

جامعة غليزان

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

محاضرات مقياس: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال

للسنة الأولى تخصص علوم إسلامية

من اعداد الأستاذ: بوسيف جمال

المحاضرة الأولى: مدخل مفاهيمي

يعتبر المدخل المفاهيمي للإعلام والاتصال من الإجراءات الهامة لتوضيح الفروقات بين أهم المفاهيم المشابهة وازالة اللبس بينها، نحدد أهمها فيما يلي:

مفهوم الاتصال:

الاتصال لغة هو: **الاتصال لغة**: الاتصال ما اتصل بالشيء، ووصل وصولاً أي بلغ، والوصل ضد الهجران، ووصل الشيء إلى الشيء وصولاً أي انتهى إليه، فالاتصال في اللغة العربية هو الاستمرار عدم القطع، وبلغ الشيء منتهاه وهدفه.

وتعني كلمة communication التعبير والتفاعل وذلك من خلال رموز لأجل تحقيق هدف معين، وتحمل الكلمة عنصر النية والقصد، وهي مشتقة من الأصل اللاتيني communis بمعنى المشاركة وتكوين العلاقة، وبمعنى الشائع أو المألوف، كما تعني عام أو مشترك، ومن ثم فالاتصال انطلاقاً من المفاهيم السابقة عملية تتضمن المشاركة والتفاهم حول فكرة أو موضوع لتحقيق هدف أو برنامج.

أما التعريف الاصطلاحي للاتصال:

هناك تعريفات متعددة نذكر منها مايلي:

يعرف "ريتشاردز"؛ يقول الاتصال هو: "يحدث حين يؤثر عقل في عقل آخر، فتحدث في عقل المتلقي خبرة مشابهة لتلك التي حدثت في عقل المرسل ونتجت جزئياً عنها".

أما "كولي : **cooly**" يقول أن الاتصال: "ذلك المكانزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان، وهي تتضمن تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات ونغمات الصوت والكلمات والطباعة والخطوط الحديدية والبرق والتلفون، وكل تلك التدابير التي تعمل بسرعة وكفاءة على قهر بعدي الزمان والمكان. "

بينما عرفت "جيهان رشتي"؛ الاتصال على أنه: " العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة –كائنات حية أو بشر أو آلات- في مضامين اجتماعية معينة، وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات(منبهات) بين الأفراد على قضية معينة أو معنى أو مجرد واقع معين، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية "،4فالاتصال هو عملية تحمل في معانيها الفعل ورد الفعل ونقل التجارب والخبرات.

تعريف الإعلام:

الإعلام لغة: كلمة اعلام مأخوذة من مادة (ع ل م) و هو مصدر الفعل الرباعي أعلم، يقال أعلم أعلم إعلاما وعلمنا واعلمته بالأمر: أبلغته إياه وأطلعته عليه وأشعرته به، وجاء في لغة العرب استعلم لي خبر فلان لأعلمينه واستعلمني الخبر فأعلمته إياه، وهو التبليغ والابلاغ أي :الايصال، يقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك.

أما اصطلاحا:

يعرف عبد اللطيف حمزة الاعلام بقوله : هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم في تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع او مشكلة من المشكلات ،بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عملية الجماهير واتجاهاتهم وميولاتهم.

أما سمير محمد حسين يعرف الاعلام على أنه :كافة اوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الامور؛ بطريقة موضوعية وبدون تحريف، لما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والاحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الاعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات، وبما يسهم في تنوير الرأي العام الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة.

الفرق بين الإعلام والاتصال:

هناك عدة فروق بين الإعلام والاتصال هي كالآتي:

- إذا كان الإعلام يعني أساسا المعطيات والأخبار والمعرفة، فالاتصال يستلزم الحوار ووجود العلاقات.
- إذا كان مفهوم الإعلام عادة يّ عبر عن شيء ثابت(محتوى، حالة، وضعية)، فالاتصال في الغالب عبارة عن عملية(علاقة).
- الإعلام أحادي الاتجاه حيث أنه يتجه في اتجاه واحد عكس الاتصال الذي لا يعتمد على الاتجاه الأحادي.
- تتضمن العملية الإعلامية عنصرين أساسيين هما المرسل والمستقبل، بينما في العملية الاتصالية التي تشترط قيام المستقبل بدور إيجابي بتفاعله مع المرسل.
- تتم عملية الاتصال بالتفاعل والارتباط عكس الإعلام.
- تتم عملية رجع الصدى في الاتصال، وتقل في الإعلام.
- يعتبر الاتصال عملية اجتماعية تعتمد أساسا على المستقبل أو الجمهور، أما الإعلام فهو ظاهرة تكنولوجية أي مرتبط بظهور وسائل الإعلام الجماهيرية.
- للإعلام معنيين ضيق وواسع؛ المعنى الواسع في رد فعل المستقبل والمعنى الضيق يكون هناك بعض التكافؤ في الاتصال، أما الاتصال فله طريقتين؛ كفعل وعملية من جهة وكوضع اتصالي من جهة أخرى، ومجال اشتراك ينقطع في مفهومين؛ في المعنى الواسع للإعلام مع الاتصال كوضع أو رد فعل لازم، وينبغي في الغالب القول أن الاتصال أعم وأشمل من الإعلام.

المفاهيم المشابهة للإعلام:

هناك العديد من المفاهيم التي تتداخل مع مفهوم الإعلام لذلك ارتئنا تعريفها وتوضيح الفرق بينها وبين مفهوم الإعلام:

1- الإشاعة:

تعرف الإشاعة على أنها خبر مجهول المصدر غير مؤكد الصحة ؛ يتم تداوله شفاهه عادة قابل للتصديق، وقابل للانتشار. والفرق بين الإعلام والإشاعة هو أن الإعلام بضرورة يرتز على الأخبار الصحيحة والموثوقة، أما الإشاعة فهي خبر يحتمل الصدق والكذب.

2- الدعاية:

عرفها جاك براون على أنها: " محاولة إقناع الآخرين بقبول معتقد من دون إعطاء أي دليل أو أرضية منطقية لقبوله سواء اكان موجودا او لا".

والفرق بين الدعاية والإعلام، هو أن الدعاية عبارة عن خبر مضخم، بينما الإعلام هو خبر صحيح ينقل كما هو دون زيادة أو نقصان.

3- الإشهار:

يعرف الإشهار على أنه كل سلوك أو فعل من شأنه جذب الجمهور، يتعلق بالسلع التي تباع الى المستهلكين، والتي يكون الهدف منها تحقيق الربح.

يتضح الفرق بين الإعلام والإشهار من ناحية أن الاعلام لا يسعى الى الترويج لسلعة أو خدمة معينة وانما يهتم الإعلام بنقل الأخبار والأحداث والوقائع، بينما الإشهار يسعى الى تحقيق الربح من خلال الترويج للسلع والخدمات.

4- التضليل الإعلامي:

يعرف التضليل الإعلامي على أنه: الخبر الكاذب الموجه، الذي يقدم على انه حقيقة، بهدف توريط الرأي العام في الخطأ، لتوجيه العقول وتزييف الجماهير العريضة وإدارة لعبة السياسية بشكل غير نظيف.

نستنتج بأن الفرق الجوهرى بين الإعلام والتضليل يتمحور في أن الإعلام يركز على نقل الحقيقة والوقائع الصادقة بينما التضليل يركز على تزوير وتزييف الحقائق.

المحاضرة الثانية: عناصر العملية الاتصالية

تطورت النماذج التي تشرح وتفسر عملية الاتصال بعناصرها المختلفة، حيث ظهر في البداية النموذج الخطي أو المباشر: المرسل/ الرسالة/ المستقبل، ثم جاءت دراسات منتصف القرن الماضي بينت مدى قصور ذلك النموذج القائل بأن لوسائل الإعلام تأثير مباشر على الجمهور باعتبار أن هناك العديد من العوامل التي تشكل وسيطا ما بين الرسالة ومتلقيها، فظهرت على ضوءها نماذج أشمل لعل أهمها ما أورده عالم الاتصال الأمريكي هارولد لازويل **Harold Lasswell** الذي قام بتعريف عملية الاتصال من خلال الصياغة الشهيرة التي قدمها سنة 1451 جاءت في شكل خمسة أسئلة: من **Who** ؟ ماذا يقول **Say What** ؟ **With What Effect** ؟ بأي تأثير **To Whom** ؟ **In Which Channel** بأي وسيلة وأشار أن الإجابة على هذه الأسئلة تحدد عناصر عملية الاتصال الواجب توافرها:

1- المصدر أو المرسل **Source** :

يقصد به الطرف الأول القائم بالاتصال ومرسل الرسالة، ولا يقتصر على الإعلامي الذي نراه على الشاشة بل يمكن أن يشمل الصحفي المتحصل على الخبر والمحرر لصياغته وقارئ النشرة للجمهور.

2- الرسالة **Message**:

هي شكل ومضمون مادة الاتصال التي ينقلها المصدر إلى المستقبل وهي قلب العملية الاتصالية، قد تكون برنامج إذاعي مسموع أو تلفزيوني، خبر في صحيفة، فيلم سينمائي...

3- الوسيلة **Channel**:

الأداة الناقلة للرسالة بين المرسل والمستقبل، وتختلف باختلاف مستوى الاتصال، فهي في الاتصال الجماهيري صحيفة أو مجلة أو إذاعة أو تلفزيون أو سينما، وفي الاتصال الجمعي كمحاضرة أو خطبة أو مؤتمر تكون الميكروفون، مطبوعات أو شرائح أو أفلام فيديو، أما في الاتصال المباشر تُلغى الوسيلة الميكانيكية ويكون الاتصال وجها لوجه. يتوقف اختيار الوسيلة عموما على عوامل مهمة: الموضوع، الهدف، طبيعة المستقبل، الاستيعاب والتفاعل، فهم وإدراك المستقبل.

4- المتلقي أو المستقبل **Receiver**:

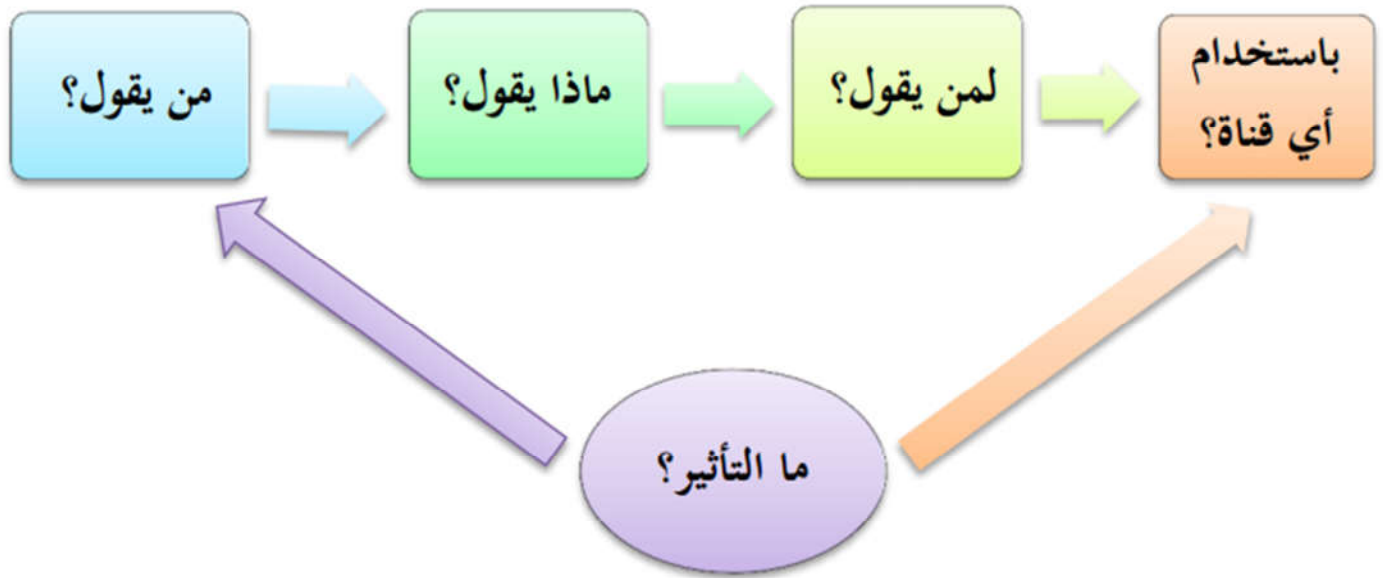
هو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها، والطرف المقصود من عملية الاتصال، وتفاوت درجة تأثير الرسالة على المتلقي حسب خصائصه وظروفه ودرجة فهمه وميوله واتجاهاته ورغباته.

5- رجع الصدى أو رد الفعل Feedback:

يكون اتجاهه عكسيا من المستقبل إلى المرسل، بالتعبير عن مدى فهمه للرسالة واستجابته أو رفضه لمعناها، وأصبح رد الفعل مهما في تقويم عملية الاتصال لرصد مدى وصول الأفكار للمتلقي واستيعابه لها.

6- التأثير Effect:

ليس عنصرا دائما في العملية الاتصالية قد يحضر ويغيب حسب الموقف، فتكون الاستجابة أو التأثير متفاوتة من شخص لآخر ويمكن أن تؤدي إلى تغيير تفكير ثم تغيير سلوك. وقد يكون التأثير إيجابيا يشجع المصدر على الاستمرار في تقديم رسائل مشابهة أو سلبية يلغي استمراريتها أو لا يشجعها.



نموذج هارولد لاسويل Harold Lasswell للاتصال.

المحاضرة الرابعة: أنواع الاتصال

كثير من أشكال الاتصال وممارساته تفشل بسبب جهل القائم بالاتصال بنوع الاتصال وخصائصه أو لاستخدامه نوعا من الاتصال لا يتناسب ومضمون الرسالة ونوع الجمهور المخاطب، لذلك تصنيف الاتصال إلى عدة أنواع -حسب جل الأكاديميون- يعد مقدمة ضرورية من أجل زيادة فهم الاتصال ومن ثم ممارسته على نحو أكثر فعالية بنا .

هناك عدة تصنيفات لأنواع الاتصال نورد من بينها:

- 1- أنواع الاتصال من حيث عدد المشاركين:
 - الاتصال الذاتي: أي اتصال الشخص مع نفسه.
 - الاتصال الشخصي: يتم بين إثنين
 - الاتصال الجماعي: يتم بين شخص وعدد من الأشخاص، وعادة ما يوجد تعارف مسبق بين الأفراد ويكونوا موجودين في مكان واحد.
 - الاتصال الجماهيري: يتم بين شخص ومئات أو آلاف أو ملايين من الناس، لا يحضرون في نفس المكان ولا يعرف كل منهما الآخر.
- 2- أنواع الاتصال من حيث اللغة:
 - الاتصال اللفظي
 - الاتصال غير اللفظي
- 3- التصنيف من حيث الاتجاه:
 - الاتصال الهابط
 - الاتصال الصاعد
 - الاتصال الأفقي
- 4- الاتصال من حيث درجة الرسمية:
 - الاتصال الرسمي
 - الاتصال غير الرسمي
- 5- الاتصال من حيث الموضوع:
 - الاتصال السياسي
 - الاتصال الاجتماعي
 - الاتصال الثقافي

- الاتصال الاقتصادي

- الاتصال البيئي

- الاتصال المؤسسي

المحاضرة الخامسة: وظائف وسائل الإعلام في المجتمع

تمهيد:

يلاحظ المتابع للدراسات الإعلامية أنه لا يوجد اتفاق حول وظائف وسائل الإعلام في المجتمع لذلك سوف نعرض آراء بعض الباحثين بشأن هذه الوظائف.

➤ وظائف وسائل الإعلام حسب هارولد لازويل:

يعد لازويل عالم السياسة الشهير من أوائل العلماء الذين اهتموا بالوظائف المجتمعية للاتصال، حيث حدد لازويل ثلاث وظائف هي:

- 1- مراقبة البيئة: وذلك من خلال جمع المعلومات ونشرها، سواء داخل المجتمع أو خارجه، بحيث تستخدم مراقبة البيئة كتحذير مبكر للمظام لتوفير المعرفة اللازمة لاتخاذ القرارات.
 - 2- ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة: تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في ربط مختلف شرائح المجتمع عن طريق تشكيل الرأي العام، فالحكومة لا تستطيع القيام بدورها دون الرأي العام.
 - 3- نقل التراث الاجتماعي: بعدما كان قديما الأباء والأمهات هم الذين ينقلون التراث الثقافي والاجتماعي عبر الأجيال، أصبحت الآن وسائل الإعلام تلعب الدور الأساسي في التنشئة الاجتماعية ونقل التراث الاجتماعي.
- ملاحظة: أضاف تشالز رايت وظيفة رابعة إلى وظائف هارولد لازويل هي وظيفة الترفيه.

➤ وظائف وسائل الإعلام حسب لازار سفيلد وميرتون:

حدد كل من بول لازار سفيلد وروبرت ميرتون ثلاث وظائف لوسائل الإعلام في المجتمع هي:

- 1- التشاور (التبادل الآراء): من أجل إضفاء الشرعية على أوضاع المجتمع.
- 2- تدعيم المعايير الاجتماعية: حيث تساعد وسائل الإعلام على تدعيم المعايير الاجتماعية من خلال تعديل سلوك الخارجين عن هذه المعايير.
- 3- التحذير (الخلل الوظيفي): فزيادة مستوى المعلومات وتدفعه بالنسبة للجمهور ينتج عنه خلل وظيفي بالنسبة للدور الأساسي لوسائل الإعلام، حيث يسود الإغراق واللامبالاة بدل توعية الجمهور.

➤ وظائف وسائل الإعلام حسب ولبور شرام:

قدم ولبور شرام ثلاث وظائف أساسية هي:

- 1- وظيفة المراقبة: وذلك لاستكشاف الأفاق وإعداد تقارير عن الأخطار التي تواجه المجتمع.
- 2- الوظيفة السياسية: تتمثل في توفير المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات السياسية والقيادية، وإصدار التشريعات.
- 3- التنشئة: من خلال تعليم الأفراد المهارات والمعتقدات التي يقردها المجتمع.

➤ وظائف وسائل الإعلام حسب دنس مكويل:

يحصرها مكويل فيما يلي:

- 1- الإعلام: من خلال نشر المعلومات والوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه.
- 2- تحقيق التماسك الاجتماعي: من خلال تدعيم الضبط والتنشئة الاجتماعية، ودعم الإجماع حول القضايا والمواقف المختلفة.
- 3- تحقيق التواصل الاجتماعي: من خلال التعبير عن الثقافات السائدة ودعم القيم الشائعة.
- 4- الترفيه: من خلال تقديم التسلية وتحقيق الاسترخاء والقضاء على التوتر الاجتماعي.
- 5- التعبئة: من خلال المساهمة مثلاً في الحملات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية...

➤ وظائف وسائل الإعلام حسب ليزلي مولر:

أقر مولر بوجود تسع وظائف هي:

- 1- وظيفة الأخبار وتزويد بالمعلومات ومراقبة البيئة.
- 2- الربط والتفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات وتوجيه الناس بما يفكرون فيه وما يفعلونه
- 3- الترفيه
- 4- التنشئة الاجتماعية: بهدف توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة للمعايير والخبرات الجماعية.
- 5- التسويق: الترويج للسلع والخدمات.
- 6- قيادة التغيير الاجتماعي.
- 7- خلق المثل الاجتماعية: من خلال تقديم النموذج الإيجابي
- 8- الرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه.
- 9- التعليم.

المحاضرة السادسة: القائم بالاتصال

يعتبر القائم أحد المكونات الأساسية للرسالة الإعلامية والاتصالية، لذلك سنخصص له محاضرة منفصل نظرا لأهميته وفعاليته في نجاح أو فشل العملية.

➤ تعريف القائم بالاتصال:

هناك عدة تعريفات للقائم بالاتصال نورد من أهمها:

هو ذلك الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها على ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء، والتي تحدد مصير العملية الاتصالية برمتها.

يعرف أيضا على أنه: أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية.

➤ الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال:

حددها دافيد بيرلو في النقاط التالية:

- 1- توفر مهارات الاتصال (الكتابة، التحدث، القراءة، الانصات والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال)
- 2- اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه، الموضوع والمتلقي، وكلما كانت هذه الاتجاهات إيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال
- 3- مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته
- 4- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي والوضع الذي يراه الناس فيه، يؤثر على فعالية الاتصال.
- 5- أما الباحث وارين بريد يضيف معرفة السياسة الإعلامية للمؤسسة إلى الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال.

➤ العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال:

هناك عدة عوامل من بينها:

- معايير المجتمع وتقاليده
- المعايير الذاتية للقائم بالاتصال (الانتماءات)
- المعايير المهنية (سياسة المؤسسة، مصادر الخبر، علاقات العمل وضغوطه)
- معايير الجمهور

➤ مسؤوليات القائم بالاتصال:

هناك عدة مسؤوليات تقع على عاتق القائم بالاتصال هي/

- الدقة والتأكد من صدق المعلومة المقدمة للجمهور
- العمل من أجل المصلحة العامة
- الحفاظ على النزاهة وصورة المؤسسة
- احترام الحياة الخاصة للمواطنين
- احترام سر المهنة وأخلاقياتها
- الدفاع عن حقوق الإنسان
- المشاركة في الإصلاح الاجتماعي
- تبني اتجاهات الجمهور

المحاضرة السابعة: عوامل نجاح أو فشل العملية الاتصالية

عوائق العملية الاتصالية تخص كل العوامل والمتغيرات التي شأنها أن تسهم في تشويه المعنى الاتصالي (الرسالة) وبالتالي تأخر عملية الفهم لدى المتلقي أو رفض المضمون الاتصالي.

➤ ومن بين أهم العوائق ما يلي:

1- عوائق متعلقة بالمرسل: من أهمها

- تعالي أو تكبر المرسل على المتلقي
- عدم مخاطبة المتلقي بلغته
- عدم الفصاحة في الكلام
- عدم التمكن من الموضوع والرد على الأسئلة
- عدم وجود المصادقية

2- عوائق متعلقة بالرسالة: من بينها

- عدم وضوح الرسالة
- عدم تناسب حجم الرسالة مع حاجات الجمهور
- عدم صياغتها بطريقة تجذب الجمهور
- نقص المعلومات الواردة في الرسالة
- عدم إرسال الرسالة في الوقت المناسب

3- عوائق متعلقة بالمتلقي: منها

- تعالي المتلقي على المرسل
- الحالة النفسية للمتلقي
- الفهم الخاطئ للمعاني
- عدم الثقة في المرسل
- المكان والجو غير مناسب
- عدم الانصات الجيد

4- عوائق متعلقة بالوسيلة: من أهم هذه العوائق

- تشويش مادي يعيق الوسيلة

- عدم توفر الوسيلة المناسبة لتوصيل الرسالة
- 5- **عوائق متعلقة برفع الصدى:** من أبرزها
 - عدم التجاوب نتيجة عدم فهم الرسالة
 - استجابة هامشية

المحاضرة الثامنة: النظريات الكلاسيكية (نظرية السلطة)

تختلف عملية الاتصال تبعا لاختلاف المجتمعات كونها تتأثر بالقيم والمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وهو ما يفسر تعدد نظريات الاتصال والإعلام، واختلاف الباحثين في تصنيف النظم الاعلامية الموجودة في العالم، ومن بين هذه النظريات:

➤ نظرية السلطة:

نشأت وظهرت في إنجلترا في القرنين 16 و17 معتمدة على نظريات أفلاطون وأرسطو ومكيافيلي وهيكل، تتمثل فلسفتها في السلطة المطلقة للحاكم أو لحكومته أو كليهما معا. هدفها هو توطيد ودعم سياسة الحكومة التي تتولى السلطة، وهذا يستدعي أن وسائل الإعلام تصدر فقط بترخيص من الحكومة ويتم الإشراف والرقابة عليها، كما يحضر على وسائل الإعلام نقد السلطة.

➤ المبادئ الأساسية للنظرية:

ترتكز النظرية السلطوية على عدة أسس هي:

- تلتزم وسائل الإعلام بتأييد كل ما يصدر عن الحكومة ومؤسساتها والدفاع عن سياسة الحكم، والدعاية للنظام.
- يعتبر العمل في الصحافة منحة أو امتياز من الحاكم وبالتالي العمل على التأييد.
- ملكية وسائل الإعلام لا تقتصر على الحاكم، بل قد يمتلكها الأفراد، ولكن استمرارها يبقى رهن رغبة السلطة.
- درجة الحرية المسموح بها يجب أن تكون مناسبة للبيئة السياسية التي توجد بها، ويبقى تقدير درجة الحرية راجع إلى السلطة.

المحاضرة التاسعة: النظريات الكلاسيكية (نظرية الحرية)

جاءت نظرية الحرية نتيجة لحركة الاصلاح التي قادها مارتن لوثر كينغ، وتواصلت هذه الحركة لتظهر في كتابات توماس، جون ميلتون، دفيد هيوم، جون ستوارت، دون لوك ودون جاك روسو، وبعد الثورة الفرنسية تجلت مظاهر حرية الصحافة. تدعو نظرية السلطة إلى حق المواطنين في المعلومات وإبداء الرأي مع حق امتلاك وسائل الإعلام، حيث تفترض ضرورة وجود وسائل إعلام مستقلة م الناحية الاقتصادية، والقادرة على القيام بدور الحارس العام لمصالح الهيئات الرسمية في مواجهة الحكومة.

➤ أهم مبادئ نظرية الحرية:

تقوم نظرية السلطة على عدة مبادئ رئيسية هي:

- الحق في المعرفة حق طبيعي، ولممارسة هذا الحق لابد من الصحافة أن تتمتع بكامل حريتها دون قيود خارجية.
- حق الفرد في الاختيار؛ لذلك لابد من تعدد مصادر المعرفة (أي تعدد وسائل الإعلام).
- حق الأفراد في امتلاك وسائل الإعلام ما داموا قادرين على ذلك؛ دون الحاجة إلى تصريح من السلطة.
- عدم فرض الرقابة من جانب الحكومة وأي خطأ من طرف الصحافة هو من شأن القضاء وحده.

➤ سمات الممارسة حسب نظرية الحرية:

تتصف الممارسة الإعلامية في إطار نظرية السلطة بعدة سمات من أهمها:

- ممارسة النقد البناء والقبول بأي فكرة أو طرح جديد مع تقبل المناقشة.
- الشفافية في نقل المعلومات.
- إتاحة الفرصة للفرد في الحصول على المعلومات.

المحاضرة العاشرة : النظريات الكلاسيكية (نظرية المسؤولية الاجتماعية)

عقب الانتقادات التي وجهت لنظرية الحرية بدأ الاهتمام في الأوساط البحثية في و.م.أ وأوروبا الغربية بدراسة دور وسائل الإعلام الجماهيرية في هذه المجتمعات، وما الدور الوظيفي الذي يجب أن تقوم به. تفترض هذه النظرية بأنه كما للصحافة حرية أيضا عليها التزامات، فهي مجبرة على أن تكون مسؤولة نحو المجتمع لتتحمل معه الوظائف الأساسية للاتصال الجماهيري.

➤ خصائص نظرية المسؤولية الاجتماعية:

هناك عدة خصائص تميز هذه النظرية من بينها:

- هي نظرية مختلطة تجمع بين التقييد والحرية.
- إثارة العقول وتنويرها والابتعاد عن إثارة الغرائز.
- إشباع حاجيات القارئ ومحاولة توصيل الحقائق
- تتميز بأنها نظرية احصائية

➤ الوظائف التي تركز عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية:

هناك عدة وظائف تركز عليها هذه النظرية هي:

- خدمة النظام السياسي القائم عن طرق الإعلام، من خلال توفير المعلومات وإثراء النقاش والحوار
- تنوير الجمهور بالحقائق
- الرقابة على الحكومة وحماية حقوق الأفراد
- الترفيه
- خدمة النظام الاقتصادي عن طريق الاشهار
- رعاية المثل العليا للمجتمع.

المحاضرة الحادي عشر: النظريات الإمبريقية المعاصرة

هناك العديد من النظريات الإمبريقية المعاصرة التي حاولت دراسة الظواهر الإعلامية، سنركز على ثلاث نظريات فقط على سبيل المثال لا الحصر هي:

1- نظرية الرصاصة السحرية:

ظهرت هذه النظرية في الأربعينيات من القرن العشرين على يد عالم السياسة هارولد لازويل، أطلقت عليها تسميات مختلفة منها الحقنة تحت الجلد، الطلقة السحرية، القذيفة السحرية...

➤ ومن بين فروضها الأساسية مايلي:

- يستقبل الجمهور الرسائل بشكل مباشر من وسائل الإعلام وليس من خلال وسائل أخرى
- رد الفعل اتجاه رسائل الاتصال يتم بشكل فردي، ولا يخضع لاعتبارات التأثير المحتمل لأشخاص آخرين.
- تأثير وسائل الإعلام بصفة آنية في الجمهور (منبه واستجابة)

2- نظرية حارس البوابة الإعلامية:

لقد عرفت نظرية حارس البوابة سنة 1943م على يد كيرت زادك لوين Kurt Zadek Lewin حيث يعد لوين من أبرز رواد علم النفس الاجتماعي الألمان، ارتكزت معظم دراساته على محاولة فهم عالم الأشخاص من الناحية الجسدية والعقلية والاجتماعية من خلال اجراء المحادثات المتكررة لمحاولة الربط بين ذكرياتهم السابقة وعلاقتها برغباتهم واهدافهم. لقد قام كيرت لوين في البداية بإجراء أبحاث ميدانية أثناء الحرب العالمية الثانية على ربات البيوت من أجل معرفة العوامل التي تقف وراء تغير استهلاك أسر ربات البيوت للطعام خلال فترة الحرب هذه، حيث أدرك من خلال نتائج هذه البحوث بأن وضع الطعام على الطاولة كان نتيجة للعديد من عمليات صنع القرار في الوقت الذي كان فيه الرجال بأنهم هم من يتحكمون في جميع القرارات المنزلية.

ولقد حدد كيرت لوين مراحل عملية حراسة البوابة في مقالته الشهيرة بما يلي:

- تنتقل الأطعمة خطوة بخطوة عبر قنوات يتباين مقدار الوقت الذي تقضيه في كل قناة.
- أثناء حركة الأطعمة عبر القنوات يجب أن تمر المعلومات من بوابة لتنتقل للجزء التالي، وهكذا إلى أن تصل مبتغها الأخير(مائدة الطعام).

- الطعام لا يتحرك عبر القنوات من خلال قوة دفع ذاتية، بل تتحكم به مجموعة من القوى في القنوات التي تسير فيها المعلومات وهي غالبا ما تكون ربة البيت.
 - قد يكون هناك العديد من القنوات التي تؤدي إلى النتيجة النهائية نفسها، بمعنى أن محطات السلسلة قد تطول أو تقصر من حالة لأخرى (السوق أو الحقل، ثم المخزن، ثم المطبخ، ثم مائدة الطعام).
 - القوى المؤثرة في القنوات تختلف عن بعضها البعض، حتى بين الأقسام داخل القناة الواحدة.
 - تعمل هذه الديناميكية بين الأفراد والجماعات الاجتماعية بهدف الحفاظ على سيطرة صناع القرار على النظام المقبول أو المعمول به.
- ويرى كيرت لوين بأنه يجب معرفة من يتحكمون في حركة الدخول والخروج عبر كل القنوات، كما يجب دراسة سيكولوجية حراس البوابة بالإضافة إلى نظام قيمهم ومعتقداتهم التي تؤثر على عملية اتخاذ القرار.¹ ويعد وايت White هو أول من نقل نظرية حارس البوابة إلى ميدان الصحافة، حيث وضع المحرر كحارس بوابة والمعلومات المختارة من طرفه على أنها أخبار، وبدأ بحث وايت يتمحور حول محاولة معرفة طبيعة العملية التي يتم من خلالها قص مليارات الرسائل المتوفرة في العالم وتحويلها إلى مئات الرسائل فقط لتصل إلى أشخاص معينين وفي وقت محدد.
- ولقد أكدت مجموعة من الدراسات بأن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من حلقات، أي وفقا لاصطلاح نظرية المعلومات، فالاتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات، وأبسط أنواع السلاسل هي سلسلة الاتصال المواجهي بين فردين، ولكن هذه السلاسل في حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة جدا حيث تمر المعلومات بالعديد من الحلقات والأنظمة المتصلة كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون.

3- نظرية دوامة الصمت:

ظهرت هذه النظرية على يد الباحثة الألمانية إليزابيث نويل نيومان سنة 1974، حيث ترى بأن تكوين الرأي العام تتداخل فيه عوامل نفسية واجتماعية بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام تلعب دورا محوري في تكوين الاتجاهات السائدة حول القضايا المثارة.

وقد نادى الباحثة بقوة وسائل الإعلام من خلال مايلي:

- التأثير التراكمي من خلال التكرار.

¹Karishma Mehrotra, The Crossroads and Companies :Facebook The Lates Media GateKeeper, The SOAS Journal of Post Graduate Research, Vol10, 2016, PP10-11.

- الشمولية: حيث تحاصر وسائل الإعلام الجمهور من مختلف الجوانب
- التجانس: وتعني تشابه الرسائل الإعلامية نتيجة تشابه قيم وتوجهات القائم بالاتصال.

➤ الفرضيات الأساسية للنظرية:

تقوم نظرية دوامة الصمت على فرضيتين أساسيتين هما:

- إن وسائل الإعلام حين تتبنى آراء واتجاهات معينة خلال فترة من الزمن، فإن معظم الأفراد سوف يتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام، وبالتالي يكون الرأي العام بما يتسق مع الأفكار التي تدعمها وسائل الإعلام.
- اعتقاد الجمهور بأن الاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام هو الاتجاه السائد، ما يسبب ضغوط كبيرة على الأفراد الذين لهم آراء مخالفة، والذين يلجأون غالبا إلى تفضيل الصمت بحثا عن التوافق الاجتماعي وهكذا نحصل على أثر لولي يزداد ميلا نحو الاتجاه السائد الذي تتبناه وسائل الإعلام.

➤ أهم العوامل التي تدفع إلى التعبير عن الآراء المنسجمة:

- 1- شعور الفرد بالانتماء إلى رأي الأغلبية
 - 2- الميل إلى التخاطب مع من يتفقون معا في الآراء أكثر ممن يختلفون معنا.
 - 3- الشعور بتقدير الذات يحث الفرد على إبداء رأيه
 - 4- يميل الأفراد إلى إبداء آرائهم عندما يشعرون بأنهم أكثر عددا.
- وفي غير هذه الحالات تجد بأن الأفراد يميلون إلى إلزام الصمت، كلما زاد الضغط لرأي الأغلبية.

المحاضرة الثاني عشر: أشكال الإعلام

يجمع العديد من الباحثين بأن هناك شكلين للإعلام على حسب تطور الوسيلة الإعلامية وهذين الشكلين هما:

1- الإعلام التقليدي:

يقصد به وسائل الاتصال والإعلام التي ظهرت قبل الانترنت، حيث تشمل وسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة، التلفزيون، الصحف المطبوعة، المجلات)، وتكون مملوكة إما للدولة أو ملكا للمؤسسات الإعلامية الخاصة أو الجمعيات أو الأفراد. وتختلف نظم الإعلام باختلاف الأنظمة الإعلامية من دولة إلى أخرى، الإمكانيات البشرية والتقنية، رقي المجتمع وتطوره في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، لذلك فإن الأسلوب الذي تعمل به وسائل الإعلام في أي بلد يعكس النظام السياسي والاجتماعي ونفوذ السلطة وطبيعة العلاقة التي تربط أفراد المجتمع بالمؤسسات الإعلامية.

2- الإعلام الجديد:

أطلق على هذا الشكل من الإعلام تسميات مختلفة منها: الإعلام الإلكتروني، الإعلام الرقمي، الإعلاموفردى، الإعلام الشبكي، إعلام النحن، الإعلام التفاعلي، الإعلام البديل وإعلام المواطن...

يعرف الإعلام الجديد على أنه: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الأنترنت، وتبادل المعلومات، وهي بيئة تتيح للأفراد والجماعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم الآخر.

➤ الفرق بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد:

هناك عدة فروق نذكر من بينها:

- إعلام رأسي وإعلام أفقي المراسل الصحفي والصحفي المواطن المركزي واللامركزية الإعلامية الحرة الواسعة مقابل حرية مقيدة عالمية الرسالة بالنسبة للإعلام الجديد قابلية التحدي بالتفاعلية

بعض المراجع للاطلاع:

● زهير إحدادن، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال ط2 . ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.

● فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال . ط5، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.

● رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية . دار جدارا للكتاب العالمي للنشر، الأردن، 2008.

● فضيل دليو، الأنظمة الإعلامية في العالم: من نظريات الصحافة إلى ما بعد النماذج الإعلامية . مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 24، 24 ديسمبر، 2017، ص. 119.106.

● نجاة لحضيري، الإعلام والسلطة في الجزائر: واقع حرية الصحافة بعد التعددية أكتوبر 1988 / جانفي 2012 إنسانيات، المجلة الجزائرية في الانثروبولوجيا والعلوم

الاجتماعية، العدد 14، 14 سبتمبر، 2021، ص. 63-70.

● بوبكر بوعزيز، محاضرات في مقياس مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة 2018/2017

● Daniel BOUGNARE, **Introduction aux sciences de la communication**, CASBAH, Alger, 1999.

● SIEBERT, PETERSON, SCHRAMM, **Four Theories of the Press**. University of Illinois Press, Urbana, 1956.