوث الإحصائية (مجلة 1976 portry journalism).

- الاهتمام بالعامل الثقافي ومدى التأثيرات التي تتركها وسائل الإعلام المختلفة على القيم الثقافية ( بحوث التأثير القوي نظرية العنف، والجنس التي جاءت بعد نظرية القذيفة السحرية )

### 3- معايير تصنيف نظريات الاتصال وتطورها:

مع تطور البحث في مجال الاتصال ظهرت العديد من النظريات التي تشتمل على القواعد التي تشتمل على القواعد والقوانين التي تتحكم في عملية الاتصال وذلك من خلال التركيز على بعض من عناصره (القائم بالاتصال، انتقال المعلومات، الوسيلة...) وتمثلت أولى بحوث الاتصال الجماهيري في دراسة هارولد لازويل H.Lasswel 1927 والتي وجدت العلاقة بين وسائل الاتصال وبين إدارة الرأي العام (الدعاية أثناء الحرب العالمية الأولى)، وتعددت تصنيفات نظريات الاتصال لتعدد الباحثين في المجال فهناك من صنفها على أساس عناصر العملية الاتصالية وهناك من صنفها وفق أسس أخرى:

- نظريات خاصة بدراسة بالمرسل كنظرية حارس البوابة، ونظرية قادة الرأي.
- نظريات الوسيلة نظرية امتداد الحواس لمارشال ماكلوهان (أربعينيات ق 20).
- الصراع وعلاقات السلطة.
- مستوى التأثير: بحيث انقسمت إلى عدة أنواع ومراحل كالتالي

#### 1) نظريات التأثير المباشر:

بدايات القرن 20 حتى أواخر 30، وكانت البدايات الأولى لبحوث التأثير، بحيث جاء هارولد لازويل بنظرية الرصاصة السحرية (الحقنة تحت الجلد) متأثراً بفكر فرويد، وتظهر هذه النظريات قوة وسائل الإعلام غير المحدودة وتفترض أن الجماهير مجموعة من الأشخاص المنعزلين بشكل منعزل، و تنتظر لوسائل الإعلام بأن لها تأثيراً عنيفاً يستجيب لها الأفراد بشكر فردي ولها قوة هائلة في تكوين آراءهم و اتجاهاتهم ومعتقداتهم.

2) نظريات التأثير الانتقائي: كانت مع بداية 40 حتى نهاية 60 تمثلت في دراسات كل من لازرسفيلد، برلسون و كارل هوفلاند، وسائل الإعلام لم تعد لها القوة الكبيرة لا تقوم بالتأثير على الجمهور لوحدها بل بتدخل عناصر وسيطة inter media، وتمثلت في النظريات التالية:

أ- نظرية الاختلافات الفردية: يختلف الأفراد في الإدراك و التفكير وفقاً لاتجاهاتهم، بنيتهم النفسية وصفاتهم الموروثة أو المكتسبة.

ب- **نظرية الفئات الاجتماعية:** يختلف الأفراد في انتماءاتهم، وعليه فيتأثرون بشكل غير متماثل بل حسب الفئات التي ينتمون إليها.

ت- **نظرية العلاقات الاجتماعية:**

جمهور وسائل الإعلام ليس مجموعة أفراد منعزلين أو مكونين في فئات اجتماعية لكنهم مرتبطون في اتصالات اجتماعية وعلاقات ونوادي

3) **نظريات التأثير طويلة المدى أو غير المباشرة:** تركزت البحوث فيها حول عدم وجود تأثير مطلق لوسائل الإعلام، ونادت بأفكار أهمها تأثيرات وسائل الإعلام تكون طويلة المدى وتحدث في سياق اجتماعي دون التركيز على حالات فردية منها:

أ- **نظرية التأثير المعتمد على نموذج:** تقدم وسائل الإعلام نماذجاً للسلوك من خلال تعرض الأفراد لها يدفعهم إلى تبنيها .

ب- **نظرية المعنى:** وسائل الإعلام لها دور في التأثير على سلوك الأفراد بشكل غير مباشر لأنها تقدم معاني جديدة لكلمات اللغة وتضيف عناصر جديدة للمعاني القديمة

ث- **نظرية الحاجات و الإشباع:** يقوم الأفراد باختيار المضامين الإعلامية ما يناسب تحقيق رغباتهم المختلفة، ولهذا فهناك تأثيرات طويلة المدى وليست آنية

4- **نظريات الاتصال (التأثير) الإقناعي:**

أ- **النموذج النفسي:** ويعتمد على نظرية الفروق أو الاختلافات الفردية ومفاده أن الرسالة الفعالة (الإقناعية) هي التي تتمكن من تحويل البناء النفسي للفرد بشكل يجعل الاستجابة المعلنة متفقة مع موضوع الرسالة أي تغير نشاط العمليات النفسية.

ب- **النموذج الثقافي والاجتماعي:** ويعتمد على نظريتي الفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية، فاستجابات الأفراد لا تكون بناءاً على متغيرات فردية بل تتم بعد مراعاة القيم الثقافية السائدة في المجتمع.

5) **نظريات التفسير الشامل لتأثير وسائل الإعلام:**

وتؤمن بفكرة الاعتماد المتبادل بين الجمهور و وسائل الإعلام والمجتمع، ولابد من وضع ثلاث اعتبارات عند الحديث عن تأثير وسائل الإعلام (النظام الاجتماعي، دور وسائل الإعلام فيه، وعلاقة الجمهور بهذه الوسائل)، وعليه فهناك ثلاث أنواع من التأثيرات:

أ- تأثيرات معرفية

ب- تأثيرات وجدانية

ت- تأثيرات سلوكية



## المحور الرابع: أهم النماذج والبراديغمات الاجتماعية والنفسية التأسيسية لبحوث الاتصال:

إن البحوث والدراسات المتعلقة بالظاهرة الإعلامية قد أخذت عدة مسارات ومنحنيات في بداياتها الأولى، بحيث اهتم الباحثون بعدة براديغمات انطلق فيها كل من منظوره الخاص ومجال تخصصه، ولهذا فقد سجل التراث النظري للظاهرة الاتصالية عدة منطلقات نظرية حاولت كلها الإجابة والبحث عن دور و آثار وسائل الإعلام والاتصال في المجتمع؛ تلخصت أهم المساهمات في البراديغمات والنماذج الاجتماعية والنفسية منذ بداية القرن العشرين، والتي تعتبر من المداخل التأسيسية لدراسة وتفسير ظواهر الاتصال:

### 1- النماذج الاجتماعية:

وتتمثل في مجموعة من النماذج التي اهتمت بالعلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع والفرد وقد اعتمدت على 4 مداخل أساسية:

#### 1) النموذج التطوري:

ويعتبر من أقدم الافتراضات التي قام عليها علم الاجتماع (السنوات الأولى)، ويرتبط بفكرة أساسية مفادها التغيير في الطبيعة الأساسية للمجتمع من خلال مراحل تطوره، بحيث يؤمن المنظرون الكلاسيكيون بأن المجتمع بمثابة كائن عضوي يخضع للتطور يشبه باقي الكائنات العضوية في البناء والهيكلة، ينطلق من جملة افتراضات أساسية نجملها في فكرة أن المجتمع هو عبارة عن أجزاء مترابطة خضع للتغير الاجتماعي، وآليات هذا التغير ترتبط بإرادة الأفراد في البحث عن وسائل معينة لتحقيق الأهداف التي يرونها مهمة بحيث تصبح أجزاء ثابتة من المجتمع المتطور. و بإسقاط هذا النموذج على وسائل الإعلام نرى أنها دائمة التغير والتطور سواء من حيث التكنولوجيا أو من حيث الأشكال الاجتماعية المتعلقة بحاجة الأفراد وصناعة القرار ومدى استفادتهم من هذا التطور في الوسائل الإعلامية.

#### 2) نموذج الصراع الاجتماعي:

انطلق هذا النموذج من فكرة أن المجتمع هو عبارة عن عناصر اجتماعية متصارعة، ويؤكد أصحاب هذا البراديغم من علماء الاجتماع أن المجتمع أساسه الصراع وليس الاستقرار أو التطور، ويستنبطون أفكارهم من أفكار الجدلية الفلسفية القديمة (كارل ماركس، هيغل وأفلاطون) القائمة بفكرة أن التغيير نتيجة للقوى المتعارضة في المجتمع؛ خاصة أطروحات كارل ماركس بخصوص افتراض كون المجتمعات الجديدة تنشأ بفعل الصراع بين من يملكون ومن لا يملكون وسائل الإنتاج. وبإسقاط هذه الافتراضات على

وسائل الإعلام نجد أنها عبارة عن مشروعات متنافسة في المجتمعات الحرة تسعى لتحقيق الأرباح في ظل منظومة من القيود التشريعية والأخلاقية و القيمة.

### (3) البراديغم النقدي وبتلخص في التيارات التالية

#### أ- مدرسة فرانكفورت:

تأسست بألمانيا بداية من 1923 بمركز الدراسات الاجتماعية بمدينة فرانكفورت ثم هاجرت إلى الو.م.أ. عقب تولي الحكم النازي لألمانيا، استمدت أفكارها من الماركسية الجديدة، يعد ماكس هوركايمر و تيودور أدورنو من الرواد الأوائل وعرفت عدة أجيال بعدها، تقوم على فكرة أنّ وسائل الإعلام عبارة عن أعمال وضيعة أو تشويه للأعمال الراقية هدفها إلهاء الناس عن البحث عن الحقيقة، حيث تكون الثقافة الجماهيرية و التجارة العالمية هي أساس نجاح الاحتكار الرأسمالي لتحقيق أهدافه من خلال مفهوم صناعة الثقافة وتسويقها من أجل الربح تماما مثل السلع.

#### ب- النظرية النقدية الثقافية:

ظهرت النظرية بإنجلترا، من روادها ستيوارت هول ، وقفت على منهج التحليل الثقافي بحيث ركزت على فهم ما تقدمه وسائل الإعلام ومدى ارتباطه بحياة الأفراد، ويركز روادها على مفهوم الهيمنة الذي تدعمه وسائل الإعلام لأصحاب النفوذ ومراكز القوة في المجتمع عندما يتناولون الدور الثقافي لوسائل الإعلام.

#### ج- نظرية الاقتصاد السياسي:

تعد نظرية ماركسية اهتمت بتفسير علاقة المؤسسات الاقتصادية الكبرى كالأسواق والبنوك التي تسطر عليها الصفوة في المجتمع وهيمنتها على المؤسسات الاجتماعية ومنها وسائل الإعلام والاتصال وتشكيلها وفق ما تقتضيه تحقيق أهدافها تلبية حاجياتها. أي أنّ هناك علاقة بين النظام السياسي والنظام الاقتصادي، ونظم الاتصال كذلك تعمل وفقا لذلك وعلى أسس تجارية تسعى لمحاولة كسب نوعية من الجماهير الأغنياء خاصة.

#### (4) النظرية البنائية الوظيفية:

و تقوم على فكرة البناء المستقاة من فلسفة أفلاطون الذي طرح فكرة القياس بين المجتمع والكائن العضوي فكلاهما يعنى نظاما من أجزاء مترابطة في توازن ديناميكي، وقد مثلت هذه الفكرة أساسا في فكر المجتمع الغربي ولدراسات علماء الاجتماع الأوائل (أوجست كونت، هربرت سبنير، دوركايم...). بحيث تلخص

افتراضات هذا المنظور في أن المجتمع عبارة عن نظام مكون من أجزاء مترابطة أو وحدات و هو تنظيم من الأنشطة المتكررة التي يكمل كل منها الآخر. ويقوم هذا البراديغم على مفهومين:

البناء **structure** ويشير إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع

و الوظيفة **function** يشير إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع.

بحيث تقوم الوحدات بدورها الوظيفي كلما ساهمت في استقرار النظام وحفظ توازنه ويحدث الخلل الوظيفي إذا ما كان السلوك المنتهج من الوحدات مخلا باستقرار النظام ومعيقا لتقدمه.

واعتبر أصحاب هذا الاتجاه أن الاتصال الجماهيري يمثل أحد الأنشطة المتكاملة في المجتمع و تساهم في تحقيق التوازن الاجتماعي، وأصبحت تمثل جزءا أساسيا من باقي الأنشطة المجتمعية، لكن يمكن أن تحدث كذلك نوعا من الخلل الوظيفي.

## II- النماذج السلوكية (الإدراكية)

وقد برزت عدة نماذج في هذا المنظور طرحت عدة افتراضات تتعلق كلها بالطبيعة النفسية للأفراد محاولة فهم أسباب الاستجابة للمثيرات التي يتلقونها، وتعد النماذج المعرفية من أكثر الدراسات التي اهتمت بالاتصال وهذا ما توضحه نظريات التوازن الآتية:

### أ- نظرية التوازن المعرفي:

من روادها روزنبرج Rosenberg، أبلسون Abelson و هيدر Heider ترتكز على أن العلاقات بين الأفراد تقوم على الاتفاق بين المشاعر (الحب والكره القبول والرفض) و والوحدات (ترابط العناصر والأشياء). وتتطلب من أن الفرد يسعى ان يكون دائما متوازنا في افكاره وسلوكاته، وبالتالي فعندما يتلقى منبهات تكون لديه نوعان من الاتجاهات إما موجبة او سالبة فيحدث التوازن لديه في هذه الحالة و عندما تختلف الاتجاهات بين موجبة وسالبة فتتولد لديه حالة من التوتر تدعو الفرد للتخلص منها. وعند إسقاط ذلك على استخدامات الفرد لوسائل الإعلام نرى أنها قد تحقق التوازن او تهدمه كلما قدم الإعلام معلومات تتوافق مع المعتقدات والسلوكات فهو يحقق التوازن، والعكس إذا ما حدث تناقض، وكذلك إذا ما قدم للفرد معلومات عن المواقف المتعددة خاصة التي ليس للفرد علاقة مباشرة بها والتي يميل الفرد لتقبلها حتى لا يبذل جهدا أكبر وبالتالي سيحقق توازنه.

**ب- نظرية التوافق المعرفي:** من روادها شارل أوسجود Osgood وآخرون، ينطلقون من فكرة أن الإنسان دائما يسعى لتقدير ما يتوافق مع آرائه ومعتقداته وتقدير الأشخاص الذين يتفقون معه ويزيد هذا التقدير بزيادة التوافق وينقص بنقصانه، واستخدامات الفرد لوسائل الإعلام تتحدد انطلاقا من علاقته بالعناصر التالية (الوسيلة، القائم بالاتصال والمفاهيم والمعاني المحتوى الإعلامي).

**ج- نظرية التناظر المعرفي** رائدها فستنجر Festinger ينطلق من فكرة أن الاتزان النفسي يحدث كلما وقع الإنسان تحت تأثير أفكار متنافرة أين يتولد داخله حالة من التوتر من شأنها إحداث تغيير لإزالة هذا التوتر وإعادة التوازن المعرفي للشخص ويظهر ذلك في صورة تعديل في سلوك الشخص، أفكاره أو معارفه وقد يسعى لإزالة التوتر عن طريق تقليل أهمية الأفكار المتضاربة في نفسه.

### III- مدخل التفاعلات الرمزية- نظرية التفاعلات الرمزية

وتعتبر من أهم النظريات السوسولوجية المعاصرة في علم الاجتماع، وهناك من يدرجها تحت في المدخل السلوكي الاجتماعي تم تطوير أفكارها أوائل القرن 20 في مدرسة شيكاغو على يد جورج هيربرت ميد G.H. M لكن تسمية ومصطلح التفاعل الرمزي صاغه الباحث هيربرت بلومر H.Blomer حين أصدر مقالا بعنوان "علم النفس الاجتماعي صك تعبير" سنة 1937 دلالة على التفاعل الرمزي، بحيث تقف هذه النظرية على مفهومي التفاعل والرموز.

**الرموز:** وتعني القدرة التي تمتلكها الكائنات الحية للتعبير عن الأفكار باستخدام الرموز في تفاعلاتهم مع بعضهم البعض و هي مجموعة من الإشارات المصطنعة يستخدمها الناس فيما بينهم لتسهيل عملية التواصل.

**التفاعل الرمزي او الاتصال الرمزي:** هو التفاعل الذي يميز مختلف المجتمعات الإنسانية ، هو عملية ذهنية تختص بنشاط العقل ومخزونه المعرفي من المعاني، التصورات و المعتقدات بحيث أن الفرد يأخذ بعين الاعتبار وجود الآخرين.

تهتم النظرية بفهم طبيعة اللغة و الرموز في شرح عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي، ومختلف الاستجابات والتأويلات التي يمنحها الأفراد للأشياء والأشخاص والمواقف وكلما اتسع إطار المعاني المشتركة بين الأفراد كلما تشابهت الاستجابات في عمليات التفاعل المختلفة، وقد اهتم عدة باحثين بإسقاط أفكار النظرية على وسائل الإعلام ومساهماتها في التفاعل الاجتماعي وتشكيل الصور عن الواقع في أذهان الأفراد خاصة وأن وسائل الإعلام أصبحت وسيلة أساسية في بناء المعاني وتقديم التفسيرات.