وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة سعيدة د. مولاي طاهر

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

(مطبوعة بيداغوجية للترقية لرتبة استاذ التعليم العالي)

دروس مادة

نظريـات الإعلام والاتصـال

(موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس تخصص اتصال LMD)

السداسي الخامس

اعداد وتقديم

د.عبو فوزية

استاذة محاضر قسم أ

تخصص اتصال

قسم العلوم الانسانية جامعة سعيدة د.مولاي طاهر

السنة الجامعية 2024-2025.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة سعيدة- د مولاي الطاهر

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

المجلس العلمي للكلية

مستخرج اجتماع المجلس العلمي للكلية

بناء على محضر اجتماع المجلس العلمي رقم **18** المنعقد بتاريخ السابع عشر من شهر مارس سنة ألفين وخمسة وعشرون بمقر كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية و المتعلق بالسندات البيداغوجية,فقد قدم(ة) الأستاذ(ة) "**عبو فوزية**" سندا بيداغوجيا بعنوان " **نظريات الإعلام و الاتصال** " موجه لطلبة السنة الثالثة اتصال السداسي الخامس.

فقد حدد المجلس العلمي الخبراء الآتية أسماؤهم:

ا.د- بلمداني سعد — جامعة الاغواط

ا.د- صفاح أمال فاطمة الزهراء — جامعة مستغانم

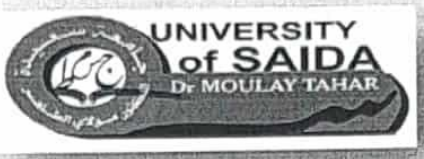
و بناء على التقارير الايجابية التي تضمنتها الخبرة فان المجلس العلمي يعتمد السند المذكور أعلاه و يصادق عليه.

رئيس المجلس العلمي للكلية

رئيس مجلس العلمي
لكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
ورئيس المجلس العلمي

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة سعيدة د. مولاي طاهر
كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

جامعة سعيدة د.مولاي طاهر
المجلس العلمي
كلية العلوم الا...



قسم العلوم الانسانية
السنة الثالثة اتصال

(مطبوعة بيداغوجية للترقية لرتبة استاذ التعليم العالي)

دروس مادة

نظريات الإعلام والاتصال

(موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس تخصص اتصال LMD)

السداسي الخامس

اعداد وتقديم
د.عبو فوزية
استاذة محاضر قسم أ
تخصص اتصال
قسم العلوم الانسانية
جامعة سعيدة د.مولاي طاهر

السنة الجامعية 2024-2025.

الميدان

العلوم الانسانية

الشعبة

شعبة الاتصال

التخصص والمستوى

علوم انسانية – تخصص اتصال

تقديم المادة التعليمية

اسم المادة : نظريات الاعلام والاتصال 1

وحدة التعليم: أساسية

السداسي :5

طبيعة المادة: سداسي– السداسي الخامس–

الحجم الساعي الاسبوعي: 15 د.02سا

الحجم الساعي للدروس: 02.15سا

الحجم الساعي للتطبيقات :1.30 دقيقة

الرصيد :05

المعامل :03

استاذة المادة

د. عبو فوزية

الرتبة :استاذة محاضر قسم أ

البريد الالكتروني المهني : Fouzia.abbou@univ-saida.dz

البريد الالكتروني الشخصي: Dr.fouzia.abbou@gmail.com

رقم الهاتف : +213772050502

اهداف المقياس

يسمح للطالب بمعرفة المفاهيم الأساسية المتعلقة: ب

1) . تزويد الطالب بمختلف التقسيمات الخاصة بنظريات الاتصال، من نشأتها إلى الوقت ال ا رهن،
2) وهو ايظا عمل يهدف إلى المساهمة في التكوين النظري للطالب في علوم الإعلام والاتصال .وتعليمه التفكير.
3) التنظير في الاتصال وتطوير المعارف الخاصة بنظريات الاتصال وبناء ثقل نظري حول النظريات.

القدرات المكتسبة

4) -إكساب الطالب مهارات تمكنه من فهم العملية الاتصالية
5) –المساهمة في تطوير و تحسين أداء مختلف المؤسسات
6) –اعداد وتكوين إطارات مؤهلة علميا لتطوير المؤسسات الجزائرية من خلال عامل الاتصال

7) –تشجيع الطلبة على البحث العلمي والمشاركة في تطوير المؤسسة من خلال عمليات التكوين والتدريب.

8) –السعي لإكساب الطالب المعرفة العلمية المتخصصة وتطوير قدراته وتنمية مهاراته في التعامل مع الواقع

9) الاقتصادي الجديد الدي يتسم بالمنافسة.

المجلس العلمي

المراجع الاساسية الواجب الاعتماد عليها

1) دليو فضيل: **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال**، ط1، دار الثقافة ،عمان، 2010.

2) ديفلير ملفين وبول ساندرا – روكيش (مترجم)،ج2 : **"نظريات وسائل الإعلام"** الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة 1993.

3) عبدة عزيزة:**" الإعلام السياسي والرأي العام (دراسة في ترتيب الأولويات)"**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

4) عبد الحميد محمد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، عالم الكتب، القاهرة، 2004.

5) جمال بن زروق :نظريات الإعلام والاتصال.مقاربة تاريخية ونقدية، الجزائر2015.

6) Armand et Michèle Mattelart, *Histoire des théories de la communication*, coll. "Repères", La

7) Découverte, 2004

8) watzalawick Paul : une logique de la communication Editions du Seuil 1980

9) Yves Winkin et autres: La nouvelle communication. Editions points 2000.

10) Attalah Paul : Théories de la communication. Publications universités du Québec. 1991.

محتوى مفردات المادة وفق برنامج الوزارة

نموذج مطابق لعرض تكوين–ل .م . د– ليسانس أكاديمية

– تخصص اتصال

اسم الوحدة: وحدة التعليم أساسية

اسم المادة: نظريات الإعلام و الاتصال1

السداسي : 5 –الخامس–

الرصيد:5

المعامل:3

أهداف التعليم: يهدف لتزويد الطالب بمختلف التقسيمات الخاصة بنظريات الاتصال، من نشأتها إلى وقتها الراهن، وهو عمل يهدف إلى المساهمة في التكوين النظري للطالب في علوم الإعلام والاتصال، وتعليمه التفكير حول التنظير في الاتصال وتطوير المعارف الخاصة بنظريات الاتصال وبناء ثقل نظري حول النظريات .

المعارف المسبقة المطلوبة: معارف أولية عامة حول علوم الإعلام والاتصال (مجالات دراستها وتخصصاتها)

محتوى المادة:

1. مفاهيم أولية: مفهوم النظرية (المنظور، المدخل، المقاربة، المدرسة ..) ومفهوم النظرية الاتصالية.
2. التطور التاريخي لنظريات الاتصال: استعراض تصنيفاتها و مقاربتها، أو أهم تقاليدها النظرية)
3. استعراض مفصل للنظريات: نظريات التأثير القوي والمباشر، التأثير الانتقائي، نظريات التأثير المحدود، نظريات التأثير على المدى البعيد.

التقييم : 50 % أعمال موجهة و 50 % الامتحان.

قائمة المحتويات (الفهرس)

رقم الدرس	الموضوع	الصفحة
وصف المادة	وصف المقرر	02
قائمة المحتويات	الفهرس	06
الدرس الاول	مدخل مفاهيمي حول الإعلام و الاتصال	07
الدرس الثاني	عناصر العملية الاتصالية وأنواع الاتصال	13
الدرس الثالث	نماذج الاتصال	24
الدرس الرابع	مفاهيم ومصطلحات متعلقة بالنظريات الاتصالية	30
الدرس الخامس	مفهوم المدرسة والنظرية الاتصالية	34
الدرس السادس	التطور التاريخي لنظريات الاعلام والاتصال	37
الدرس السابع	نظريات الاعلام والاتصال-- نظرية التأثير المباشر-	42
الدرس الثامن	نظرية التأثير الانتقائي	50
الدرس التاسع	نظرية الاشباعات	54
الدرس العاشر	نموذج العلاقات الاجتماعية	61
الدرس الحادي عشر	نظرية التأثير المعتدل	70
الدرس الثاني عشر	نظرية التأثير على المدى البعيد	87
الدرس الثالث عشر	نظرية الحتمية القيمية	100
الدرس الرابع عشر	نظرية دوامة الصمت	106
الدرس الخامس عشر	نظريات القائم بالاتصال	112
البيبليوغرافيا	قائمة المصادر و المراجع	121

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة
كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية
قسم العلوم الانسانية
السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس الاول- 1-)

مدخل مفاهيمي حول الإعلام و الاتصال

1. ماهية الاتصال :

للإحاطة بمفهوم الاتصال وجب تناول المفهوم اللغوي والاصطلاحي لكلمة اتصال .

الاتصال لغة: اشتقت كلمة الاتصال في اللغة العربية من الفعل (وَصَلَ) وقد ذكر في معجم لسان العرب **لابن منظور** عن فعل الاتصال في مادة (وصل): وصلت الشيء وصلا وصلة والوصل ضد الهجران.[1]كما يشير مختار الصحاح إلى تعبير وصل إليه وصولاً، أي لغة.[2]والمعنى اللغوي هنا يشير إلى العلاقة القوية المتبادلة بين بني البشر.

أما في اللغة اللاتينية يرجع أصل كلمة اتصال **communication** إلى الكلمة اللاتينية **communis** ومعناها **commun**، أي أن الاتصال يرمي إلى خلق جو من الألفة أو الاتفاق **commonness** بين القائم بالاتصال والشخص الذي يتصل به.[3]

عادة ما تكون العلاقة بين القائم بالاتصال والمرسل إليه عبارة عن تبادل الأفكار والآراء والاتجاهات وذلك لتقريب المسافة أكثر بين الطرفين والإحساس بالانتماء إلى الجماعة اجتماعيا وثقافيا ودينيا وحتى سياسيا.

---

[1] جمال الدين ابن منظور: «**لسان العرب**"، المجلد الحادي عشر، دار بيروت للطباعة والنشر، بيروت، 1956، ص ص.726-731.

[2] محمد عبد القادر الرازي :"**مختار الصحاح** " ،دار النهضة ،القاهرة،1987،ص725.

[3] Wilbur Schramm, (ed), The process and Effects of mass communication, University of Illinois press), 1961, pp 3_6.:(Urbana

هناك من يرى أن اصطلاح الاتصال **Communication** مشتق من الأصل اللاتيني للفعل **Communnicare** بمعنى يذيع أو يشيع عن طريق المشاركة.[1] وجاء في قاموس أكسفورد "**Oxford**" الاتصال بأنه: "نقل أو توصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات بالكلام أو بالكتابة أو بالإشارة".[2]

وبهذا يكون الاتصال هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الانتشار لفكرة أو موضوع أو قضية بواسطة انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات،من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين.[3]

المفهوم الاصطلاحي لكلمة اتصال :

ينظر **(Denis Mcquail) دنيس ماكويل** إلى فعل الاتصال بأنه يشير إلى وقوع حدث "Action" وهو إرسال رسائل عن أشياء معينة إلى شخص ما يكون هو المستقبل.[4]

---

[1] إبراهيم إمام :"**الإعلام والاتصال بالجماهير** "،ط 2، مكتبة الأنجو المصرية، القاهرة ، 1975 ،ص24.

[2]Wilbur Schramm and Donald,F ,Roberts ,**The Process and Effects of mass**

University of Illinois press),1978,p12.:edition, (Urbana **Communication** ,Revise

[3]سمير محمد حسين:"**الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام** "، عالم الكتب، القاهرة، 1984، ص20.

[4]Denis Mcquail, **Communication Aspects of Modern Society**,2nd ,Edition

longman,1982)p 2.:(London ,New York

:

كما يعرف بأنه استعمال الكلمات أو الخطابات أو أي وسيلة مشابهة للمشاركة في معلومات حول موضوع أو حدث.[1] ويرى **كارل هوفلاند** أن الاتصال هو العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد (القائم بالاتصال) منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبل الرسالة) .[2]أما **روبرت وينر** فهو ينظر إلى الاتصال كونه شكل يتضمن التفاعل بين الآلات أيضا ،وأنه يتضمن كل الإجراءات التي يمكن بمقتضاها أن يؤثر عقل بشري على عقل بشري أخر أو جهاز على جهاز أخر.[3]

ويمكن تعريفه على أنه عملية إنسانية تهدف إلى التفاعل بين طرف وطرف أخر من خلال رسالة معينة تحمل فكرة أو خبرة أو أي مضمون اتصالي عبر قنوات اتصالية ينبغي أن تتناسب مع مضمون الاتصال.

2.الإعلام:

لغة: الإعلام تعني مصدر إعلاما أي إبلاغا، اخبره إخبارا أي إيصال أمي معين من المتكلم إلى المستقبل المقصود بالرسالة كطرف أخر، وقد وردت هذه الأخيرة في لسان العرب بمعنى التبليغ والإبلاغ، أي الإيصال، ويقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب.[4]

---

[1] محمود علم الدين ومحمود تيمور عبد الحسيب:"**أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق و الإعلام** " ،د ن ،القاهرة،2003،ص8.

[2]محمود حسن إسماعيل:"**الاتصال ونماذجه**"، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص57.

[3] محمود حسن إسماعيل، نفس المرجع السابق، ص60.

4 محمدي خيرة، بشريف وهيبة: **دور الإعلام الأمني في نشر التوعية الأمنية لدى الشباب**، مجلة الرواق، دار التل للطباعة، 2017، ص97.

أما اصطلاحا فهو نشر الخبر لكافة أفراد المجتمع، فقد عرفه **فرنان تيرو** انه نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ وأصوات وصور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي بفمهما الجمهور.[1]

وجاء في تعريف أخر هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة.[2]

حيث تعددت التعريفات فيه واختلفت في المضمون وفي الشمول، وذلك باختلاف التصورات وتباين الأفكار وتضاد الأهداف التي أنيطت بهذا العلم ووسائله المعاصرة الحديثة ومن هذه التعريفات الكثيرة تعريف الألماني توجروت حيث عرفه بأنه:"التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، أي أن الإعلام لابد أن يكون صادقا مجردا من الميول والأهواء غير متحيز،قائما على أساس التجربة الصادقة متمشيا مع الجمهور الذي يوجه إليه .[3]

ويمكن أن نستخلص مما سبق أن الإعلام هو ظاهرة تكنولوجية تزامن ظهوره مع التطور التكنولوجي الذي حصل في مجال الاتصال، هذا الأخير الذي يعد الإعلام جزءا منه.

الفرق بين الإعلام والاتصال:

نلاحظ من التعريفات السابقة أن هناك خلطا بين مفهومي الاتصال والإعلام، حتى أن البعض يعتبرهما مصطلحان مترادفان، والصحيح أن كل واحد من المصطلحين يغاير

---

1 عدلي عبد العاطف: **الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية**،دار الفكر العربي، القاهرة، 1993،ص 15.

2زهير إحدادن: **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال**،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 1991،ص 13.

3 عبد اللطيف حمزة: **الإعلام له تاريخه ومذاهبه**، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965، ص 67.

الأخر وان اتفقنا في أمور كثيرة، فمفهوم الاتصال اشمل وأوسع من مفهوم الإعلام، لأنه يتعدى مجال تدفق المعلومات في اتجاه واحد إلى الاتجاهين مع بعض في شكل اخذ ورد، ففي الاتصال تبادل للأفكار والمعلومات والمعاني بين الطرفين أو أكثر وفق منظومة من الكلمات والصور والرسومات والرموز والإشارات من خلال قنوات متعددة، بينما الإعلام عبارة عن عملية النقل الموضوعي للمعلومات من المرسل إلى المستقبل قصد التأثير الواعي على عقل الفرد من اجل تكوين رأي عام، وعليه فالإعلام جزء من الاتصال يقع في دائرته كشكل من أشكال الاتصال، وهو يتطور ويتوسع كلما تطورت البني التحتية للاتصال في المجتمع.[1]

1 عبد الرزاق الدليمي:**الإعلام الإسلامي**، دار مكتبة الرائد العلمية، الأردن، 2003،ص 23.

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس الثاني- 2-)

عناصر العملية الاتصالية وأنواع الاتصال

تتكون عملية الاتصال من أربعة عناصر لا تتم عملية الاتصال إلا بها وهي: (المرسل، والرسالة والوسيلة، والمستقبل)، و يضاف إلى تلك العناصر الأربعة عنصراُ آخر مهم هو (التغذية الراجعة)،[1]وفيما يلي نتناول كل عنصر من تلك العناصر:

1.المرسل: وهو مصدر الرسالة أو النقطة التي تبدأ عندها عملية الاتصال.

2. الرسالة: وهي الموضوع أو المحتوى(المعاني أو الأفكار)الذي يريد المرسل أن ينقله إلى المستقبل ، ويتم عادة التعبير عنها بالرموز اللغوية أو اللفظية أو غير اللفظية أو بهما معاً.

3. **الوسيلة:** هي الطريقة أو القناة التي تنتقل بها الرسالة من المرسل إلى المستقبل.

4.**المستقبل:** وهو الجهة أو الشخص الذي توجه له الرسالة ويستقبلها من خلال أحد أو كل حواسه المختلفة(السمع والبصر والشم والذوق واللمس) ثم يقوم بتفسير رموز ويحاول إدراك معانيها .

5. **التغذية العكسية (أو الاستجابة)** وهي إعادة إرسال الرسالة من المستقبل إلى المرسل واستلامه لها وتأكده من أنه تم فهمها، والمرسل في هذه الحالة يلاحظ الموافقة.

–أو عدم الموافقة على مضمون الرسالة كما أن سرعة حدوث التغذية العكسية" تختلف باختلاف الموقف فمثلاً في المحادثة الشخصية يتم استنتاج ردود الفعل في نفس اللحظة بينما ردود الفعل لحملة إعلانية ربما لا تحدث إلا بعد فترة طويلة، وعملية قياس ردود الفعل مهمة في عملية الاتصال حيث يتبين فيما إذا كانت عملية الاتصال ناجحة في جميع مراحلها أم لا، كما أن ردود الفعل تبين التغيير بعملية الاتصال سواء على مستوى الفرد أو الجماعة.

---

[1] حسين حمدي الطوبجي: **وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم**، دار القلم، الطبعة 09 ، الكويت 1405 هـ، ص28 .

أنواع الاتصال:

أنواع الاتصال من حيث الوسائل المستخدمة: يقسم الباحثون الاتصال من حيث الوسائل المستخدمة إلى:

1. **الاتصال اللفظي:** الذي يستخدم فيه اللفظ كوسيلة تمكن المرسل من نقل رسالته إلى المستقبل سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة كالمذكرات والخطابات والتقارير والكتب والمحادثات التلفونية والمناقشات والمناظرة والندوة والمؤتمر ...الخ

2. **الاتصال غير اللفظي:** هو عبارة عن تعبيرات منظمة تشير إلى مجموعة معاني يستخدمها الإنسان أو قد يقصدها في احتكاكه بالآخرين ومن أنواعه: لغة الصمت، والتعبيرات الحسية، والفيسيولوجية، كاصفرار الوجه أو تصبب العرق،والتعبيرات الحركية واللغة الرمزية كرواية النكات التي تعتبر كصمامات أمان لتنفيس التوتر،لغة المظهر العام والإشارات كالإيماءات الرأس التي تعني في بعض الحضارات الموافقة والبعض الأخر الرفض، واللمس..

أنواع الاتصال من حيث درجة رسميته: يقسم العلماء الاتصال من حيث درجة رسميته إلى نوعين هما: [1]

1. **الاتصال الرسمي:** يعرف معجم مصطلحات الإعلام الاتصال الرسمي بأنه الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة بالطرق الرسمية المتفق عليها في نظمها وتقاليدها، ويعتمد

---

[1] عاطف عدلي العبد: **مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس العلمية والتطبيقات العربية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص 39.

على الخطابات أو المذكرات أو التقارير حيث يوجد في كل منظمة إنسانية ما يعرف بشبكة الاتصالات الرسمية بأنواعها المختلفة والتي يتم تحديثها عند وضع الهيكل التنظيمي لتوضيح كيفية الربط بين الوحدات الإدارية المختلفة والتي يتضمنها الهيكل .

2. **الاتصال غير الرسمي:** الاتصال غير الرسمي هو الاتصال الذي يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية بين العامل بتبادل المعلومات من خارج منافذ الاتصال الرسمية أو تعبير عن حظوظ تحددها وتدعمها السلطة الرسمية خلال السلم الهرمي المتدرج للتنظيم مثل اللقاءات غير الرسمية في أية مناسبة من المناسبات التي تسمح بنقل المعلومات بين الأشخاص مثلا حينما يتقابل زميل في جهة مع زميل في جهة أخرى في حفل ويتبادلان وجهات النظر في موضوع يهمهما.

أنواع الاتصال من حيث اتجاهه: يقسمه العلماء إلى ثلاثة أنواع:

1. **الاتصال الهابط:** المقصود بالاتصال الهابط من أعلي إلى أسفل وهو الذي يتم بين الإدارة العليا وأعضاء الإدارة الوسطى وبين هؤلاء ورجال الإدارة المباشرة أو المشرفين وبين الآخرين والعاملين في مستوى التنفيذ فيتم الاتصال متفق مع خط السلطة ويأخذ هذا الاتصال شكل تعليمات وأوامر وتوجيهات وقرارات وسياسات تصدرها الهيئة الإدارية بغرض تنظيم وتوجيه الأعمال بالمشروع.[1]

ويتكون الاتصال الهابط بمجموعة من العناصر التي ترتبط بالتعليمات الوظيفية والإعلامية منها: تعليمات الوظيفية، التبرير، المذهب، المعلومات والرد.

---

[1]عاطف عدلي العبد: **مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس العلمية والتطبيقات العربية**،نفس المرجع السابق، ص 40.

2. **الاتصال الصاعد:** المقصود بالاتصال الصاعد الاتصال الذي تبدأ فيه عملية التفاعل من المرؤوسين لتتجه إلى المستويات الإدارية العليا كأن يقدم المرؤوسون اقتراحات أو بيانات أو شكاوى لرئيسهم مما يشير إلى انه عكس النوع السابق .

3. **الاتصال الصاعد الهابط:** الاتصال الصاعد الهابط هو الاتصال الذي يسير فيه التفاعل في اتجاهين وفيه لا يضع الرؤساء خطة أو يتخذون قرارا أو يحددون برنامجا لمن يشرفون عليهم قبل أن يعرفوا رأيهم ويجمعوا البيانات اللازمة منهم ثم مناقشتهم فيها بهم العمل.

أنواع الاتصال من حيث درجة تأثيره: يقسم العلماء الاتصال من حيث درجة التأثير إلى الاتصال الجماهيري والاتصال المباشر، ويهمنا هذا التقسيم ونقف أمامه بشئ من التفصيل.

1. **التعريف بالاتصال الجماهير:** يتمثل الاختلاف الرئيسي بين عملية الاتصال الجماهيري وعملية الاتصال بين فردين في أن الاتصال الجماهير أكثر تعقيدا فالمنظمة آو المؤسسة الكبيرة التي تدخل في سلسلة الاتصال مثل الجريدة أو محطة الإذاعة تتميز بان لها مشاكل اتصال خاصة بها لان لها اتصالا داخليا خاص ولأنها في حاجة إلى أن تحاط بما يحدث وفي حاجة إلى اتخاذ قرارات وتنفيذ سياسات [1]كما أن عليها أن تقوم بعملية تنشئة أو تطبيع للأفراد الجدد حتى يعرفوا أدوارهم والأنماط التي سيسرون على مداها.

ومؤسسة الاتصال تعمل مقل الفرد القائم بالاتصال:

---

[1]عاطف عدلي العبد: **نفس المرجع السابق، ص 41.**

فهي تقوم بعملية فك الكود والتفسير ووضع الفكر في كود مثال تأتي الأنباء من وكالات الأنباء والمراسلين

-يتم فك كود هذه الأنباء.

-تقييم هذه الأنباء ويتحرى عنها ويضاف إليها أو تختصر حسب الحاجة.

-تحرر هذه الأنباء في شكل موضوعات يكتب لها عناوين.

-توضع هذه الأنباء في أماكن بالصحف (الإخراج الصحفي)

-تطبع.

-توزع.

فالخلاصة يحدث نفس الشيء الذي يقوم بالاتصال ولكن في المؤسسة الإعلامية تتم العملية بواسطة مجموعة من الأفراد وليس بواسطة فرد واحد، فالمؤسسة تستخدم: مراسلين محررين ومراجعين ومترجمين ومخرجين يعملون كوحدة اتصال تفك كود الرسائل وتفسرها وتضعها في كود بشكل يجعل للعملية كلها طابعا فرديا.

-وتعمل هذه المؤسسة حول آلة تعطي نسخا متطابقة في نفس الوقت من نفس المضمون وترسلها إلى أعداد كبيرة من الناس.

-ولذلك يمكن أساسا الاختلاف بين الاتصال الجماهيري والاتصال المباشر في رجع الصدى حيث يكون رجع الصدى في الاتصال المباشر كبيرا بينما يكون في الاتصال الجماهيري بسيطا.[1]

---

[1]عاطف عدلي العبد: **نفس المرجع السابق، ص 42.**

مثال: قد يهز المتلقي في الاتصال الشخصي رأسه أو يبتسم أو يكشر ثم قد يصوغ أفكاره في رموز ويرد مباشرة.

بينما من النادر أن يتحدث أو يرد على جهاز التلفزيون أو جهاز الراديو أو يكتب خطابا إلى الصحيفة، ويمكن من معرفة رجع الصدى من خلال البحوث الميدانية التي تجري على المستمعين أو المشاهدين أو القراء ويحل محل رجع الصدى الذي يجعل الاتصال بين الأفراد أسهل في أعداده والسيطرة عليه.

خصائص وسمات الاتصال الجماهيري:[1]

- أن الجمهور المتلقي لرسائل الاتصال الجماهيري يتسم بضخامة حجمه ومن ثم تجانس أفراده في القدرات والمعارف والأعمار واختلاف ميولهم وأذواقهم.
- أن المرسل لا يرى هذا الجمهور مباشرة ولا يسمع منه إلا القليل عن طريق بحوث ميدانية أو تحليلية.
- أن رجع الصدى قليل نسبيا في الاتصال الجماهيري مقارنة بالاتصال المباشر.
- يغلب على الاتصال الجماهيري لكونه، آحادي الاتجاه، سريان المعلومات في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي.
- تتصف الرسائل المرسلة في الاتصال الجماهيري بأنها عامة وعلنية تصل إلى جميع الناس الذين يرغبون بالتعرض لها في وقت واحد.

---

[1] عاطف عدلي العبد: نفس المرجع، ص ص 44، 45.

- تتصف الرسائل المرسلة في الاتصال الجماهيري بأنها عابرة لا تلبث أن تزول، مثل الرسائل المرسلة عبر التلفزيون والراديو–إلا المطبوعة منها أو المسجل على شريط تسجيل كاسيت أو فيديو كاسيت.

- تتيح وسائل الاتصال الجماهيرية، بما يتوافر لها من تكنولوجيا متقدمة، المجال لنشر الرسائل وبثها بسرعة كبيرة وبأعداد كبيرة.

- يكون منشأ هذه الرسائل في الأغلب مؤسسات كبيرة كمؤسسة الإذاعة والتلفزيون، لها ميزانيتها وقوانينها وتخضع لسياسات عامة تحددها القوانين الموضوعة.

- أن الاتصال الجماهيري عملية منظمة مدروسة غير عشوائية و معدة سلفا يقدم عليها عدد كبير من المتخصصين والمختصين وتتطلب مخصصات مالية ضخمة، وتستخدم آلات اتصال معقدة.

- يوجد اكبر تركيز لوسائل الاتصال الجماهيري في الدول الصناعية المتقدمة.

2. **الاتصال المباشر:**[1] يتضمن الاتصال المباشر الاتصال الشخصي والاتصال الجمعي ويطلق بعض الخبراء على نمط الاتصال المباشر والتأثير الشخصي مصطلح التأثير عن طريق كلمة الفم.

يعرف ميرتون الاتصال الشخصي بأنه اتصال يتضمن مواجهة مباشرة بين القائم بالاتصال والمستقبل تؤدي إلى التغيير في سلوك المستقبل واتجاهاته.

---

[1] عاطف عدلي العبد: نفس المرجع، ص ص46، 48.

ويعرفه محمود عوده: بان عملية تبادل المعلومات والأفكار والأخبار التي تتم بين الأشخاص دون وجود قنوات أو عوامل بسيطة.

خصائص الاتصال المباشر:

يتميز الاتصال الشخصي بعدة ميزات أهمها المرونة والتلقائية على النحو الأتي:

المرونة: يتميز الاتصال الشخصي بدرجة عالية من المرونة ويزداد ذلك حينما يواجه مقاومة من المستقبل لتوفر رجع الصدى بدرجة كبيرة مما قد يدفع الأفراد إلى محاولة تجريب الأفكار المستحدثة بعد اقتناعهم بها وممارستها، وخاصة مع إمكانية تصديق المصادر الشخصية لأنها معروفة.

التلقائية: يتم الاتصال المباشر بشكل عفوي غير مقصود من خلال شبكة العلاقات الشخصية غير الرسمية مما جعل شرام يرى أن عملية الاتصال الشخصي تسري بين مختلف الطبقات دون التقيد بقواعد وإجراءات مسبقة وإنما يقوم على الإجماع الحر التلقائي من جانب أولئك الذين يتصلون بالشخص على انه يعرف ما يتحدث عنه.

وتأسيسا على ذلك فان الكلمة المنطوقة كما يرى "اثيل دي سولابول" أكثر فاعلية وتصديقا في المجتمعات النامية من الكلمة المطبوعة ولذلك يثق الناس في الاتصال الشخصي أكثر من الاتصال الجماهيري، ولكننا لا نقلل من أهمية الاتصال الجماهيري وإنما نعني كما يرى ولبرشرام أن الوسائل التقليدية كالسوق والمقهى والجماعات المحلية تلعب دورا هاما في تعميق تأثير وسائل الاتصال الجماهيري لان الاتصال الشخصي يتميز على الاتصال الجماهيري ببعض المزايا السيكولوجية لأنه يتم بشكل عفوي غير مقصود وأكثر مرونة ويتميز بان رجع الصدى فيه كبير، كما يساعد على نشر الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام على نطاق أوسع من جمهورها في الدول النامية لان تغطية هذه الوسائل محدودة من ناحية، ولم تتعلم نسب كبيرة من الجماهير الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة حتى إذا ما توافرت لهم من ناحية أخرى.

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس الثالث- 3-)

نماذج الاتصال

نماذج الاتصال:[1]

لقد قسم باحثو الاتصال العملية الاتصالية إلى أقسام صغيرة أو عناصر أو متغيرات (مرسل، رسالة، مستقبل، استجابة) وتأثير ذلك لتسهيل تحليل عملية الاتصال ثم وضعوا هذه العناصر في نماذج اتصال متنوع والنماذج تقوم بدور تنظيمي من خلال ترتيب وربط العناصر مع بعضها وتبيان العلاقة بينها، أي أن نماذج الاتصال تصور العناصر الرئيسية للعملية الاتصالية .

ويعد **نموذج أرسطو** أقدم نموذج للاتصال حيث أن الاتصال عنده – أرسطو – نشاط شفوي يحاول فيه المتحدث أن يقنع غيره ويحقق هدفه مع مستمع عن طريق صياغة قوية ماهرة للحجج التي يعرفها ويتكون نموذج الاتصال عنده من: – المتحدث – القضية – الكلام – المستمع.

و يمكن عرض نماذج الاتصال بنموذجين رئيسيين:

أ.النموذج اللفظي :ويوضح لنا عناصر العملية الاتصالية من خلال الكلمات .

ب. النموذج التصويري : ويوضح بالرسم عناصر ومكونات النموذج ومن أقدم النماذج اللفظية وأشهرها نموذج لاسويل .

---

[1] طبيش الميلود: **محاضرات في مادة الاتصال في المؤسسة**، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، 2018/2017.

- **نموذج لاسويل:**

قدم **هارولد لاسويل** نموذجا عاما للاتصال تجاوز حدود اختصاصه ألا وهو العلوم السياسية فقال أن العملية الاتصالية يمكن توضيحها بالعبارات اليسيرة التالية :

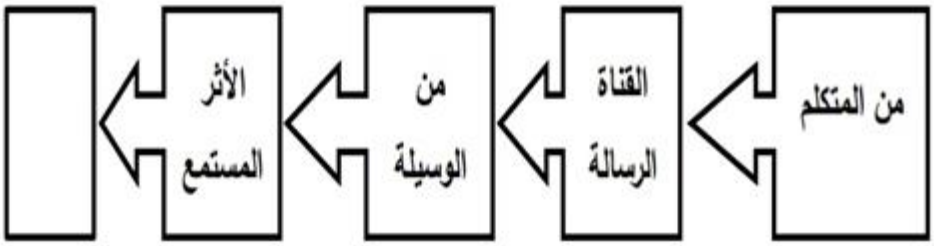
من يقول – بماذا، لمن، بأي وسيلة، بأي أثر ؟ و قد ركز على الرسالة اللفظية واهتم بعناصر الاتصال المتمثلة في المرسل، المرسل إليه، الرسالة الاتصالية واعتبر أن الاتصال يسير في اتجاه واحد يؤثر فيها الفرد عن طريق الرسالة التي يبثها .

نموذج شانون وويفر: وضع أسس هذا النموذج **شانون** الذي كان يعمل في مختبر شركة **بيل** الأمريكية للتلفونات ومساعده **ويفر** سنة **1949 و**يصف هذا النموذج عملية الاتصال بأنها خطية أي تسير في اتجاه واحد، ويذكر خمس مراحل لعملية الاتصال بالإضافة إلى عنصر التشويش الذي يعيقها وهي :

مصدر المعلومات، المرسل، القناة أو الوسيلة. المستقبل، الهدف، التشويش.

و تبدأ عملية الاتصال بمصدر يختار رسالة يتم وصفها في كود بواسطة جهاز إرسال يحول الرسالة إلى إرشادات ثم يقوم جهاز الاستقبال بفك كود الإشارات ويحولها إلى رسالة يستطيع المستقبل استقبالها والتعامل معها، والتغيرات التي تحدث للرسالة خلال انتقالها من المرسل إلى المستقبل تكون بسبب عملية التشويش وأيضا الانتروبي والذي يعني العشوائية في بناء الرسالة أو سوء التنظيم والحشو والزيادة وعلاقتهما بفهم الرسالة.

الشكل رقم : (04) يمثل نموذج هارولد لاسويل.

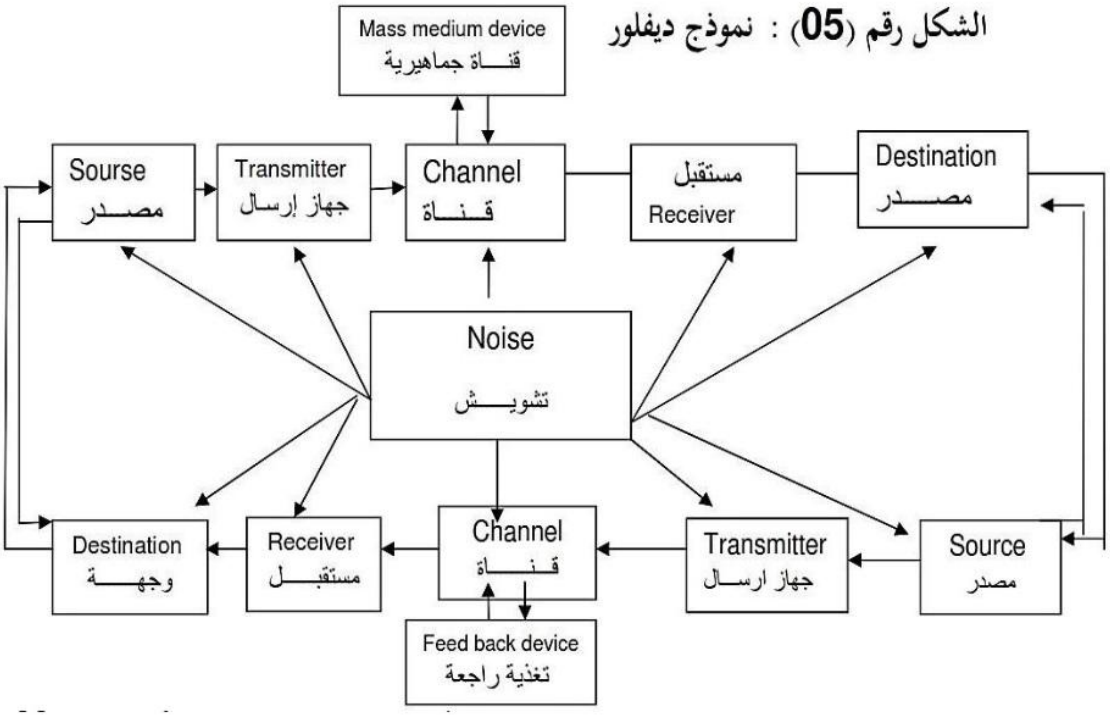


نموذج ديفلور:

هذا النموذج هو عبارة عن تطوير نموذج شانون قام به سنة 1966 ويناقش مدى التطابق بين الرسالة المنتجة Produced Message من قبل المصدر والرسالة الواصلة إلى المستقبل Received Message حيث لاحظ ديفلور بأنه أثناء عملية الاتصال يتحول المعنى Meaning الموجود في ذهن المرسل إلى رسالة اتصالية ومن ثمة يقوم جهاز الإرسال Transmitter بتحويل هذه الرسالة إلى معلومات تمر عبر قناة قد تكون جماهيرية مثلا لتصل إلى المستقبل فيقوم المستقبل بتحليلها كرسالة اتصالية ليحصل على المعنى المطلوب فإذا كان هناك تطابقا بين معنى الرسالة الصادرة عن المصدر ومعنى الرسالة الواصلة إلى المستقبل يكون الاتصال قد تم .

و قال **ديفلور**" بأن هذا التطابق نادرا ما يكون كاملا وقد أضاف عنصر التغذية الراجعة أو الاستجابة إلى نموذج شانون وركز على كيفية حصول المصدر على استجابة من المستقبل تساعده على تعديل رسالته الاتصالية للتأثير على المستقبل أو وجهة الرسالة الاتصالية.

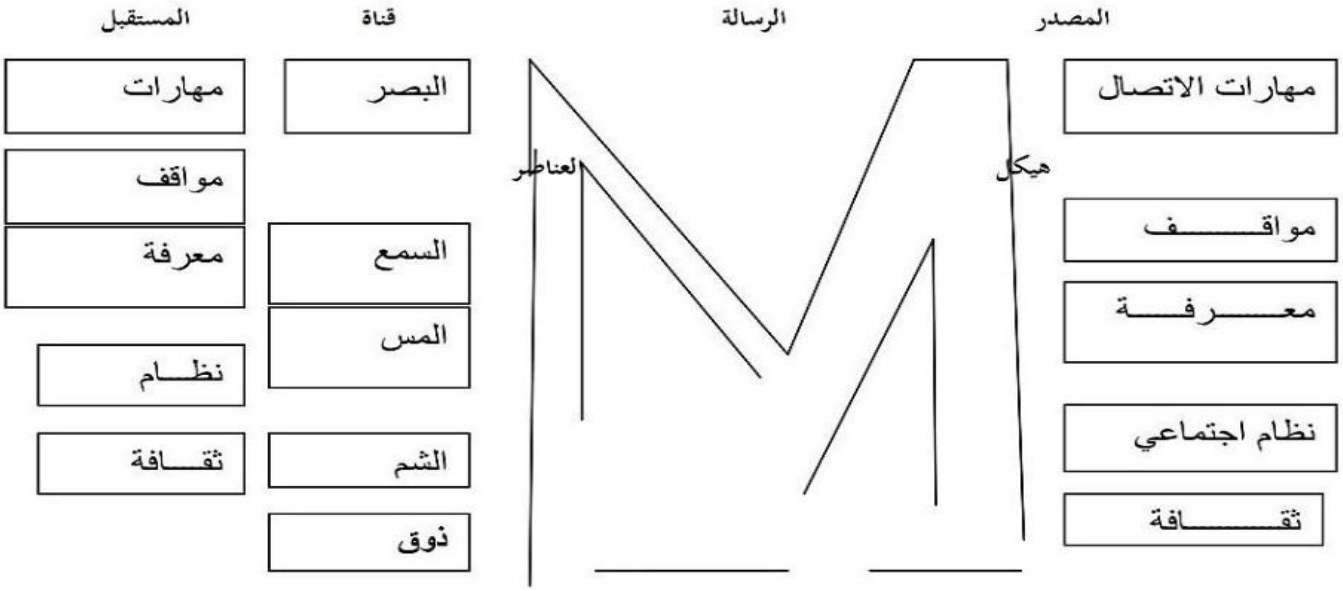
الشكل رقم (05) : نموذج ديفلور



نموذج بيرلو :

يتكون نموذج بيرلو من أربعة عناصر هي : المصدر، الرسالة، الوسيلة، المستقبل، وبالنظر إلى شكل هذا النموذج لا يكفي أن نعدد بداية الاتصال من المصدر لأن المعلومات التي لديه تعد نتيجة عوامل متعددة، منها مهارات الاتصال، المعرفة والميول، النظام الاجتماعي والثقافي الذي يعيش فيه المصدر، لذلك يعد الاتصال المرسل حصيلة لهذه المؤشرات وتفاعلها مع بعضها البعض.

الشكل رقم (06) : شكل يمثل نموذج بيرلو



جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس الرابع- 4-)

مفاهيم ومصطلحات متعلقة بالنظريات

2.1 **مفهوم النظرية:** هي كل شيء واهم شيء في العلم لان مداها ابعد من المعارف المجموعة أو المنقولة وهي ضرب من الاقتصاد الذهني يسهل جمع المعارف والاستغناء أحيانا عن بعضها.

كما تشير المصادر المتخصصة بالبحث العلمي والإعلامي معا بان مصطلح النظرية درج على ألسنة الناس بأنها البرج العاجي أو الشيء الحقيقي أو الشيء ذو القيمة العملية الحقيقية.[1]

وتعني النظرية في الدراسات الإنسانية التصورات أو الفروض التي توضح الظواهر الاجتماعية والإعلامية والتي تأثرت بالتجارب والأحداث والمذاهب الفكرية والبحوث العلمية التطبيقية.[2]

كما اعتبرها أنجرس موريس "أنها مجموعة من المصطلحات والتعريفات والافتراضات لها علاقة ببعضها البعض والتي تقترح رؤية منظمة للظاهرة ،وذلك بهدف عرضها والتنبؤ بمظاهرها.[3]

يعرّف مفهوم النظرية إبستيمولوجيا ب theorein الذي يعني حرفيا "يرى" ومن تم فنظرية تعني "vision" .والنظرية توجد في العلم كما في الفلسفة على حد سواء، وأحيانا تستخدم للدلالة على الشيء الأعلى فكريا أو المجرد "abstrait" .ويكاد ينعقد الإجماع بين عموم المدارس العلمية على تعريف النظرية بأنها ذلك النسق من المقولات المترابطة منطقيا، وشبكة من التعميمات الاستدلالية من خلالها يمكن اشتقاق

---

[1] بسام عبد الرحمن المشابقة: **نظريات الاتصال**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015،ص 142.

[2] عبد الرزاق الدليمي: **نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين**، ط1، دار اليازودي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 08.

[3] أنجرس موريس:**منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، تر:بوزيد صحراوي وآخرون،ط2، دار القصبة للنشر، الجزائر،2004، ص 54.

تفسيرات وتنبؤات لمعنى أنماط معينة من الأحداث المعروفة جيدا. أو هي مجموعة من الافتراضات المجردة والعلاقات المنطقية التي تحاول شرح وتفسير كيفية حدوث ظاهرة معينة.[1]

مفهوم المنظور:

إن المنظور هو عبارة عن المسلمات المركزية التي يمتلكها مجموعة من الباحثين حول العالم الذين يقومون بدراسته، إن هذه المسلمات قادرة على تقديم إجابات عن أسئلة الواجب طرحها من قبل أن تبدأ عملية التنظير .وهو يتكون من مجموعة من المسلمات التي من شأنها أن تركز اهتمام الباحث على نوع معين من الظواهر التي يلجأ إلى تفسيرها بواسطة المفاهيم والاقتراحات، والتي بدورها هي نتاج التأكيد على عالقات محددة فيما بين المصطلحات، إن أساس مصطلح المنظور ليس منهجيا بل يرتبط بالمضمون ثم إن المنظور لا يعني بأي حال من الأحوال النظرية المسيطرة[2] .

مفهوم المدخل: عرف قاموس" أكسفورد "المدخل بأنه التعامل مع موقف ما أو مشكلة ما بطريق ما حول موضوع ما.[3]

---

[1] رجاء وحيد دويدي: **البحث العلمي سياسته النظرية و ممارساته العلمية**، دار الفكر، دمشق، 2000، ص 21.

[2] الموسوعة الجزائرية للدراسات السياسية والإستراتيجية، **مفهوم المنظور في العلاقات الدولية**، أنظر الرابط

3politics.https//:www ، تاريخ الولوج 23/10/2024 على الساعة .11.49

3 Definition of approach in Oxford Dictionaries (British & World English) oxfordd

ictionaries.com/definition/english/approach

والمدخل هو فعل ما أو عدة وسائل للاقتراب أو للتعامل مع شخص أو شيء ما، بينما يعني المنهج في الجانب الآخر" الطريقة "أو" العملية"، التي ينفذ بمقتضاها عملاً ما، هذا هو الاختلاف الأساسي بين المدخل والمنهج.

تعريف المقاربة:تعرف المقاربة على أنها "طريقة ظنية للبحث، تهدف للإحاطة بموضوع ما فوق تصور معين والتحقق من المعرفة الناتجة دون الوصول إلى درجة الإدراك اليقيني، فهي ليست "جامعة مانعة "لا منهجيا ولا نظريا."

*من الناحية المنهجية: طرق إنتاج المعرفة والتحقق منها متعددة وليست موحدة.

*ومن الناحية النظرية : تصور الموضوع والإحاطة به جزئيا وليس كليا[1]

فمصطلح المقاربة Approach يؤمئ إلى اختيار أو بلورة مخطط أو إطار منهجي محدد لتناول موضوع ما. وهذا يعني أن المقاربة تشير إلى أن ثمة مخططات منهجية عديدة ممكنة لمعالجة الموضوع ومقاربته، وفي هذا تصوير لمهارة بحثية محورية، وهي القدرة على بلورة مخطط منهجي يلاءم الموضوع الذي أسعى لمقاربته.

[1] نعمان عباسي :**مقاربات علم الاجتماع بين التكامل والتعدد**، أطروحة دكتوراه، علم الاجتماع، قسنطينة، الجزائر، 2011/2010، ص39.

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس الخامس- 5-)

مفهوم المدرسة و النظرية الاتصالية

مفهوم المدرسة الاتصالية:

تعددت مفاهيم المدرسة الاتصالية، غير أنها اتفقت على أن المدرسة الاتصالية هي مجموع الباحثين والمنظرين الذين يشعرون بأنهم معنيون بالاتصال، والذين 1يشتركون في أربعة عناصر أساسية:[1]

1 تعريف مشترك للظاهرة: أن يتقاسم الباحثون ويشتركون في موضوع الدراسة، مثال أن الباحثين من المدرسة الاتصالية نفسها عليهم الاتفاق المشترك لمعنى الاتصال والذي هو تبادل بين طرف والمحيط.

2. تحديد مشترك للمشاكل التي يجب حلها: بمعنى الاتفاق على تحديد إشكالية موحدة، لكن هذا لا يعني الاتفاق على معالجة واحدة للإشكالية.

3 . تحديد مشترك للتقنيات والمناهج والاستراتيجيات الملائمة لحل هذه المشاكل.

4. مكان مؤسساتي مشترك، غالبا ما يكون المكان المؤسساتي للمدرسة معنوي، مثال :مدرسة فرانكفورت (معنوية)، مدرسة باو لادو كاليفورنيا (معنوية مادية .)

[1] رضوان بوجمعة، **محاضرة الظاهرة الاتصالية ومفهوم النظرية**، نظريات الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 16 أكتوبر ،2014 ص 04.

تعريف النظرية الاتصالية:

وتقول **الدكتورة مي العبد الله** أنه "لا توجد نظرية اتصالية خالصة متفق عليها وعلى كيفية عملها أو تأثيرها في الجمهور بين علماء الاتصال أو الباحثين في حقل الاتصال. إنما توجد عدد من النظريات التي تقدم تصورات عن كيفية عمل الاتصال والإعلام وتأثيره وهي في الوقت نفسه تساعد على توجيه البحث الاتصالي والإعلامي إلى مسارات مناسبة".

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس السادس- 6-)

التطور التاريخي لنظريات الاعلام والاتصال

المحور الثاني : التطور التاريخي لنظريات الإعلام والاتصال.

لقد ظهرت البحوث الأولى لعلوم الإعلام والاتصال بين الحربين العالميتين الأولى والثانية ويعتقد فليب بريتون philipe breton أن التيار الثالث الذي ساهم إلى جانب الريطوريقا "السيبرنيطيقا" في ظهور علوم الإعلام والاتصال المرتبط بالحرب العالمية الثانية هو تيار العلوم الإنسانية بدءا من مدرسة شيكاغو التي قدمت تعريفات للبراغماتية والتفاعلية الرمزية ممهدة بذلك لإعادة تعريف الاتصال بأنه مشاركة الخبرات وعملية خلق روابط بين أعضاء الجماعة الديمقراطية بدءا من المنهجية السلوكية وطرائق البحث الكمي.[1]

وقد ساعدت بحوث الاتصال التي ازدهرت منذ أوائل القرن الماضي في الولايات المتحدة والغرب عمومًا، والتي تمحورت حول هذه المدارس، على تطوير ميادين علم الاتصال وبلورة نظرياته، حيث أخذت هذه الأبحاث في بداياتها منحًى فلسفيًّا ووصفيًّا في محاولة لتكوين مفاهيم أساسية لهذا العلم الحديث، ثم تطورت الأبحاث إلى مراحل متقدمة ولجت الميدان بتطبيق أساليب جديدة قائمة على التجريب.

وتميزت بحوث الاتصال منذ انطلاقتها الأولى بالتوجه السيكولوجي والسيكولوجي الاجتماعي، ولازم هذا التوجه تاريخها الطبيعي والأحداث الكبرى التي شهدتها تلك المرحلة، وعجَّلت بإيجاد مناهج وتقنيات جديدة لفهم وتفسير دور وسائل الاتصال ومكانتها في المجتمع، وأسست لبروز اتجاه سمح بتجاوز قصور انطباعات المعرفة العلمية والأفكار التأملية والنمطية النظرية في تفسير الظاهرة الاتصالية. وفي بداية الخمسينات، بدأت هذه البحوث بتوجهها الأميركي تشق طريقها نحو أوروبا بمصطلحاتها: الجمهور (المتلقي)، والتأثيرات والوظائف التي كانت مؤشرًا للاهتمامات

---

[1] بوعمامة العربي: **النظريات السوسيولوجية والاتجاه القيمي في الإعلام**، الأسئلة النظرية والمعرفية،ط 1، منشورات ألفا للوثائق، 2020، ص 189.

الأميركية والتي انحصرت في دراسة محتويات وسائل الإعلام الجماهيرية من حيث الوظائف. ويُعد كل من بول لازارسفيلد (Paul Lazarsfeld)، وعالمي النفس، كيرت لوين (Kurt Lewin) وكارل هوفلاند (Carl Hovland)، وهارولد لازويل (Harold Lasswell) المؤسسين الأوائل لبحوث الاتصال الجماهيري. وقد أسهم هارولد لازويل في تزويد وسائل الاتصال بإطار مفاهيمي (الأسئلة الخمسة: من يقول؟ ماذا يقول؟ بأية وسيلة؟ ولمن يقول؟ وما التأثير الناجم عن ذلك؟) بعد أن ظلت لسنوات عديدة لا تتجاوز مجموعة من دراسات الحالة، حيث تم استخراج الفروع التالية: تحليل التحكم والرقابة، وتحليل المحتوى، وتحليل وسائل الإعلام أو الحوامل، ودراسة الجمهور، ودراسة التأثيرات. وقد جرى إعطاء أفضلية لبُعدين، هما: تحليل المحتوى ودراسة مسألة تأثيرات وسائل الاتصال[1]

قد مرَّت **بحوث الاتصال بعدد من المراحل منذ مطلع القرن العشرين وحتى ظهور وسائل الإعلام الجديدة**، هي:[2]

– **المرحلة الأولى:** بدأت مع ظهور اهتمام علماء الاجتماع بوسائل الاتصال منذ مطلع القرن العشرين، وكانت نظرية المجتمع الجماهيري أولى النظريات التي استندت إليها الدراسات الاتصالية التي ركزت على التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الاتصال في آراء واتجاهات الأفراد.

---

[1] أرمان وميشال ماتلار، **تاريخ نظريات الاتصال**، تر: نصر الدين لعياضي، الصادق رابح، ط 1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت،2005، ص ص 47،48.

[2] معتصم بابكر مصطفى: **بحوث الاتصال في العالم العربي وفاعليتها في إثراء المعرفة الإعلامية النظرية**، مركز الجزيرة للدراسات https://studies.aljazeera.net/ar/article/5456

تاريخ التصفح 2024/08/22 ساعة 20:30

- **المرحلة الثانية:** من العام 1940 وحتى بداية عام 1960 اعتمدت بحوث الاتصال على نظريات علم النفس الاجتماعي لمعرفة تأثير وفعالية وسائل الاتصال، وفي هذه المرحلة توصلت الدراسات إلى اكتشاف أهمية العوامل الاجتماعية وتأثيرها في جمهور وسائل الاتصال.

- **المرحلة الثالثة:** بدأت من العام 1960 وحتى ظهور ما بات يُعرف بالإعلام الجديد؛ حيث شهدت بحوث الإعلام والاتصال العديد من التغيرات فلم تعد تركز على آثار وسائل الاتصال قصيرة المدى، ولكن أصبح التركيز على موضوعات أكثر شمولية تتعلق بعلاقة المؤسسات الإعلامية مع غيرها من المؤسسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمع وكذلك علاقتها بالمجتمع ككل.

ومع اتساع انتشار الإنترنت وتغلغلها في جميع نواحي الحياة واجتياح العولمة الإعلامية، وتعميم أنظمة الاتصال الرقمية التي غيرت من طبيعة العلاقة بين المرسل والمتلقي وأضفت عنصر الوجود غير المادي واللامحدودية في الزمن والمكان للجمهور، شهدت دراسات وبحوث الإعلام والاتصال تطورًا أسماه البعض بالجيل الثالث، حيث ظهر مصطلح "إثنوغرافية الاتصال" من خلال كتابات الباحثيْن الأميركييْن، دال هايمز (Dall Hymes) وجون جومبيرز (John Gembers)، اللذين حاولا الاستفادة من التيارات التي كانت سائدة في مجال الأنثروبولوجيا واللسانيات والسيسيولوجيا في كتابهما "الاتجاهات في علم اللغة الاجتماعي: إثنوغرافيا الاتصال"، والذي خصصاه لعرض المقاربة الجديدة لبحوث الإثنوغرافيا. ويعرَّف المنهج الإثنوغرافي بأنه "عملية المراقبة أو الملاحظة المباشرة لسلوك مجموعة اجتماعية وإعداد وصف كتابي حولها". ومن هذا المنطلق فالإثنوغرافيا تعتمد على الوصف والملاحظة والمشاركة للإجابة عن الأسئلة المتعلقة بحياة الجماعة والأفراد وسلوكهم في فترة زمنية معينة، وتعتمد على مشاركة الباحث لتجارب المبحوثين وذلك لإسقاط

النظريات والاجتهادات العلمية على الواقع المدروس والظاهرة المراد معرفتها بطريقة وصفية.[1]

[1] معتصم بابكر مصطفى: **بحوث الاتصال في العالم العربي وفاعليتها في إثراء المعرفة الإعلامية النظرية**، مرجع سبق ذكره.

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس السابع - 7-)

نظريا ت الاعلام والاتصال

1-نظريات التأثير القوي و المباشر

نظرية الطلقة السحرية(الحقنة تحت الجلد):أو نظرية الآثار الموحدة (التأثير القوي والمباشر لوسائل الإعلام) ظهر التيار النظري الذي يؤكد على التأثير القوي والمباشر لوسائل الإعلام عقب الحرب العالمية الأولى وأطلقت على هذه النظرية عدة تسميات أهمها:

"الرصاصة السحرية"، "القذيفة السحرية" « Magic Bullt»

أو بنموذج "الحقنة تحت الجلد" « The Hypodermic Needle Model »

منطلقات نظرية الآثار الموحدة The Theory Of Uniform Influences.

إن الدراسات الأولى التي قامت عليها هذه النظرية استشهدت بالحادثة التي حدثت عام 1939م، حينما انتاب الهلع بعض سكان الولايات المتحدة الأمريكية عندما اعتقدوا أن هناك غزوا قادما من المريخ، فتدافعوا بالآلاف إلى الشوارع، وكان السبب في ذلك أنهم كانوا يستمعون إلى تمثيلية في الإذاعة باسم "حرب الكواكب"، ولا شكّ أن هناك عوامل فنية وأخرى نفسية أسهمت في صنع حالة الهلع التي تعرض لها سكان نيويورك إثر استماعهم إلى ذلك البرنامج الإذاعي، فالمؤثرات الصوتية التي استخدمت في حالة الإحباط التي سببها الكساد الاقتصادي الكبير الذي سبق الحرب العالمية الثانية، إضافة إلى نذر الحرب التي بدأت تدق طبولها أجهزة الدعاية في برلين ،كل تلك العوامل أسهمت في خلق حالة نفسية من التوجس والترقب، ومن ثمّ قابلية التأثر بعمل مثل هذا1.

بعد نهاية الحرب العالمية الأولى، برز اعتقاد بأن وسائل الإعلام قادرة على تكوين الرأي العام، وحمل الجماهير على تغيير رأيها إلى الوجهة التي يريدها القائم

---

[1] محمد عبد الرحمن الحصيف، **كيف تؤثر وسائل الإعلام**، ط2، مكتبة العبيكان، السعودية، 1998، ص-ص. 16-17.

بالاتصال، انطلاقا من افتراض قائل بأن الغليان الاجتماعي المصاحب للثورة الصناعية أضعف الحالة النفسية للناس وأصبح من السهل التأثير فيهم واستمالتهم وتزويدهم بخبرات ومعارف جديدة، حيث كان ظهورها في أربعينيات القرن الماضي تأثرا بالنظرية السلوكية النفسية والتي ترى بأن لكل فعل رد فعل بأن الفعل الإنساني يصاغ وفقا لانعكاسات شرطية لمثيرات خارجية.[1]

فروض النظرية2:

تفترض هذه النظرية أن لوسائل الإعلام تأثير مباشر وقوي مثل تأثير الحقنة التي تؤخذ تحت الجلد، وأهم

الافتراضات التي قامت عليها هذه النظرية ما يلي:

–أن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الأعضاء في المجتمع الجماهيري الذي يدركون تلك الرسائل

بشكل متقارب.

–أن هذه الرسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد وبقوة.

–أن هذه المنبهات تقود الأفراد إلى الاستجابة بشكل متماثل إلى حد ما، وتخلق تغيرات في التفكير

والأفعال بشكل متماثل عند كل الأفراد.

---

[1] بسام عبد الرحمن المشاقبة: **نظريات الاتصال**، دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن، 2015،ص 175.

1 مصطفى يوسف كافي : **الرأي العام ونظريات الاتصال**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015 ، ص.ص 211،212.

أن تأثير وسائل الإعلام قوية ومتماثلة ومباشرة، ويرجع ذلك إلى ضعف رسائل الضبط الاجتماعي

مثل التقاليد والعادات المشتركة.

-أن الفرد يتلقى معلومات بشكل فردي من وسائل الإعلام وبدون وسيط.

-أن رد الفعل أيضا فردي ولا يعتمد على تأثير المتلقين على بعضهم.

ويمكن القول أن هذه النظرية قامت على افتراض سلبية المتلقي، وأنه يمكن التأثير عليه حيث تكون استجابته فورية، فالقائم بالاتصال يمكن أن يزود المتلقي بمجموعة من الرسائل الاتصالية والإعلامية ليستجيب لها المتلقي بالطريقة التي يريدها المرسل، وبصورة مباشرة كما تفعل الحقنة والرصاصة، كما تفترض هذه النظرية أن المرسل يتحكم بشكل كلي في العملية الاتصالية لكونه هو الذي يصممها ويختار لها الوسيلة المناسبة، إضافة إلى الوقت المناسب، وتكون عملية استقبال الرسالة تجربة فردية لا جماعية، لأن الجمهور يتصف بالعزلة1.

الخلفية النظرية لنظرية التأثير القوي:[2]

لقد تبلورت هذه النظرية كنتيجة لمجموعة من النظريات في مجالات مختلفة تنتمي إلى العلوم الاجتماعية ومن أهمها:

1. علم اجتماع ونظرية المجتمع الجماهيري .

---

[1] سعيدة عباس: **مدخل إلى علم الإعلام والاتصال**، مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة سنة أولى جذع مشترك علوم إسلامية، كلية العلوم الإسلامية، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2021/2020، ص36.

[2] خضرة عمر المفلح: **الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة**، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 142،144.

2. علم النفس ونظرية المنبه/الاستجابة.

3. التحليل النفسي والنظرية الفرودية.

4. العلوم السياسية ونظرية لاسويل في الدعاية.

5. تطور الإذاعة والسينما كوسائل اتصال جماهيري.

علاقة نظرية المجتمع الجماهيري بالتأثير القوي:

يتسم الأفراد في المجتمع الجماهيري بالعزلة النفسية عن الآخرين،فهم مجرد ذرات منعزلة .

يسود انعدام المشاعر الحميمية عبر التفاعل مع الآخرين.

يشعر الفرد بالوحدة والقلق والضياع وفقدان المرجعيات سيلجأ لوسائل الاتصال الجماهيري لتعويض جماعات الأهل والعشيرة والقرية التي كان يشعر في إطارها بالاطمئنان ولتخلص من التوتر فهي تحل محل العلاقات الشخصية المجزية التالية:

- التسلية والإمتاع فهي وسيلة لتمضية الوقت والترفيه.
- كمصدر مسكن للشعور بالتوتر والقلق السائد في المجتمع الجماهيري
- كمصدر للمعلومات في كل المجالات

علاقة نظرية المنبه /الاستجابة النفسية مع نظرية التأثير القوي:

أصبحت النظرية السلوكية مهيمنة في مجال علم النفس في بداية القرن 20 .

تفسر سلوكيات الفرد على انه مجرد ردود أفعال على منبهات خارجية تأتيه من المحيط الذي يوجد فيه.

يمكن أن تأتي هذه المنبهات من المحيط الطبيعي مثل: الشعور بالبرودة والحرارة فردة الفعل ستمثل في وضع ملابس ثقيلة أو خفيفة، كما تأتي المنبهات من المحيط الاجتماعي مثل أن يوجه لك شخص رسالة لطلب خدمة فتقدمها له.

لقد همش أصحاب هذه النظرية كل العملية العقلية التي يمكن أن يأتيها الفرد لماذا؟ لان كل ما يصدر عنه هو مجرد ردود أفعال على منبهات خارجية .

اعتمد أصحاب نظرية التأثير القوي على النظرية السلوكية كيف؟ اعتبروا أن الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة هي بمثابة منبهات خارجية.

فالدعاية السياسية هي منبه لدفعك كمتلقي لتحديد موقفك السياسي بالطريقة التي يرغب فيها المرسل.

علاقة التحليل النفسي والنظرية الفرودية بنظرية التأثير القوي للاتصال: يعتبر سيقموند فرويد أن سلوكيات الفرد تنبع من اللاوعي واللاشعور أو من العقل لباطن لكن ما علاقة الفرودية بنظرية التأثير القوي ؟[1]

اعتبر أصحاب نظرية التأثير القوي أن نسبة كبيرة من الرسائل الإعلانية والدعائية تتوجه إلى لاوعي الفرد ،مثال للترويج لسلعة معينة يتم ربطها بشخصية جميلة قوية يتمنى المتلقي للرسالة في أعماقه التشبه بها.

أن نظرية المنبه /الاستجابة والنظرية الفرودية رغم اختلافهما الشديد لها قاسم مشترك يتمثل في أنهما يهمشان الأفعال الإرادية للفرد

الدعاية السياسية وعلاقتها بنظرية التأثير القوي:

[1] خضرة عمر المفلح: **الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة**، نفس المرجع السابق، ص ص 144/142.

تبلورت الدعاية السياسية بشكل خاص خلال الحرب العالمية الأولى 1918/1914 وكانت جبهات القتال متحركة ولم تكن بعيدة عن المدنيين لأنها أول حرب في تاريخ البشرية تجند فيها كل طاقات البلدان المتحاربة واستغلت كل مواردها الصناعة والزراعة والتجارة، فكان لابد من تحريك الأحاسيس ومشاعر الولاء للوطن وشحذ الهمم على مزيد من التضحية بالنسبة لكل فئات الشعب.[1]

نقد النظرية: إن الاعتماد على نظرية الرصاصة الإعلامية في تفسير علاقة الإنسان بوسائل الإعلام فيه الكثير من التبسيط للطبيعة والكيفية التي تعمل بها من خلال النفس البشرية، أن القول بالتأثير المباشر الآني لوسائل الإعلام على الجمهور لم يلق ذلك القبول لدى قطاع عريض من المهتمين في حقل الاتصال الجماهيري، لان الإنسان ليس كائنا سلبيا يتأثر بكل ما يصادفه بمعزل عن تركيبته النفسية وبيئته الاجتماعية وخبراته السابقة، أن مغالاة أنصار نظرية الحقنة في قدرة وسائل الإعلام على التأثير في الجمهور لا يدفعنا إلى نفي وجود ذلك التأثير متى ما توافرت عوامل ومتغيرات أخرى لها علاقة بالإنسان نفسه وبالوسيلة الإعلامية ومضمونها . [2]

---

[1] خضرة عمر المفلح :**المرجع نفسه.**

[2] محمد بن عبد الرحمن الحضيف: **كيف تؤثر وسائل الإعلام؟**، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض ، 1998، ص 17.

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس الثامن- 8-)

نظريات الاعلام والاتصال

2-نظريات التاثير الانتقائي

2-نظريات التأثير الانتقائي:

1.2 مدخل الفروق الفردية (التعليم ومبدأ الانتقائية)

في بداية القرن العشرين، بدأت المناقشات الواسعة تركز على مسألة مصادر التغيير أو التفرد uniqueness في الشخصية الإنسانية، ونظرا لان علماء النفس بدؤوا الدراسات الخاصة بتعلم البشر والدوافع (المؤثرات) أصبح من الواضح بشكل مطرد أن الناس كلهم كانوا مختلفين في بنيتهم النفسية. وقد وجد أن شخصية كل كائن حي مختلفة مثل: بصمات الأصابع، وعلى الرغم من أن البشر يشتركون جميعا في أنماط السلوك الخاصة بثقافتهم، إلا أن كل فرد له بنية إدراكية مختلفة من حيث: الاحتياجات والعادات الإدراكية والمعتقدات والقيم والمهارات، ولهذا أصبحت دراسة الفروق الفردية من بين هذه العوامل.[1]

فهذه النظرية تقول ببساطة أن الأشخاص المختلفون يستجيبون بشكل مختلف لرسائل الإعلامية وفقا لاتجاهاتهم، وبنيتهم النفسية، وصفاتهم الموروثة أو المكتسبة.

وسائل الإعلام تستقبل وتفسر بشكل انتقائي وذلك بسبب اختلاف الإدراك [2] الذي يفكر به كل شخص والذي يرجع إلى اختلاف التنظيم الذي لدى كل شخص من المعتقدات والقيم والاتجاهات، ولان الإدراك انتقائي فالتذكر والاستجابة انتقائيين وبالتالي فتأثير وسائل الإعلام ليس متماثل.

---

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، مرجع سبق ذكره، ص ص 230،231.

[2] خضرة عمر المفلح: **الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة**، نفس المرجع السابق، ص 66.

-**التعلم كمصدر للفروق الفردية:** كان السؤال الحساس المتعلق بأساس طبيعته البشرية هو: هل يتأثر إدراكنا بعوامل وراثية أو بيئية ؟ أو بهما معا؟ وقد أجاب على هذا السؤال فرع جديد من فروع علم النفس اكتشاف كيف تترك الخبرات والتجارب التعليمية المكتسبة من البيئة الاجتماعية تأثيرات مستمرة على الفرد وقد كانت وسائل الإعلام وسيلة تم من خلالها نقل الأفكار إلى عدد هائل من البشر الذين صاروا جمهورا لتلك الوسائل، وكان يبدو واضحا أن هذه الأفكار سوف تحدث مجموعة من التغييرات في التركيب السيكولوجي (البنية الإدراكية) لهؤلاء المتلقين للرسائل الإعلامية، ومن المحتمل أن هذا التعلم قد غير بدوره سلوك هؤلاء الجماهير.

وكانت التجارب الفعلية حول التعلم قد بدأت في عام 1880 وما بعدها، حيث قام عالم النفس الألماني "هيرمان ابنجهاوس" بإجراء تجارب واسعة على نفسه كشخص يتعلم ويحاول أن يتذكر مقاطع صوتية لبعض الكلمات واثبت " ابنجهاوس" تأثير عملية التعلم على متغيرات مستقلة مثل: طول المادة المستخدمة وعدد مرات التكرار.

وكذلك استطاع العالم الروسي (ايفان بافلوف) أن يربط بين نموذج سلوك الكلب الطبيعي (سيلان اللعاب) وبين منبه خارجي تماما (الجرس) حيث تمكن في تجربته من الربط بين الاثنين في نموذج ثابت للسلوك.[1]

المبدأ الانتقائي: أصبح من الواضح أن جمهور وسائل الإعلام ليس متناسقا يتأثر بشكل مباشر وموحد مثل الطلقات السحرية، وظهور مبدأ الانتقائية الذي يشير إلى أن استخدامات وسائل الإعلام يخضع لاعتبارات فردية وسمات شخصية وظروفها الذاتية.

---

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص32.

ونتيجة زادة ميل وسائل الإعلام نحو التخصص في توجيه الرسائل، فإن ذلك يزيد من قدرة الأفراد على انتقاء الرسائل المرغوبة في وسائل متعددة.[1]

[1] حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد: **محاضرات في مادة نظريات الإعلام**، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، ص 05.

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس التاسع- 9-)

نظريا ت الاعلام والاتصال

2-نظريات التاثير الانتقائي –تابع-

مدخل الفئات الاجتماعية

أ-نظرية الاشباعات

2.2 مدخل الفئات الاجتماعية:

نظرية الاشباعات والاستخدامات:

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 (Berelson1949) حول وظائف قراءة الصحف ، 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 مقالته 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. 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 وثرائها،[1] ويرى البحث أنه يمكن رصد الملامح العامة لتطور دراسات الاستخدامات والإشباعات كما يلي:

---

[1] ممدوح شتلة، حنان كامل: **استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية**،دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد 11، 2015، ص 5.

المرحلة الوصفية: هذه المرحلة بدأت في الأربعينيات من القرن العشرين، وامتدت خلال الأربعينيات والخمسينات، 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، وهى 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: وهى مرحلة النضج، وكان التركيز فيها على الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتميزت دراسات هذه المرحلة بإعداد قوائم عن الإشباعات 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 & Alan Robin).[1]

ماهية الاستخدامات والاشباعات:

نظرية الاستخدامات والإشباعات مدخل يوضح ويفسر– إلى حد كبير – الدور الحقيقى للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض؛ حيث يختار الجمهور– قبل التعرض–

[1] ممدوح شتلة، حنان كامل: **استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية**، نفس المرجع، ص 6.

المحتوى الذي يفي بحاجاته، ويحقق له إشباعات معينة، 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[1].

وتقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على الفروض التالية:

جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة .يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات – .الجمهور وحده هو القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدام وسائل الإعلام.

الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام.

الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم الاجتماعي والتطور، يختار الأفراد من مضمون وسائل الإعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم سواء كان متعلقة بالمعلومات الأساسية أو التسلية أو التعلم[2].

---

[1] سعود البشر محمود: **مقدمة في الاتصال السياسي**، مكتبة العبيكان للنشر، الرياض ، 1997، ص 47.

[2] مصطفى على سيد عبد النبي، **الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباعات**، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة – العدد 23، يونيو 2019، ص ص 43/42.

نماذج نظرية الإشباعات والحاجات:

من أهم النماذج التي حاولت تفسير نظرية الاستخدامات والإشباعات بإسقاطها على الدراسات والأبحاث الإعلامية:[1]

-**نموذج كاتز** :ويعتبر كاتز إلى أن المواقف الاجتماعية للجمهور تجاه القضايا اليومية في المجتمع هي التي تحدد العلاقة بين المتلقي والوسيلة الإعلامية القادرة على تلبية احتياجاتهم، ويشكل الصراع الاجتماعي ضغطا على المتلقي للبحث عن وسيلة الإعلام التي تلبي احتياجاته.

-**نموذج وندال** : يتناول" ويندال "في نموذجه العلاقة بين كل من الاستخدامات والإشباعات ويرى في نموذجه أن المتلقي يرسم مسبقا توقعات لما يمكن أن يحققه مضمون الوسيلة الإعلامية المستهدفة بعد إجراء مفاضلة بين الوسيلة التي تم اختيارها والوسائل الأخرى.

-**نموذج روز نجرين** :جاء هذا النموذج ليعالج العوامل التي تتشكل منها نظرية الاستخدامات والإشباعات، وهي الحاجات الاجتماعية والبيولوجية والنفسية حيث تتفاعل هذه الحاجات مع الإطار المجتمعي وخصائص الفرد، وهنا يلجأ الفرد إلى الوسيلة الإعلامية التي يرى في مضمونها حلا لمشكلته وإشباعا لحاجاته.

---

[1] رضا عيد حمودة: **الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين** ، ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2015، ص ص 17/16.

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات:

واجه مدخل الاستخدامات والاشباعات العديد من الانتقادات، ومنذ الأيام الأولى لبداية تبلور أفكاره وفروضه، من داخل وخارج دائرة المهتمين بالمقترب، فيما يرى البعض من الباحثين أنها اقل من أن تكون نظرية مستقلة بذاتها، بل هي إعادة لصياغة نظرية الفروق الفردية ونظرية التأثير الانتقائي، وتعد انتقادات فليب إليوت المقدمة سنة 1973 من أبرزها، حيث رأى بان اهتمام أصحاب النظرية تركز على الخصائص السيكولوحية للفرد المتلقي على حساب الأبعاد الاجتماعية، وانه لا يمكن الجزم أو الحكم فقط من خلال الاعتماد على استجوابات عينات من جمهور متلقي رسائل وسائل الإعلام الجماهيري ومحتوياتها للاستدلال على الحاجات الأساسية، وتصنيفها تصنيفا دقيقا يمكن الاعتماد والبناء، عليها فالأفراد ليس بإمكانهم الإفصاح بدقة عن حاجاتهم ولا يستطيعون شرحها بالكامل، عكس ما بني عليه أصحاب النظرية فروضهم انطلاقا من التسليم بفاعلية الجمهور (المستجوب) القادر على الإفصاح عن رغباته ودوافعه.[1]

[1] مدفوني جمال الدين: **نظرية الاستخدامات والاشباعات من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي**، مجلة الرسالة للدراسة الإعلامية ،المجلد 3 العدد3، 2019، ص 77.

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

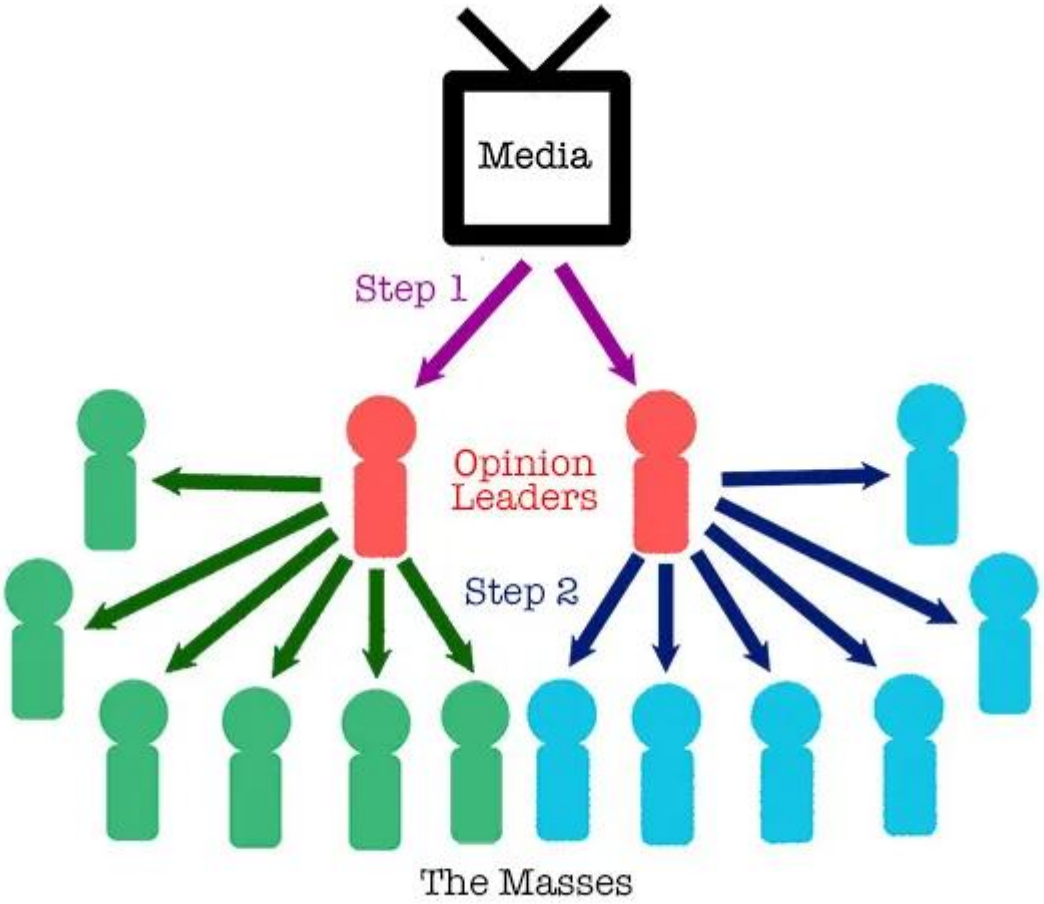
(الدرس العاشر- 10-)

نظريات الاتصال والاعلام

ب-نموذج العلاقات الاجتماعية

3.2 نموذج العلاقات الاجتماعية:

1.3.2 نظرية التأثير عبر مرحلتين:



التسمية الأصلية لهذه النظرية هي انتقال المعلومات على مرحلتين كما تدل في ذلك العبارة الانجليزية، ترى النظرية أن تأثير وسائل الإعلام في الجمهور، يتم بشكل غير مباشر ويمر بمرحلتين، وانتقال المعلومات كما ورد في الصياغة الأصلية للنظرية هو أسلوب أخر للحديث عن تأثير وسائل الإعلام في الناس، أو تأثرهم بها، لا فرق لان التأثير أو التأثر، إنما يحدث ابتداء من خلال تعرض الناس(للمعلومات) التي تبثها تلك

الوسائل، المعلومات هنا ليست شيئا محددا، بل يدخل تحت هذا المسمى كل ما تعرضه وسائل الإعلام من برامج ترفيهية أو ثقافية أو حتى مواد إعلانية .[1]

قامت وسائل الإعلام بحملة دعاية قوية ضد الرئيس الأميركي فرانكلين روزفلت خلال انتخابات سنة 1940، ولم يترك الإعلام يومها حيلة لتحطيم صورته أمام الجمهور الأميركي ولكن المفاجأة كانت أنه تم إعادة انتخاب الرجل لولاية أخرى رغم مرضه.

بول لازارسفيلد، صاحب نظرية "تدفق المعلومات على مرحلتين"، يرى أن المعلومات تصل إلى الجمهور عبر وسيلتين (مرحلتين): وسائل الإعلام وقادة الرأي (Opinion Leaders)، ولأن لدى كل شريحة من الجمهور نخبة أو صفوة (مهندس، مثقف، دكتور، متتبع للأخبار) يلجأ إليه الجمهور في كل وقت ليشرح له ما ورد في النشرة أو يأتيه بالتفاصيل الكاملة.

ويرى لازارسفيلد بأن تأثير قادة الرأي في الجمهور أكثر من تأثير وسيلة الإعلام، لأن الجمهور غالبا ما يتبع قائده في كل شيء، ولا يلجأ للوسيلة إلا للفرجة وللاستماع للخبر.. فهو إذا يحتاج لمن يشرح ويحكم[2].

ظهرت دراسة **لازارسفيلد وبيرلسون وجوديت** المنشورة عام 1944 بعنوان اختيار الشعب .كيف يدلي الناخب برأيه في انتخابات الرئاسة والتي أجريت في أعقاب حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 1940

---

[1] محمد بن عبد الرحمن الحضيف: **كيف تؤثر وسائل الإعلام؟**،مرجع سبق ذكره، ص 20.

[2] الشيخ محمد المختار دية: **الإعلام والجمهور من يحكم الأخر؟**، انظر الرابط

https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/575 تاريخ التصفح 2024/09/11 الساعة 11:29

وكان الهدف من الدراسة التعرف على الطرق التي تؤثر في تكوين الرأي العام وتغييره، والتعرف على دور وسائل الاتصال الجماهيرية في هذا المجال.

وقد أجريت الدراسة في منطقة ايريكاونتي بولاية أوهايو، وكان موضوع الدراسة هو تحليل خطب الحملة الرئاسية، وغيرها من الرسائل السياسية التي قدمتها الصحف والمجلات، حيث قام الباحثون بمتابعة آراء عينة من السكان على فترات قبيل وأثناء الحملة الانتخابية وقد خرج الباحثون بالنتائج التالية:

1.إن عملية تكوين الرأي الانتخابي ليست عملية فردية بل عملية اجتماعية.

2.لاحظ الباحثون أن أفراد العينة كانوا يشاركون الجماعات التي ينتمون إليها في المناقشات والحوار، وأن الاتصال الشخصي كان العامل المؤثر في تكوين رأي الناخبين وليس وسائل الإعلام كما كان معتقدا.

3. كشفت الدراسة عن وجود أفراد داخل كل جماعة يتميزون عن سواهم بكونهم أكثر اتصالا بوسائل الاتصال الجماهيرية.

وكانت النتيجة النهائية التي خلص إليها الباحثون هي أن الاتصال الشخصي يلعب دورا مهما في تكوين وتوجيه الرأي العام بجانب وسائل الإعلام، وأن قادة الرأي يمثلون عنصرا مهما في عملية الاتصال الشخصي، ويلعبون دور الوسيط بين الأفراد ووسائل الإعلام .وأطلقوا على عملية سريان المعلومات من وسائل الإعلام إلى الجماهير عبر قادة الرأي اسم تدفق الاتصال على مرحلتين.

كذلك أكدت دراسة روبرتميرتون 1949، النتائج التي توصل إليها لازار سفيلد وزملاؤه فيما يتعلق بتأثير الاتصال الشخصي على تكوين الرأي العام وتغييره، وكذلك أكدت وجود عملية الاتصال ذي المرحلتين بين وسائل الإعلام والجماهير من خلال

قادة الرأي. كذلك قدم كل من كاتز ولازارسفيلد في كتابهما الاتصال الشخصي عرضا دقيقا لنظرية الاتصال على مرحلتين[1] .

وفي دراسة أجراها أليهو كاتز عام 1956 قد مالت صور التالي لفروض انتقال الاتصال على مرحلتين:

إن قادة الرأي والناس الذين يتأثرون بهم، ينتمون إلى نفس الجماعة الأساسية، سواء كانت الأسرة أو الأصدقاء أو زملاء العمل.

إن قادة الرأي والأتباع يمكن أن يتبادلوا الأدوار في ظروف مختلفة، فقائد الرأي في المجال السياسي قد يكون تابعا في المجال الديني أو الرياضي مثلا.

يكون قادة الرأي أكثر تعرضا واتصالا بوسائل الإعلام فيما يتعلق بتخصصهم.

تؤكد فرضية انتقال الاتصال على مرحلتين على اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة .وكذلك اعتبار أنها تمثل ضغوطا على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي.

2.3.2 **نظرية انتشار المبتكرات:**

تحاول نظرية انتشار المبتكرات تقديم تفسير سوسيولوجي لكيفية انتشار الأفكار والمنتجات الجديدة ولكيفية تبنيها من طرف الأفراد والمجتمعات، ويذهب صاحبها **إ.م روجرز** إلى أن عمليتي الانتشار (الاجتماعي) والتبني (الفردي) مرتبطتان لارتباط الفرد بالجماعة، كما يشير إلى أهمية الاتصال في عملية التغيير الاجتماعي، باعتباره احد العناصر الأساسية الأربعة المكونة لعملية الانتشار ،والمتمثلة في :

---

[1] صالحي دليلة: **محاضرات في المداخل الأساسية للبحوث الإعلام**، سنة أولى ماستر سمعي بصري، كلية علوم اجتماعية وإنسانية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2022، ص 05.

الابتكار (أو الفكرة الجديدة).

قنوات الاتصال (الجماهيرية، صحافة، راديو، تلفزة).

الشخصية:(الجيران، الأقارب، قادة الرأي).

الوقت: (اللازم للانتشار) والنسق الاجتماعي (التركيبة الاجتماعية).

أما عملية التبني فيقسمها مجازا إلى خمس مراحل:

الشعور بالفكرة، الاهتمام بها، تقييمها، تجريبها ثم تبنيها

وأما الرفض فقد يكون في أية مرحلة من المراحل الثلاث الأخيرة.[1]

كما أنه لا بُدّ من التركيز على أنَّ نظرية انتشار المبتكرات تفترض بأنَّ وسائل الاتصال الشخصي من أهم وأكثر الأنواع الاتصالية فعالية، بحيث تساهم في تشكيل المواقف، وذلك حيال الابتكارات الجديدة، لكن تعتبر الوسائل الإعلامية ككل من الوسائل الأكثر فعالية في زيادة المعارف حول الابتكارات الجديدة، كما تشتمل على مجموعة من العناصر، حيث يقصد بها العناصر التي تساهم في عملية تدفق المعلومات ومنها:

المصدر: بحيث يشتمل المصدر على كافة العلماء والمخترعون في المجال الإعلامي.

الرسالة: بحيث تشتمل على الابتكارات الجديدة.

الوسيلة: حيث يقصد بها القنوات الإعلامية والتي يتم استخدامها من أجل انتشار وتوزيع الابتكارات الجديدة، بحيث يتم استخدام الاتصال الشخصي من كافة الوسائل الإعلامية.

---

[1] فضيل دليو: **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال**، ط1، دار الثقافة ،عمان، 2010، ص 59.

المتلقي: حيث يشتمل على كافة الأعضاء الجماهيرية في الأنظمة الاجتماعية.

الأثر: حيث يقصد به الآثار الناتجة عن عملية التغيير في الاتجاهات، السلوكيات والأفكار[1].

يقترح روجرز (1995) أن تبني الابتكار هو عملية تتكون من خمس مراحل:

المعرفة: عندما يتعلم المتبنون لأول مرة عن ابتكار من وسائل الإعلام أو القنوات الشخصية.

الإقناع: عندما يتم إقناعهم من قبل المتبنين السابقين بتجربة الابتكار.

القرار: قرارهم بقبول الابتكار أو رفضه.

التنفيذ: الاستخدام الأولي للابتكار

التأكيد: قرارهم بالاستمرار في استخدامه إلى أقصى إمكاناتها.

يُفترض أن خصائص ابتكار تشكل قرارات تبني الابتكار لدى المتبنين:

الفائدة النسبية: وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه أفضل وانفع من الأفكار السابقة، ويمكن قياس هذا الأمر من خلال عوامل منها العوامل الاقتصادية، المكانة الاجتماعية، وإرضاء الأفراد ومن الملاحظ انه لكما زادت عملية إدراك الفرد للفوائد النسبية للمستحدث كلما زادت سرعة تبنيه.[2]

---

[1] منتديات ستار تايمز، انظر الرابط : https://www.startimes.com/f.aspx?t=38829761 تاريخ التصفح 2024/10/24 سا 19:49

[2] رضا عبد الواجد أمين: **الصحافة الإلكترونية**، ط1 ، دار الفجر، القاهرة، 2007، ص 49.

الملائمة: هي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه ينسم مع قيمه وخبراته السابقة وكذلك مع حاجاته الحالية من هذا المستحدث والمستحدث الذي لا يتوافق مع الأمور السابقة لا ينشر بسهولة وفي هذه الحالة يتعين تغيير نظام القيم السائد في المجتمع وهو أم يتطلب الكثير من الجهد .[1]

التعقيد: كلما كانت الأفكار أو الممارسات المستحدثة سهلة نسبيا في الفهم أو الاستخدام من قبل الفرد، كلما كانت عملية انتشارها وكذلك تبنيها أسرع وأفضل، غير أن فكرة التعقيد قد تختلف من شخص لأخر ومن مرحلة عمرية لأخرى، فاستخدام الكمبيوتر وتصفح شبكة الانترنت والولوج إلى مواقع الصحافة الالكترونية الأجنبية والعربية والجزائرية مثلا يتطلب بعض المهارات و تعلم بعض التقنيات والفنيات التي تسمح لشرائح المجتمع من استخدام هذه الوسائط التفاعلية .

إمكانية التجريب: كلما توافر للمستحدث إمكانية كانت إمكانية تبنيه من الأفراد اكبر وبصفة عامة فان المستحدثات التي يمكن تجربتها على مراحل يكون تبنيها أسرع من قبل الفرد، لاسيما وان هذه العملية تقلل من المخاطر التي يمكن أن يتوقعها الفرد منها.[2]

---

1 شهيناز محمد طلعت :**وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية** ، دراسة مقارنة وميدانية في المجتمع الريفي، ط 2،مكتبة

1986 .، ص294

[2] رضا عبد الواجد أمين: **الصحافة الإلكترونية**، نفس المرجع السابق، ص 49.

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس الحادي عشر- 11-)

نظريات الاتصال والاعلام

نظريات التأثير المعتدل

3. نظريات التأثير المعتدل:

1.3 مدخل ترتيب الأولويات(وضع الأجندة):

تنطلق هذه النظرية من فرضية أن لوسائل الإعلام تأثيرا كبيرا في تركيز الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات وأحداث وقضايا معينة وطرح رؤى تراعي المساواة في النوع يمكن أن يؤدي إلى اهتمام الجمهور بهذه القضايا .

ويفترض هذا أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجيا وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية اكبر نسبيا عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام ،وعملية الانتقاء اليومي لموضوعات قائمة أولويات وسائل الإعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك

الموضوعات وتحريكها صعودا أو هبوطا، لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط إنما هي عملية تستهدف _ أيضا _ صانعي القرار السياسي .1

البعد التاريخي للنظرية:

إن مقترب تحديد الأجندة يعد الأكثر ثراء من حيث عدد الدراسات والأبحاث التي أنجزت وكذلك عدد البلدان التي اعد فيها فرضياته، وإذا كان البعض ينسبون نظرية وضع الأجندة إلى باحثين اثنين MC COMBS AND D. SHAW لفضلهما في ابتكار التسمية وتحليل الظاهرة بأدوات أكثر دقة، لكن في الواقع جذور هذه النظرية تعود إلى العشرينيات من القرن الماضي، وكذلك هناك مرحلتين تميزان هذا المقترب :

ما قبل الثمانينات من القرن الماضي وما بعده، وكل مرحلة تعكس السياقات السياسية والاجتماعية والتكنولوجية التي سادت آنذاك، وإبراز مظاهرها.إن دراسات نظرية وضع الأجندة نمت في أنظمة سياسية ديمقراطية مفتوحة وفي عهدها قبل الثورة الرقمية في قطاع الإعلام.2

ويرجع بعض الباحثين في تاريخ وضع الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة الأجندة (ترتيب الأولويات) ظهرت عام 1958 في مقال " لنورثن لونج " إلا أن أفضل تصريح حول هذه الوظيفة ظهر لدى برنارد كوهن في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية سنة 1963.

---

[1] هبة جمال الدين :"**أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام** "،المجلة الاجتماعية القومية ،المجلد الثلاثون ،العدد الثاني والثلاثون ، مصر ، سبتمبر 1993،ص.10.

[2] السعيد بومعيزة: "**اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكات لدى الشباب**"، رسالة دكتوراه غير منشورة ،قسم الإعلام ،جامعة الجزائر ، 2005، ص.85.

إلا أن البعض يرجعها إلى " ليبمان "LIPPMAN WALTER "* الذي يرى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير ،وفي الكثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع وعند حديثه عن الاستخدامات الرمزية لسياسات أشار" ليبمان " إلى أن السياسات عبارة عن سلسلة من الصور الذهنية التي يتم نقلها من خلال وسائل الإعلام،وتكون هذه الصور الذهنية بانوراما متحركة تقع أحداثها في عالم لا يدركه معظم الجمهور .1

إن احد المفاهيم الرئيسية في نظرية وضع الأجندة والاختيار الذي تقوم به وسائل الإعلام في عملية قبول أو رفض مفردة من مفردات الإخبارية ،وهذا المفهوم كان قد ابتكره" كيرت لوين"KURT LEWIN سنة 1947 حول قرارات ربات البيوت بخصوص شراء المواد الغذائية ،حيث لاحظ أن تدفق المعلومات عبر بعض القنوات التي تحتوي على (مناطق بوابات) بخصوص ما إذا يسمح للمعلومات أو السلع بالدخول أو التواصل في القناة، هذه الفكرة طبقها WHITE سنة 1950، في دراسات قرارات محرر قصص البرقية الخبرية في جريدة أمريكية بشأن قبول البرقيات أو رفضها " القرارات " النشاط الأهم في حراسة البوابة وعليه فإن نموذج "وايت" شكل الأرضية التي انطلقت منها الأبحاث اللاحقة في عملية اختيار الأخبار من البرقيات الخبرية لوكالات الأنباء وبالرغم من الانتقادات التي وجهت لهذا النموذج من حيث انه يتجاهل

---

* **والتر ليبمان:** (1889_1974) تخرج من جامعة هارفارد الأمريكية 1910م، هو صحفي أمريكي اكتسب شهرة عالمية بوصفه كاتبا سياسيا و فيلسوفا . انظر إلى الموقع الالكتروني: www.Wikipédia.com، يوم 2015/01/31، على الساعة .00:28

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد:"**الاتصال و نظرياته المعاصرة**"، مرجع سبق ذكره، ص288.

العوامل البنائية التنظيمية في عملية اختيار الأخبار واعتبر المسألة شخصية " التركيز على المحرر " إلا أن "وايت" ساهم باسم في مدرسة بحث كاملة حول المبلغين .1

وضع الأجندة والوظيفة السياسية: تعتبر افتراضات ترتيب أولويات الاهتمام احد الجهود العلمية لفهم دلالات الواقع الذي تقدمه وسائل الإعلام، والفكرة الأساسية وراء هذا الافتراض هو وجود علاقة قوية بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية القضايا والموضوعات وبين ترتيب أهمية هذه القضايا لدى الجمهور المتعرض للوسيلة.2

وتهتم هذه النظرية على وجه التحديد بالقضايا والأخبار السياسية من بين محتويات وسائل الإعلام عبر فترة زمنية قصيرة أو ممتدة وتنتهي غالبا الدراسات القائمة على هذه النظرية إلى وجود مستوى عال من التشابه بين كمية الاهتمام المعطاة لقضية معينة من قبل وسائل الإعلام، وبين مستوى أهمية هذه القضية لدى الجمهور الذي تعرض لهذه الوسائل لاعتناق وجهة نظر معينة ولكن وسائل الإعلام تنجح في حمل الجمهور على اعتبار بعض القضايا أكثر اهتمام من قضايا أخرى، أي أن أولويات الاهتمام لدى وسائل الإعلام تصبح هي ذاتها أولويات الاهتمام عند الجمهور.

وقد حدد جولدنبرج Goldenberg مفهوم الأجندة السياسية باعتبارها هي اهتمام الجمهور بالقضايا، وركز كل عنصر واحد من عملية بناء الأجندة وهو دور وسائل الإعلام في تحديد سعة وعمق الاهتمام العام بالنسبة لقضية محددة.

---

[1] السعيد بومعيزة ،"**اثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب**"، مرجع سابق ،ص. 85.

[2] عزيزة عبدة:" **الإعلام السياسي والرأي العام (دراسة في ترتيب الأولويات)**"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 105.

وقد أكدت اغلب بحوث ترتيب الأولويات، أن أولويات وسائل الإعلام تؤثر بدرجة كبيرة في أولويات اهتمام الجمهور أو الرأي العام، بحيث يرى ماكوبس وشو أن ترتيب الأولويات، يعتبر جزء من بحوث ونظريات التأثير، فقد ركزت على تحليل عناصر من المضمون عند قياس التأثير، وبمعنى أخر ربطت بحوث ترتيب الأولويات بين مضمون معين يغطي من خلال وسائل محددة مع موضوعات ظاهرة لدى أفراد الجمهور.1

الانتقادات التي وجهت لنظرية ترتيب الأولويات:

يرى جريفين أنه على الرغم من أن ماك كوبس وشو اعتبرا أن وظيفة الأجندة حقيقية قائمة، غير أن بعض الدراسات أثبتت أنها نتيجة محتملة وليست مؤكدة، حيث أن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لتكوين أجندة قضاياه، التي اختلفت كثيرا عن دراسات أخرى لكونها أغفلت بعض الدراسات التي اعتبرت ترتيب الأولويات قائمة على التأثير التراكمي لمضامين وسائل الإعلام وركزت على الآثار قصيرة الأمد.

-غياب الأسس النظرية التي ترتكز عليها دراسات ترتيب الأولويات، لأنها ركزت على موضوعات وقضايا متخصصة بدلا من فحص مجالات الاهتمام الممكنة، التي تنقلها وسائل الاتصال للجمهور.[2]

- يفترض كل من ماك كوبس وشاو وجود علاقة بين التغطية الإعلامية وأهمية القضايا التي تدرك بالحواس، وهي العلاقة التي لا يمكن إثباتها من خلال هذا الطرح.

---

[1] عزيزة عبدة:" **الإعلام السياسي و الرأي العام (دراسة في ترتيب الأولويات)**"، نفس المرجع السابق، ص 106.

[2] عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، مرجع سبق ذكره، ص 350.

– أغلب الدراسات المنشورة عن هذه النظرية، لم تعتمد على تصميمات منهجية، تمكن من البرهنة، على العلاقة السببية بين أجندة وسائل الاتصال و أجندة الجمهور.[1]

2.3 نظرية الغرس الثقافي:

– تهدف نظرية الغرس في الأساس إلي قياس نتيجة تعرض المشاهدين لوسائل الإعلام خاص التلفزيون والسينما وتأثير عمليات التكرار في المشاهدة والتشابه في المضامين المعروضة علي إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي ،والواقع الصوري الذي يقدمه الإعلام ووسائله فنظرية الغرس من النظريات التي تقيس تأثيرات الرسالة الإعلامية علي الجمهور وتراعي النظرية كم من الاعتبارات الهامة وتركزت أفكار النظرية علي دراسة دور التلفزيون وباقي وسائل الإعلام، في غرس الثقافة عند الجمهور بشكل عام ،والفئات التي تجلس طويلا أمامه (الأطفال – سيدات البيوت –المراهقين).

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

فالغرس يحدث عبر النقل المكثف للصورة الرمزية للأحداث ،فتتكون الثقافة التي هي بباسطة (عبارة عن وعاء من الرموز والصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية

---

[1] نسرين حسونة: **نظريات الإعلام والاتصال**، شبكة الألوكة، كتاب منشور PDF ص19 على الرابط:

www.alukah.net/books/files/book_6269/bookfile/ealam.pdf

والمواقف كما عرف جورج جربنر «G.gerbner»الغرس على أنه ما تفعله الثقافة في مجتمع ما1.

النشأة والتطور التاريخي:

شهدت الولايات المتحدة الأمريكية ظهور الأسباب الأولى التي أسهمت في ظهور نظرية الغرس الثقافي، حيث ربط عامة الناس بين ارتفاع معدلات الجريمة والعنف والتغيير القيمي والتي زادت في فترة الستينيات من القرن العشرين وبين انتشار مشاهدة التلفزيون في تلك الفترة وضغط الاهتمام الشعبي على الكونجرس الأمريكي ليفعل شيئا، وتم اعتماد التمويل اللازم من بعض المؤسسات والمعاهد القومية الأمريكية لتمويل بعض البحوث التي تبحث تأثيرات التلفزيون في مجالات الصحة والتعليم.

وتم طباعة حوالي 60 دراسة في خمس مجلدات عام 1971 تحت عنوان "التلفزيون والسلوك الاجتماعي"،وبدأت تلك الدراسات كنواة لما يعرف باسم مشروع المؤشرات الثقافية والذي أنشئ بتمويل مستقل بقيادة جورج جرنبر، والذي كان أستاذا لعلوم الاتصال بجامعة بنسلفانيا بمدرسة انبرج لعلوم الاتصال حيث تم تكليفه هو وزملاؤه على يد الطبيب العام في الولايات المتحدة الأمريكية باستكمال أول دراسة عن العنف الإعلامي .[2]

ونظرا لقيام جرنبر وزملاؤه بالربط بين كثافة المشاهدة أي طول وقت المشاهدة واستمرارها بمرور الوقت وبين سلوك المشاهدين واتجاهاتهم، فإن كثافة المشاهدة أصبحت متغيرا ثابتا في كل الفروض والدراسات الخاصة بعملية الغرس.

---

[1] - ملفين ديفلير وساندرا بول – روكيش (مترجم)،ج2 : "**نظريات وسائل الإعلام**" الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة 1993، ص64.

[2] هشام رشدي خير الله: **محاضرات في نظريات الإعلام**، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، جامعة المنوفية، مصر، ص ص 188/187

إلا أن مشروع المؤشرات الثقافية امتد فيما بعد ليشمل نطاقا واسعا من الاهتمامات والقضايا التي يعكسها التلفزيون مثل صورة الأقليات وادوار الجنسين، والأنماط المقدمة عن المراحل العمرية، والاتجاه نحو العلم وغيرها من الموضوعات الاجتماعية المنتشرة في المجتمع ولم يقتصر نطاق الدراسة كما كان في السابق على دراسة دور وسائل الإعلام في زيادة معدل العنف داخل المجتمع.[1]

ركائز وأسس نظرية الغرس الثقافي:

أولا التلفزيون وسيلة متميزة عن وسائل الإعلام الأخرى: انطلقت دراسات جربنر في البدايات الأولى من التلفزيون كقوة مسيطرة في تشكيل المجتمع الحديث، وكانت هذه الأفكار نتيجة الجهود التي قام بها في بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي عندما اجتاحت الولايات المتحدة موجة من العنف والجرائم، لذلك ربطت بشكل وثيق نظرية الغرس الثقافي بالعنف.[2]

واعتمد جربنر في نظريته على نتائج الدراسات الميدانية التي تناولت تحليل مضمون التلفزيون الأمريكي لفترة من الزمن، والتي أظهرت أن هذا المضمون شوه كثيرا من الحقائق المتعلقة بالأسرة والعمل، القيم والتعليم والعنف والجريمة وكأن ضده المضامين تشجع الناس على توقع أشياء لا تدعو إلى التفاؤل فإذا أخذنا العنف على سبيل المثال _فان التلفزيون يضخم هذه القضية بشكل يزيد من خوف الناس من ظاهرة الجريمة في المناطق السكنية التي يعيشون فيها، وعندما يشاهد الفرد كمية كبيرة من صور العنف وأشكاله المعروضة على التلفزيون فإنه يتوقع أن ظاهرة العنف قد ازدادت وان إمكانية

---

[1] هشام رشدي خير الله: **محاضرات في نظريات الإعلام**، نفس المرجع السابق.

[2] محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير** ، عالم الكتب، القاهرة، 2004 ، ص 263.

تعرضه للعنف في الحي الذي يسكنه قد تصل إلى نسبة 10 % وذلك بسبب تعرضه المستمر لمشاهدة العنف والجريمة على التلفزيون .[1]

ثانيا المضامين الإعلامية كنظام متجانس في ثقافة المجتمع: يرتبط الغرس الثقافي كعملية ثقافية بإطار متماسك من المعلومات ومعاني المفاهيم العامة التي غرسها من خلال التعرض الكلي إلى العالم الذي يرسمه التلفزيون أكثر من التعرض إلى برامج منفردة أو منتقاة حيث يشاهد كثيفو المشاهدة خليطا من البرامج أثر من قليلي المشاهدة بغض النظر عن مستويات تفضيلهم، وذلك ينتجه التشابه والتوحد في الأفكار والعناصر الدرامية التي يقدمها التلفزيون بشكل عام، فالتنوع في شكل البرامج أو بالأفكار أو الصور للمجامع والذات تعبر عن الاتجاه السائد في الثقافة ولهذا فان استمرار هذا التماسك مرهون باعتبار نظام الاتجاه السائد في الرسائل الإعلامية هو العامل الوسط في عملية الغرس.[2]

ثالثا الغرس الثقافي مرهون بالمضامين الإعلامية: تعكس أسئلة المسح المستخدمة في بحوث الإنماء الثقافي الاتجاه السائد الذي تجسده رسائل التلفزيون كجماعات ضخمة من المشاهدين، وعلى فترات متباعدة، أما استخدام المعلومات التي تقيس أفضليات المشاهدة، أو مقاربة إجابات المبحوثين عن تفضيل هذا أو ذاك من البرامج بدلا من قياس حجم المشاهدة الكلية قد يؤدي إلى نتائج غامضة أو مضللة، ولذلك يجب أن تتجه الأسئلة نحو اعتبارات الواقع الحقيقي، ويسمى ذلك المطلب الأول للإنماء وهو يكشف عن نتائج مهمة ومشوقة.[3]

---

[1] Deflen, Melvin, Ball. Rockeach **: theories of mass communication** ; 1989, p 263.

[2] محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، مرجع سابق، ص 268.

[3] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، مرجع سبق ذكره، ص 306.

تظهر العلاقة الوطيدة بين الغرس والمضامين الإعلامية خاصة الدراما والأفلام في أن الغرس يتم وفقا عبر المراحل التالية:

1. يلاحظ مشاهدو الأفلام والمسلسلات التلفزيونية عالما يختلف جوهريا عن العالم الحقيقي سواء من حيث المضامين الأحداث سواء من حيث الأدوار الاجتماعية.

2. يخوض شديدو الاستهلاك للتلفزة (مشاهدو الشاشة الصغيرة) لمدة أربع ساعات في اليوم على الأقل، تجربة تزحزح للواقع أي أنهم يتأثرون في إدراكهم الحسي للواقع العامة التي تقدمها البرامج ككل ،حيث يهتم عالم التلفزيون ببناء الأفكار ونماذج التفاعل الاجتماعي، وتقديم النماذج الاجتماعية ليعبر عن الثبات، الاستقرار والتماسك في الحياة والعالم وهذا هو أساس هدف عملية التحليل الثقافي.[1]

رابعا_تحليل الغرس يركز على إسهام التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى في صياغة تفكير الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة: أن المهمة الرئيسية لتحليل الغرس هي تحديد إلى أي مدى يمكن لرسالة معينة أن تسهم في تكوين معتقدات الواقع الاجتماعي لدى الأفراد، بطريقة تتفق مع معظم القيم والأعراف المتكررة، وكذلك الصور الذهنية التي تتضمنها هذه الرسائل، فتحليل الغرس يركز على إسهامات التلفزيون عبر الزمن في صياغة تفكير الغالبية العظمى، وبمعنى أخر تحقيق الانسجام بين الأفراد المجتمع ككل، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين تصورات الجمهور من خلال عملية التعرض التراكمي عبر فترة زمنية طويلة.

---

[1] فريال مهنا: **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، دار الفكر، دمشق، 2002، ص 266.

خامسا تزيد المستحدثات التكنولوجية الحديثة من وصول الرسائل التلفزيونية إلى الجمهور: يرى جربن ران نظر التلفزيون السلكي والمحطات المستقلة والفيديو قد أعطتا المشاهدين قدرا اكبر من التحكم في تلقي البرامج، وان التعرض لهذه الوسائل قد يحل محل قراءة الجريدة أو الذهاب للسينما، ولا يمكن أن يحل محل التعرض للتلفزيون.

سادسا تحليل الغرس يرتكز على النتائج الخاصة بشيوع الاستقرار والانسجام بين أفراد المجتمع أن الإسهام الرئيسي لتلفزيون يتمثل في قدرته على تحقيق الانسجام بين مشاهديه والتجانس بين الجماعات التي قد تكون مختلفة في خصائصها الديموغرافية أو المعرفية وذلك من خلال عرض الاتجاه الثقافي السائد، وان أهمية التلفزيون كما يراها جربنر لا تأتي من قدرته على تكوين مجتمع جماهيري ولكن من قدرته على تكوين بيئة مشتركة من المعاني يعيش خلالها الأفراد ويفهمون الأحداث عن طريقها وبذلك يمكن النظر إلى عملية الغرس التي تقوم بها التلفزيون على أنها حالة خاصة من حالات التنشئة الاجتماعية التي خلالها نصبح أعضاء في المجتمع وجزء منه.[1]

الانتقادات التي وجهت لنظرية الغرس الثقافي:

انصبت معظم الانتقادات تجاه هذه النظرية من خلال التأكيد على أن للتلفزيون مساهمات كبيرة في خلق التصورات عن الواقع الذي يعيشه الفرد والمجتمع، إذ نجد من بين منتقديها كل من دوب، كادولاند، هيرش وهيوج. فقد طالب كل من دوب وهيرش على ضرورة مراجعة العلاقة بين التلفزيون والمشاهد. لقد توصل هيرش في دراسته إلى أن العلاقة الإنمائية ليست خطية أو تصاعدية مع نسبة المشاهدة، بل هي منحنية خطية تقارب اتجاهات عديمي المشاهدة و المدمنين أكثر من تقارب أي صنفين متتاليين من الأصناف الأخرى. شكك هيوج في فرضيات جربنر، ففي نظره ليس للتلفزيون علاقة بالخوف والاغتراب، أي نسبة المشاهدين للتلفزيون ليست سببا، بل هي

[1] مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية ،القاهرة، 2006، ص 309.

نتيجة لمحددات أخرى أهم من مؤشرات انحراف الأحداث الذي ذكرها دوب ومكادولاند.1

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: (التبعية الإعلامية)

نشأة وتطور نظرية الاعتماد: اهتم بعض الباحثين في العشرينات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوي المعرفيLevel Cognitive، وأكد بعضهم أن اختلاف المستوي المعرفي للأفراد يرجع أساسا إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة. كما أوضح الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل .ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الأعلام على يد الباحثة ساندرا بول روكيتش وزملائها عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثيه بعنوان " منظور المعلومات " وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى .من هذا المنطلق تركز نظرية الاعتماد على2.

---

[1] بسام عبد الرحمان المشابقة، **نظريات الاتصال**، مرجع سبق ذكره، ص180.

[2] عبد الرزاق الدليمي : **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن ،2016، ص 232.

وتقوم نظرية الاعتماد على عدة افتراضات:[1]**الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام** :يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دورا هاما في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدي الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيدا ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام .

الفروض الفرعية: يقوم هذا النموذج على عدة افتراضات فرعية نوجزها في ما يلي:

– تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة الاعتماد على وسائل الاتصال، فكلما زاد استقرار المجتمع قل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، والعكس بالعكس.

ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

الأهداف: هناك أهداف للأفراد، والجماعات والمنظمات يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها مصادر الاتصال المختلفة التي يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات والعكس بالعكس .**المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى مصادر مختلفة لتحقيق أهدافهم، وتقوم وسائل الإعلام بثالث أدوار حيال المعلومات: أولها جمع المعلومات ثم تنسيقها وتنقيحها، وآخرها نشر وتوزيع المعلومات، ويستخدم ديفلر، وروكتيش مفهوم المعلومات للإشارة إلى الرسائل الإعلامية.[2]

مجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية تنحصر في :

---

[1] عمار خلايفية: **تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد**، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3، العدد 3، 2022، ص 44.

2 كمال الحاج: **نظريات الإعلام والاتصال**، الجامعة الافتراضية السورية، 2020، ص 145.

1.**التأثيرات المعرفية:** مثل إزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث، وذلك بتقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث، وأيضا التأثيرات في إدراك الجمهور للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا، أيضا من التأثيرات المعرفية تلك الخاصة بالقيم والمعتقدات.

2.**التأثيرات الوجدانية:** والمتعلقة بالمشاعر والأحاسيس، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضا التأثير المعنوي مثل الاغتراب عن المجتمع.

3.**التأثيرات السلوكية:** والمتمثلة في الحركة أو الفعل الذي يظهر في سلوك علني وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية ومترتبة عليهما.[1]

نقد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: [2]يرى الكثير من نقاد النظرية ما يلي:

*إن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور يقل على المدى القصير، عندما يدرك الجمهور حقيقة أهداف الرسالة الإعلامية، وهذا ما يظهر بوضوح في تأثير الإعلان.

*تعتمد هذه النظرية بشكل أساسي على الجماهير النشطة كجزء من نجاح تأثير العملية الاتصالية، وهذا لا يحدث في كافة الأوقات فقد يكون الجمهور نشط في اتجاه أخر .

*لم يتم توضيح فكرة أن الاعتماد يأتي نتيجة الاستخدام المتكرر وليس لان الرسالة مفيدة لهم، حيث اعتاد الجمهور على مشاهدة برنامج معين، فيأتي ذلك كجزء من عاداته اليومية وبشكل متكرر.

*تتسم الرسالة الإعلامية بالمرونة وعدم الوضوح وهذا ما يخلق عدم المصداقية أو التحديد وهو ما يؤثر على الرسالة الإعلامية بالسلب .

---

[1] مصطفى يوسف كافي: **الرأي العام ونظريات الاتصال**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 226.

[2] انظر الرابط https://mafahem.com/sl_6951 تاريخ التصفح 2024/09/03 ساعة 17:28

يعاب على النظرية أنها تستغل أوقات الأزمات والحروب والصراعات في تقديم المحتوى المؤثر الذي يؤدي إلى اعتماد الجمهور عليه.

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس الثاني عشر- 12-)

نظريات الاعلام والاتصال

نظرية التاثير على المدى البعيد

4. نظريات التأثير على المدى البعيد (التراكمي):

1.4 نظرية اجتياز المجتمع التقليدي:

-نشأة النظرية:

– «تعود جذور النظرية إلى عالم الاجتماع الأمريكي ليرنر دانيال الذي اهتم بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والتغيير الاجتماعي والثقافي ودور هذه الأخيرة في التنمية القومية لاجتياز المجتمع التقليدي إذا قدمت نظريته تأثيرات معينة لدور وساءل الإعلام في الإقناع والتأثير على الأفكار والاتجاهات والقيم.

–الأفكار التي صاغ بها ليرنر نظريته في مجملها كانت حصيلة الأبحاث التي أجراها مع بداية الخمسينات على ست (6) دول في الشرق الأوسط هي :تركيا ، إيران ، مصر ، سوريا، لبنان والأردن.

محتوى نظرية اجتياز المجتمع التقليدي:

إن "ليرنر" في تقديمه لنظريته اعتبر أن النسق الغربي في التحديث هو غربي من ناحية تاريخية فقط لكنه عالميا اجتماعيا ،فيرى أن القواعد الأساسية للنموذج الغربي تظهر ثانية في جميع المجتمعات التي هي في طور التحديث في جميع القرى بغض النظر عن العرق والعقيدة وحسب "ليرنر" فان التحضر هو اتجاه عقلاني من نمط الحياة التقليدية إلى نمط الحياة الجديدة تزداد فيه مساهمة الأفراد أي أن التحضر يحدث أولا لأن المدن وحدها طورت المهارات والثروات التي تميز الاقتصاد الصناعي (المدينة تتسع لتشمل القرى[1])

ويضيف "ليرنر" إن التحضر المتزايد يؤدي إلى زيادة المعرفة وتعلم القراءة والكتابة مما يزيد من الإقبال والتعرض لوسائل الإعلام الذي تزداد معه عملية التعلم التي ركز عليها في نموذجه وهي "التقمص الوجداني"الذي يعني تصور الفرد لنفسه في مواقف و

---

[1]حسن عماد مكاوي و ليلى حسين السيد: **الاتصال و نظرياته المعاصرة**، ط1 ، الدار المصرية اللبنانية 1998، القاهرة، ص270 .

ظروف الآخرين، أو الحالة الذهنية والنفسية التي تعيشها الشخصية الحركية وكل ما سبق يؤدي إلى زيادة في المشاركة الواسعة البارز المهمة والمقدمة للمجتمع الحديث[1].

إن أهم ما اعتقده لينر في نظريته هو أن خاصية التقمص الوجداني وانتشارها في أوساط " أفراد المجتمعات النامية من شانها أن تؤدي إلى عصرتنها ورأى أن وسائل الإعلام قادرة على خلق هذه الخاصية السلوكية كما أنها قادرة على تأدية وظيفة "مضعف الحراك " التي تساهم بشكل كبير في إحداث التنمية والإسراع من مراحل تجاوز الحياة التقليدية.

مراحل التحديث(اجتياز المجتمع التقليدي:)

أ –التحضر التي تعني الانتقال من الريف إلى المدينة ويرى أن المدينة تتسع لتشمل القرى المجاور كمرحلة أولى للتحديث.

ب – الزيادة في معرفة القراءة والكتابة كمرحلة ثانية حين أن زيادة نسبة سكان المدن يعني زيادة نسبة المتعلمين.

ج – ارتفاع مستوى التعرض لوسائل الإعلام كمرحلة ثالثة إذ بزيادة نسبة المتعلمين في المجتمع ينقص الاعتماد على الاتصال الشخصي لتصبح أداة الاتصال الأساسية هي وسائل الاتصال الجماهيرية كمرحلة رابعة يرى أنه حينما يتقدم المجتمع تكنولوجيا ويتطور صناعيا يستطيع.

د – أن يصدر الصحف على نطاق واسع وينشئ الشبكات التلفزيونية ودور سينما وكل ذلك يساهم بشكل فعال في نشر التعليم والمعرفة.

---

[1]حسن عماد مكاوي و ليلى حسين السيد، المرجع السابق، ص171

هـ – وكمرحلة أخيرة اعتقد لينر أنه يتطور المجتمع اقتصاديا تزداد المشاركة السياسية للأفراد التي تعتبر من سمات المجمعات المتطورة، كما يرى أن الناخبين هم الذين يساهمون في الحياة العامة لمجتمعاتهم في حين يكون من خصائص المجتمع التقليدي انعزال أفراده وعدم اهتمامهم إلا بما يتصل بشكل وثيق بحياتهم الخاصة ، كما يقول هابرماس " تشوه الاتصال"

عناصر نظرية اجتياز المجتمع التقليدي:

أ–التقمص الوجداني: رأى لينر أن هناك خاصية سيكولوجية تصاحب العمليات الاجتماعية وهي مقدرة الأفراد على تخيل وتصور أنفسهم في موقف الآخرين ، وحين يظهر عدد كبير من الأفراد على التقمص الوجداني في احد المجتمعات فان هذا المجتمع في طريقه إلى التطور السريع، والتقمص الوجداني هو الخاصية التي تميز الإنسان الذي يتحرك (ينشط) وهي مهارة لا غنى عنها للشعب الذي يريد الانتقال من الحياة التقليدية إلى الحياة الحداثة(التنمية.)

ب –استخدام وسائل الإعلام تتحرك الناس :اعتقد أن وسائل الإعلام تساهم بشكل فعال في دفع الناس نحو التقمص الوجداني إذ تقدم وسائل الإعلام العديد من النماذج التي يحاول الجمهور أن يسقطها على نفسه وإدماجها في حياته الخاصة[1].

–ونظرا لزيادة وسائل الإعلام وغوصها في حياة الأفراد فإنها تسارع في عملية التقمص الوجداني الذي يميز الأفراد في المجتمعات المعاصرة) كما في الإشهار والأفلام..... التي تعرض نماذج الحياة المثالية المتطورة.)...

[1] حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص172

ج – نظام التحديث: رأى لينر أن دور وسائل الإعلام في عمليات التنمية والتحديث يكون من خلال دورها في تعبئة الجمهور وتوجيههم في المجالات المختلفة، كما رأى أن الأفراد الذين يعيشون معا في نظام سياسي واحد يطورون طرق التوزيع المعلومات وتدفقها بشكل تفاعلي مع توزيع السلطة والثورة والوضع الاجتماعي لتشكل نظاما متماسكا، ويعد نظام الاتصال مؤشرا للتغيير في النظام الاجتماعي الشامل،(كما يرى دينيس ماكسويل.)

الانتقادات الموجهة لنظرية اجتياز المجتمع التقليدي:

أ –إن تطور تكنولوجيا الاتصالات المختلفة ووسائل المواصلات والتطور الاقتصادي أنهى عزلة القرى وتغالب على حاجز الأمية، فلم يعد من الضروري على الفرد أن ينتقل إلى المدينة كي يحدث التطور والاعتماد على المبتكرات في حياته.

ب –إن وسائل الإعلام الحديثة جعلت التغيير الثقافي والاندماج الاجتماعي سهلا وسريعا بل وجعلت الطبيعة البشرية أكثر استعدادا للتغيير كما الحال بالنسبة لإشكالية العولمة.

ج –إن التغيير الاقتصادي السريع يمكن أن يحدث بشكل أفضل في ظل أنظمة سياسية غير ديمقراطية كما في الصين أو روسيا وهناك من يعتقد أن التطور يمر بمراحل ثابتة غير دقيقة وأسرع من النموذج الغربي التدريجي الذي اقترحه لينر.[1]

2.4 نظرية الحتمية التكنولوجية:

[1] حسن عماد مكاوي و ليلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص173

انطلقت نظرية الحتمية التكنولوجية (ماكلوهان) من أفكار الفلاسفة الغربيين كآدم سميث وجون ستيوارت ميل ونيتشه لأنها ترتكز على القوة الاقتصادية والصناعية التي عرفتها أوروبا في عصر النهضة الصناعية في القرن الثامن عشر إذ يعزي كل تغيير اجتماعي إلى القوة المادية وسطوة الآلة .[1]

قدم هذه النظرية مارشال ماكلوهان في ستينات القرن الماضي، وهي عبارة عن تصورات نظرية لتطور وسائل الاتصال وتأثيراتها على المجتمعات الحديثة، إذ يرى أن تطور المجتمعات المعاصرة مرده إلى تطور تكنولوجيا الاتصال، وعرفت هذه النظرية رواجا منقطع النظير منذ نشر أفكار ماكلوهان، وأصبحت منطلقا لكثير من الأبحاث في الإعلام والاتصال في جميع أنحاء العالم.

بدأ العلماء والباحثون في مجال الاتصال الاهتمام بكتابات ماكلوهان بثمانينات القرن العشرين لأنه من أوائل كتاب الحداثة الذين يرون أن المجتمع أصبح مجتمع معلومات تتولى قيادته أجهزة الحاسوب والالكترونيات، هذه التكنولوجيا أحدثت ثورة في شتى مناحي الحياة بما فيها العمل والاقتصاد والسياسة والثقافة والفن، وكذا أفكار ماكلوهان المستحدثة والجريئة إذ يرى أن كل تغيير حاصل في المجتمعات الإنسانية مرده إلى قوة الوسيلة التكنولوجية والاتصالية .

وقد عرض ماكلوهان أفكار نظريته أول مرة سنة 1962 في كتابه مجرة غتنبرغ، وتعتبر نظرية الحتمية التكنولوجية من النظريات المادية التي اهتمت بتأثير تكنولوجيا وسائل الإعلام على شعور وتفكير وسلوك الأفراد وعلى التطور التاريخي للمجتمعات، ويرى أن مضمون وسائل الإعلام لا ينظر إليه مستقلا عن تكنولوجيا وسائل الإعلام

---

[1] ياسين قرناني :**بين مارشال ماكلوهان وعزي عبد الرحمن قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية**، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عمار ثليجي الاغواط ،المجلد 8، العدد 1، 2014، ص 66.

نفسها، فطبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل الأفراد والمجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال، لذلك يفترض في نظريته أن تكنولوجيا الاتصال تكبل حرية الإنسان الذي يصبح تابعا لها.[1]

فروض نظرية ماكلوهان:[2]

- ✓ **وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان** :يرى أن الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة بنوع الوسيلة وطريقة عرضها، حيث يقسم ماكلوهان تطور الاتصال إلى مرحلة الكتابة، ثم مرحلة الطباعة، وبعدها مراحل الوسائل الالكترونية .
- ✓ **الوسيلة هي الرسالة:** بمعنى أن طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات على أساس لكل وسيلة جمهورها الخاص الذي يفيد ما عرضته الوسيلة وخصائصها ومميزاتها.
- ✓ **وسائل الاتصال فيها على حد تعبيره الساخنة والباردة:** فالأولى ساخنة تقليدية سهلة يتلقى فيها المتلقي المضمون بطريقة جاهزة لا تحتاج منه إلى جهد تخيل مثل الإذاعة، الطباعة، السنما..أما الباردة هي الوسائل الالكترونية التي تستغرق جهدا ووقتا وفرصة للتخيل مثل تلفزيون انترنت.

---

[1] ياسين قرناني :**بين مارشال ماكلوهان وعزي عبد الرحمن قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية**، نفس المرجع السابق، ص 67.

[2] نصير بوعلي: **الإعلام والقيم**، دار الهدى، الجزائر، 2005، ص 47.

- ✓ ويمكن القول أن هذا التطور التكنولوجي هو نتاج تفاعل ثلاث مجالات هي:

  - مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية.
  - مجال السمعيات والبصريات.
  - مجال المعلوماتية.

مراحل تطور التواصل الحضاري للإنسان في نظر إينيس وماكلوهان:[1]

الاتصال الشفهي: ساد المرحلة القبلية حيث كانت العاطفة هي التي تقود الإنسان اعتمادا على الإلهام البدائي أو الخوف، فاعتمد فيها على حواسه وكانت حاسة السمع هي المسيطرة.

الاتصال السطري: حيث بدأت الحضارة بظهور الكتابة، فحلت العين مكان الأذن كوسيلة للحس يكتسب بفضلها الفرد معلوماته، ومع اختراع جوتنبرغ للطباعة في القرن **15م** كواحدة من أكثر الابتكارات التكنولوجية تأثيرا في الإنسان، توسع مجال الكتابة في إطار المطبوع، فخلص المطبوع الإنسان من قبليته، بالتعلم والاعتماد على الذات وتكوين وجهات النظر الشخصية، ويؤكد ماكلوهان في كتابه (مجرة جوتنبرغ) أن اختراع الطباعة بالحروف المتحركة ساعد على تشكيل ثقافة أوروبا الغربية في الفترة ما بين 1500 إلى 1900، حيث شجع إنتاج المواد المطبوعة على انتشار القومية كونه سمح بانتشار كبير وسريع للمعلومات أكثر من المكتوب باليد، فهذه الثورة التكنولوجية –اختراع الطباعة_ فصلت القلب على العقل والعلوم عن الفنون، مما أدى إلى سيطرة التكنولوجيا والمنطق السطري .

الاتصال الشفهي مرة أخرى: وذلك بفضل انتشار استعمال التلفزيون والسينما والعقول الالكترونية بشكل خاص، والتي تشكل بدورها الحضارة في القرن العشرين، حتى أطلق ماكلوهان على هذا العصر عصر (الدوائر الالكترونية)، فبينما عمل المطبوع على تحطيم وتقسيم المجتمع إلى فئات، تعمل وسائل الإعلام الالكترونية على إرجاع الناس مرة أخرى للوحدة القبلية وتجعلهم يقتربون مرة أخرى من بعضهم البعض، وأصبح

---

[1] سويقات لبنى، عبد الإله عبد القادر: **الحتمية التكنولوجية :مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الالكتروني** ، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 9، العدد 2، 2016، ص ص 881/880.

الناس يحصلون على معلوماتهم أساسا بالاستماع إليهم، فعادت حاسة السمع مرة أخرى إلى السيطرة.

إن هذا التطور لعملية التواصل الحضاري للإنسان، ما هو في حقيقة الأمر إلا انعكاس لمراحل التطور التاريخي لوسائل الاتصال:[1]

1. المرحلة الشفوية (مرحلة ما قبل التعلم أو المرحلة القبلية)
2. مرحلة الكتابة (ظهرت بعد هوميروس في اليونان القديمة واستمرت ألفي عام)
3. مرحلة الطباعة (استمرت من سنة 1500 إلى سنة 1900 تقريبا)
4. مرحلة وسائل الإعلام الالكترونية (من سنة 1900 تقريبا حتى السبعينات من القرن الماضي).

الانتقادات الموجهة للنظرية:

إن القول بان التغييرات الاجتماعية تحدث نتاج تأثرها بالعامل التكنولوجي وحده، يعتبر تجاهلا للعوامل الأخرى التي تؤثر في المتغير حيث أن الكثير من التغيرات الاجتماعية تحدث دون تغيرات تكنولوجية.

[1] فضيل دليو: **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال**، مرجع سبق ذكره، ص 60.

وفي الإجابة عن السؤال الذي طرح حول إمكانية اعتبار التغير التكنولوجي حتميا لا مفر منه؟ أجاب ماكلوهان عن ذلك بقوله انه: بمعرفة كيف تشكل التكنولوجيا البيئة المحيطة بنا، نستطيع أن نسيطر عليها ونتغلب تماما على نفوذها أو قدرتها الحتمية وبفهم عناصر التغير يمكن توجيهه واستثماره للأفضل بدلا من الوقوف في وجهه.

بينما استند البروفسور **برنو لاتور** في رده عن الافتراض الرئيسي للنظرية إلى مبدأ الفصل بين الأشياء ،والناس وضرورة التمييز بين أنظمة الكائن الإنساني ووعيه عن الوسائل المادية التي يصنعها مهما بلغت درجة قوتها، فالحتمية حسبه تتجاهل الإنسان باعتباره العنصر الفاعل في التغير ويستشهد في ذلك بالحركات الاجتماعية والثورات الفكرية التي عرفها التاريخ البشري .[1]

ويؤكد ريتشارد بلاك بان عبارة القرية الكونية التي فدمها ماكلوهان أصبحت غير صالحة للتوظيف ذلك أنها لم تعد موجودة، حيث أن العالم استمر في المزيد من التطور والتسارع إلى حد أدى إلى تحطيم هذه القرية العالمية وتحويلها إلى ذرات وشظايا متناثرة ومنعزلة.

وفي الأخير يقول محمد الفاتح، إن نظرية الحتمية التكنولوجية تصنف من أهم النظريات الاتصالية في الوقت الراهن وان كل الدراسات الغربية وحتى العربية انطلقت من أفكار ماكلوهان دون مراعاة للاختلاف في الانتماء الحضاري، حيث تم تقديس هذه النظرية وغلق باب الاجتهاد والتنظير الاتصالية والإعلامية في المجتمعات العربية والإسلامية، ويدعوا بذلك إلى تبني المقاربة المحلية لنفس النظرية الحتمية القيمية للمفكر الجزائري عبد الرحمن عزي كبديل يتلاءم في رأيه مع خصوصية المجتمع العربي والإسلامي .

---

[1] بوسعيد رندا: **التغيير الاجتماعي والحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام، قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان** ،مجلة سوسيولوجيا، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 1، العدد، 1، 2017 ، ص ص 50/49.

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس الثالث عشر- 13-)

نظريات الإعلام و الاتصال

نظرية الحتمية القيمية

3.4 نظرية الحتمية القيمية :

تعريفها: يقوم تعبير الحتمية القيمية في الإعلام على مصطلحات ثلاثة يوضحها الدكتور عزي على النحو الاتي: [1]

[1] عبد الرحمن عزي: **نظرية الحتمية القيمية في الإعلام**، الدار المتوسطية للنشر، تونس ، 2011، ص 09.

الحتمية: يقصد منها اعتبار متغير واحد هو المحرك الأساس في تفسير أو فهم أي ظاهرة والمغير الرئيس أو الأساس في هذه النظرية هو القيمة، أما الظاهرة فتخص الإعلام والاتصال، فالرسالة هي القيمة.

القيمة: هي القيمة المعنوية المنطلقة من هدي القران الكريم كمرجعية ،مما يساهم في ارتقاء بالرسالة الإعلامية، إذ يقول الدكتور عزي "أن التأثير يكون ايجابيا إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيمة، وكلما كانت الوثائق اشد كان التأثير ايجابيا وبالمقابل يكون التأثير سلبيا إذا كانت محتويات وسائل الإعلام لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة اكبر كان التأثير السلبي اكبر .[1]

الإعلام: ويقصد به في هذه النظرية الاتصال بوسائله المختلفة المكتوبة والمسموعة والمرئية بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي الحديثة.

ومن ثم فنظرية الحتمية القيمية للدكتور عزي تركز على الدور السوسيولوجي لوسائل الإعلام وما ينبغي أن تتقيد به الممارسة من أخلاقيات وقيم تقف حاجزا في وجه التأثير السلبي للرسائل الإعلامية وخاصة في جيل الرقمنة والتكنولوجيا .[2]

-نشأة نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ومفاتيح فهمها[3] :رغم أن جل دراساته – منذ أول دراسة كتبها عندما عاد إلى الجزائر عام 1985 تميزت استناده إلى انتمائه

---

[1] عزي عبد الرحمن: **دراسات في نظرية الاتصال: حول فكر إعلامي متميز**، سلسلة كتب المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ،2003، ص 112.

[2] عزي عبد الرحمن: **دراسات في نظرية الاتصال: حول فكر إعلامي متميز**،نفس المرجع ، ص 9.

[3] باديس لونيس : **نظرية الحتمية القيمية في الإعلام نحو براديغم إعلامي متميز**،مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، العدد الرابع، المجلد الأول، 2012 ، ص ص 15/14.

الحضاري ، إلا أن عبد الرحمن عزي صرح أنه بدأ فعليا تحديد مسار نظريته بتقديم النظرية الاجتماعية الغربية الحديثة وتكييفها مع الواقع الجديد وعلاقاتها بالاتصال، في كتابه: "الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية .أما عن تسميتها بـ: "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام فيعود الفضل في ذلك إلى طالبه وزميله الآن في جامعة الشارقة الأستاذ الدكتور نصير بوعلي . وذلك بعد معارضتها بالحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان في دراسة مهمة قام خلالها بمقارنة قيمة بين النظريتين. ولقراءة النظرية وفهمها فهما صحيحا قدم نصير بوعلي في إحدى دراساته ما اصطلح عليه "بمفاتيح " النظرية، وتتمثل هذه المفاتيح استنادا إلى المقاربة البنيوية في:

_إن نظرية الحتمية القيمية في الإعلام كبنية تتضمن عناصر البناء التالية:

–أ علوم الإعلام والاتصال كمادة خام .

–ب الفكر الاجتماعي المعاصر في القرن العشرين كمادة مستوردة.

– ج التراث العربي الإسلامي على سبيل الاجتهاد وليس النقل كمادة محلية.

– د القرآن الكريم بمثابة الاسمنت الذي يمسك النظرية بإحكام.

افتراضات و ركائز النظرية :تنطلق النظرية من افتراض أساس يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تنبع أساسا من المعتقد ولذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا .وبالمقابل، يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر .ويعتبر مفهوم السالب والموجب من بين المفاهيم الجديدة التي قدمها عبد الرحمن عزي بالإضافة إلى المخيال الإعلامي (في مقابل الرأي العام) والزمن

الإعلامي، والرأسمال الإعلامي الرمزي، والوضع والخيال "والتمعقل" (من استخدام العقل) وفعل السمع والبصر، والبنية القيمية وغيرها .وهي بمثابة مباحث فرعية يرتكز عليها النسق الكلي وهو النظرية.

. أما أهم الركائز – المبدئية التي – تقوم عليها النظرية فتتمثل حسب عبد الرحمن عزي في:[1]

أن يكون الاتصال نابعا ومنبثقا من الأبعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي إليها المجتمع.

أن يكون الاتصال تكامليا؛ فيتضمن الاتصال السمعي البصري، والمكتوب والشفوي الشخصي، مع التركيز على المكتوب لأنه من أسس قيام الحضارات .

أن يكون الاتصال قائما على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل لا أن يكون أحاد متسلطا .

أن يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الارتقاء والسمو.

الخلفية فكرية لنظرية الحتمية القيمية في الإعلام:[2] إن اهتمام الدكتور عزي عبد الرحمن بالمنظور الاجتماعي "الفلسفي" في دراسة الاتصال كظاهرة ذات أبعاد متعددة يعود إلى اهتمامه بالفكر الاجتماعي والفلسفي المعاصر،وقد ساعده هذا الفكر على

---

[1] عبد الرحمن عزي: **دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكر إعلامي متميز**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت–لبنان، ،2003، ص ص 144/143.

[2] عبد الرحمن عزي، نصير بوعلي : **حوارات أكاديمية حول "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام"** ، دار الورسم للنشر والتوزيع ، الجزائر،2010، ص 46.

استيعاب ظاهرة الاتصال بمختلف تجلياتها، كما أن احتكاكه بإتباع النظريات في أمريكا أزال عليه الغموض، فكتب عن الظاهرة الاتصالية والإعلامية انطلاقاً من بعده الحضاري وبالاستناد إلى الفكر الاجتماعي المعاصر، فقام بالبحث في التراث إلى أن جاء ميلاد هذه النظرية الاتصالية القيمية التي تتميز ثقافياً وحضارياً عن النظريات الأخرى من دون أن تلغيها بل بالعكس تساعد على فهمها فهماً صحيحاً.

وإذا كان أصحاب نظريات الاتصال السابقة اهتموا بالأثر أو التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام والاتصال، فان نظرية عبد الرحمن عزي يصب جزءا منها في هذا الإطار، ومن هذا المنطلق فدراسة الأثر لا يتم في منظوره من دون مرجعية تربط محتويات وسائل الإعلام بالقيمة وقد استخدم المفكر عزي عبد الرحمن أداة منهجية من الفكر الاجتماعي البنيوي في الكشف عن هذه التأثيرات الايجابية والسلبية وهي أداة التضاد الثنائي والتي ترى أن الايجابي لا يفهم إلا بمقابلته بالسلبي، والأمر الجدير بالذكر أن نظرية الحتمية القيمية الإعلامية تتعايش مع النظريات الإعلامية الأخرى على بعض المستويات الواقعية والمنطقية، ولكنها تنفصل عنها على مستوى القيمة، وإذا كانت المرجعية الاجتماعية مصدر قوة نظريات الاتصال الغربية، فإن المرجعية القيمية تشكل ثقل نظرية العلامة الجزائري عبد الرحمن عزي .

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

السداسي الخامس

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس الرابع عشر- 14-)

نظرية دوامة الصمت

4.4 نظرية لولب الصمت(دوامة الصمت) :[1]

تعريف بصاحبة النظرية **اليزابيت نويلة – نويمان** لم يعرف تاريخ الصحافة والإعلام امرأة كان لها مثل هذا التأثير على مسار علم الإعلام والاتصال الجماهيري، امرأة أثارة كل هذا الكم من الجدل الفكري والنظري والتجريبي في مجالات علم الاتصال

---

[1] برهان شاوي: **نظرية لولب الصمت أو دوامة الصمت**،انظر الرابط

https://gasriya.blogspot.com/2010/11/blog-post_09.html تاريخ التصفح 2024/10/05 ساعة 16:44

والاجتماع والسياسة، مثل الباحثة والمنظرة الألمانية المعاصرة (إليزابيت نويلة – نويمان) التي شكلت في السبعينيات من القرن المنصرم نظريتها المعروفة ب(دوامة الصمت) أو (لولب الصمت) والتي قدمتها في كتاب صدر في العام 1980 بعنوان (دوامة الصمت – الرأي العام باعتباره جلدنا الاجتماعي(

–بدأت إليزابيث نويله– نويمان بتشكيل نظريتها في السبعينيات من القرن المنصرم، حيث دعت إلى اعتبار التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري في تأثيره على الجمهور المستقبل وبالتالي في تشكيل الرأي العام [1]

جوهر هذه النظرية قائم على الافتراض الأساس الذي يؤكد بأن وسائل الإعلام حين تتبنى آراء أو اتجاهات معينة، وخلال فترة محددة من الزمن، فأن القسم الأكبر من الجمهور سوف يتحرك في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام لما لها من قوة وتأثير على الجمهور، وبالتالي يتشكل الرأي بما يتناسق وينسجم في معظم الأحيان مع الأفكار التي تدعمها وسائل الاتصال، لاسيما التلفزيون فهي تؤكد بأن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري بشكل عام تنحاز أحيانا إلى جانب إحدى القضايا أو الشخصيات، بحيث يؤدي ذلك إلى تأييد القسم الأكبر من الجمهور للاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام، وذلك بحثا عن التوافق الاجتماعي. أما الأفراد المعارضين لهذه القضية أو تلك الشخصية فأنهم يتخذون موقف (الصمت) تجنبا لاضطهاد الجماعة الكبيرة المؤيدة، أو خوفا من العزلة الاجتماعية، وبالتالي فإنهم إذا كانوا يؤمنون بآراء مخالفة لما تعرضه وسائل الإعلام، فإنهم يحجبون آرائهم الشخصية، ويكونوا أقل رغبة في التحدث عن هذه الآراء مع الآخرين، أما الذين لديهم آراء منسجمة مع ما تبثه وسائل الإعلام فإنهم يكونوا أكثر نشاطا وجرأة في الإعلان عن هذه الآراء والتحدث بشأنها للحصول على القبول الاجتماعي.

---

[1] برهان شاوي: **نظرية لولب الصمت أو دوامة الصمت**، نفس المرجع السابق

وتقترح (نويله- نويمان) مجموعة مناهج في البحث تجمع بين المقاييس الميدانية والمسحية للجمهور وللقائمين بالاتصال، من اجل معرفة قوة وتأثير وسائل الإعلام، فضلا عن استخدام منهج تحليل المضمون ،لقد طورت إليزابيث نويله- نويمان نظريتها اعتمادا على البحوث التجريبية التي قامت بها أثناء عملها على هذه النظرية، وقد رصدت ثلاثة متغيرات أساسية تساهم وتزيد من قوة تأثير وسائل الإعلام وهي:[1]

1. **التأثير التراكمي من خلال التكرار:** حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديم رسائل إعلامية متشابهة ومتكررة حول قضية ما أو موضوع ما أو شخصية محددة بحيث يؤدي هذا العرض التراكمي إلى التأثير على المتلقي على المدى البعيد ، دون إرادة منه، شاء أم أبى، ومهما كانت قوة حصانة المتلقي ضد الرسالة الإعلامية.

.2_التسيير اللاإرادي للمتلقي والتأثير الشامل عليه: ومعناه: إن وسائل الإعلام تسيطر على الإنسان وتحاصره في كل مكان، في الشارع، ومكان العمل، والبيت، وتهيمن على بيئة المعلومات المتاحة له، وعلى مصادر المعلومات، مما ينتج عنه تأثيرات شاملة على الفرد يصعب عليه الخلاص منها، بحيث تشكل دون إرادة منه، كل نظرته ورأيه للعالم والأشياء.

.3_التجانس والهيمنة الإعلامية: وهذا يعني بأن القائمين على الاتصال والعاملين في الوسط الإعلامي يقدمون رسائلهم الإعلامية انسجاما مع موقف أصحاب المؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها، والتي هي بدورها تقوم انسجاما واتفاقا مع أصحاب المصالح الكبرى في توجيه الرأي العام للجمهور، بحيث يؤدي ذلك إلى تشابه توجهاتهم وتشابه المنطق الأخلاقي للعمل الإعلامي الذي يقومون به، ويؤدي ذلك إلى

---

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، المرجع نفسه، ص 280.

تشابه الرسائل الإعلامية التي تناقلتها وسائل الإعلام المختلفة، مما يزيد من قوة تأثيرها على المتلقي

كل هذه العوامل تؤدي كما ترى اليزابيت نويله – نويمان إلى تقليل فرصة الفرد المتلقي في أن يكون لنفسه رأيا مستقلا حول القضايا المثارة، وبالتالي تزداد فرصة وسائل الإعلام في تكوين الأفكار والاتجاهات المؤثرة في الرأي العام وترى نويله – نويمان أن هناك عوامل عديدة تجعل الناس يحرصون على إبداء وجهات نظرهم والمشاركة بآرائهم، منها:[1]

1_إبداء الرأي يمنح المرء إحساسا بالانتماء إلى رأي الأغلبية، بينما حينما يكون للفرد رأي مخالف فأنه يصمت

2_يميل المرء إلى التخاطب مع من يتفقون معه بالآراء أكثر مع يختلفون معه

3_تقدير المرء لذاته يدفعه إلى إبداء رأيه

4_يميل الأفراد إلى إبداء آرائهم عندما يشعرون أنهم أكبر عددا ويمثلون الأغلبية، وأحيانا تشجعهم القوانين على ذلك

بينما في غير هذه الحالات سوف يميل الفرد لالتزام الصمت، ويزداد هذا الصمت كلما ازداد الضغط لصالح رأي الأغلبية

وفي الأنظمة الدكتاتورية، يزداد هذا الصمت ليس بسبب وجود الأغلبية، وإنما لوجود الدولة وأجهزتها القمعية

[1] برهان شاوي: **نظرية لولب الصمت أو دوامة الصمت**، نفس المرجع السابق.

إنتقادات نظرية:[1] إن وسائل الإعلام لا تعبر بالضرورة عن رأى الأغلبية، بل تعكس أحيانًا رأى الأغلبية المزيفة التي تروج لها وسائل الإعلام. هذا الانتقاد عززه المفكر النقدي ناعوم تشومسكى، فقد تطرق بكتابه المهم في هذا المجال (السيطرة على الإعلام، الإنجازات الهائلة للبروبجندا) في موضوع كيفية استخدام الإعلام والدعاية في تجريد الديمقراطية من قوة تمثيلها للإرادة الشعبية وتحويل تلك الإرادة الشعبية نحو موضع مزيف آخر يصب أو يخدم مصلحة النخب المهيمنة في المجتمع. وهنا يبرز بقوة مصطلح الرأي العام "الكامن" حيث يقسم الرأي العام. وفقا للنظم السياسية المسيطرة على الحكم في المجتمع الحديث إلى نوعين:

-رأي عام ظاهر في الدول الديمقراطية.

-ورأي عام باطن أو كامن في الدول التي تفتقد إلى الديمقراطية.

جامعة الدكتور مولاي طاهر سعيدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم العلوم الانسانية

السنة الثالثة اتصال

[1] Neuwirth, K. (2000) '**Testing the spiral of silence model**: the case of Mexico' in International Journal of Public Opinion Research 12 :p 139.

دروس مقياس:

نظريات الاتصال 1

(الدرس الخامس عشر- 15-)

نظريات الإعلام و الاتصال

نظريات القائم بالاتصال

نظريات القائم بالاتصال:

1.5 نظرية حارس البوابة التقليدية

لقد كانت نظرية حراسة البوابة تقوم على مفاهيم الحقبة الاتصالية السابقة التي امتدت حتى نهاية الثمانينيات القرن الماضي، وحيثما كان النمط الخطي الهابط والهرمي يغلب على الاتصال والإعلام، وقد سهلت تلك الخصائص التقنية الأخرى ذات الصلة بالتنظيم الاجتماعي من ممارسة عملية الضبط والتحكم التي سميت فيما بعد بحراسة البوابة. وينسب الفضل عادة إلى عالم النفس النمساوي الأصل الأمريكي الجنسية "**ليفن كيرت**" في صك مصطلح (حارس البوابة) خلال بعض أبحاثه حول سلوك الجماعة إزاء مسألة التعبئة العامة حول المجهود الحربي، إذ تركز الجهد البحثي لعالم النفس في وضع استراتيجيات اقناعية بهدف تغيير مواقف ربات البيوت بخصوص الأنظمة الغذائية ضمن اقتصاد يتميز بالندرة.وقد تجلت وتحددت خلال هذه التجارب فكرة

حارس البوابة أو المتحكم في تدفق المعلومات بصفتها وظيفة يقوم بها قادة الرأي غير الرسميين.[1]

يرجع الفضل كما اشرنا في تطوير هذه النظرية إلى كير تلوين في عام 1977، حيث ترى هذه النظرية أن المادة الإعلامية تمر بعدة نقاط في رحلتها تسمى بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل ويخرج، كما طالت المراحل التي تمر بها الأخبار يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات، هذه المراحل التي تمر بها الرسالة الإعلامية تشبه السلسة المكونة من عدة حلقات وابسط هذه الحلقات هي سلسلة الاتصال المواجهي، أحيانا يكون قدر المعلومات التي تخرج من بعض الحلقات أكثر مما يدخل وهذا ما يطلق عليه أجهزة التقوية، في كل حلقة في السلسلة فرد ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي أم سيزيد أم سيحذف منها.[2]

وقد كان كفين قد حدد مراحل عملية حراسة البوابات الإعلامية في مقالته الشهيرة عام 1945 كما يأتي:[3]

1. تنتقل الأطعمة خطوة بخطوة عبر قنوات يتباين مقدار الوقت الذي تقضيه في كل قناة.

---

[1] عزام أبو الحمام: **نظرية حارس البوابة الإعلامية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة لتكنولوجيا الاتصال**، مجلة الرسالة للبحوث والدراسات الإنسانية ، المجلد الأول، العدد 4، 2017، ص 275.

2 أسامة بن مساعد المحيا: **نظريات التأثير الإعلامية**،مطبوعة بيداغوجية، جوان 1433، ص 07.

[3] .McQuail D ,**Mass Communication Theory**, 5edition. NewDelhi, Vistaar Publication,2005, p 136.

2. أثناء حركة الأطعمة عبر القنوات يجب أن تمر المعلومات من بوابة لتنتقل للجزء التالي، وهكذا حتى أن تصل إلى مبتغاها الأخير (مائدة الطعام).

3. الطعام لا يتحرك عبر القنوات من خلال قوة دفع ذاتية، بل تتحكم به مجموعة من القوى التي تسير فيها المعلومات وهي غالبا ما تكون ربة البيت.

4. قد يكون هناك عديد القنوات التي تؤدي إلى النتيجة النهائية نفسها، بمعنى أن محطات السلسلة تطول أو قد تقصر من حالة لأخرى (السوق أو الحقل، ثم المخزن ثم المطبخ، ثم مائدة الطعام).

5. القوة المؤثرة في القنوات تختلف عن بعضها البعض، حتى بين الأقسام داخل القناة الواحدة.

6. تعمل هذه الديناميكية بين الأفراد والجماعات الاجتماعية بهدف الحفاظ على سيطرة صناع القرار على النظام المقبول أو المعمول به.

العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية:

يمكن تقسيم العوامل التي تؤثر على عمل حارس البوابة الإعلامية إلى أربعة عوامل أساسية:

أولا: معايير المجتمع وقيمه وتقاليده.

ثانيا: معايير ذاتية تشمل :عوامل التنشئة الاجتماعية والتعليم، والاتجاهات، والميول، والانتماءات، والجماعات المرجعية.

ثالثا: معايير مهنية تشمل: سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه.

رابعا: معايير الجمهور[1].

أولا : قيم المجتمع و تقاليده:

يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه و مبادئه على القائم بالاتصال، فقد يضحي القائم بالاتصال أو وسائل الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع و تقاليده.

ثانيا: المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:

تلعب الخصائص والسيمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا مهما مثل: النوع، العمل، الدخل، التعليم، الانتماءات الفكرية أو العقائدية، و يؤثر الانتماء في طريقة التفكير واتخاذ القرارات.

ثالثا: المعايير المهنية للقائم بالاتصال:

يعتبر القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عملية التي تؤدي إلى توافقه مع سياسية المؤسسة الإعلامية التابع لها.

رابعا: معايير الجمهور:

لاحظ الباحثان **شولمان وإثيل دي سولا بول** أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال والعكس صحيح،إذ يؤثر الجمهور بتقبله للخبر على القائم بالاتصال و نوعية الأخبار التي يقدمها.[2]

---

[1] مكاوي عماد حسن، حسي سيد ليلى، **الاتصال و نظرياته المعاصرة**، مرجع سبق ذكره، ص ص 178/177.

[2] تلاحمة ثائر محمد: **حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت**، رسالة ماجستير ،منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 52.

ويمكن الاعتماد على تقسيم الدكتورة جيهان احمد رشتي حول العوامل التي تؤثر على دراسة البوابة :

العوامل الشخصية:

1. التكوين النفسي للشخص
2. المستوى التعليمي والمهني
3. الاتجاه السياسي والفكري
4. مستوى التمسك بالعادات والتقاليد والأعراف
5. الحالة الصحية مستوى (السمع والنظر)[1]

العوامل البيئية الخارجية:

1. الظروف السياسية السائدة
2. شكل الحكم والنظام الصحفي السائد ونوع القوانين ودرجة الحرية المتاحة.
3. الظروف الطبيعية السائدة.
4. حالة الاتصال الصحفي ومصادر الأخبار

العوامل المؤسسية:

1. نوع المؤسسة الصحفية
2. ملكية الصحف وتوجهها السياسي
3. تأثير الأقران والزملاء في مجال العمل
4. الواقع الاقتصادي للمؤسسة الإعلامية
5. القوانين والنظم والسياسة التحريرية التي تحكم عمل المؤسسة

---

[1] عبد النبي عبد الله الطيب: **فلسفة ونظريات الإعلام**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الخرطوم، 2014، ص 123.

6. المستوى الوظيفي للمحرر
7. تأثير الصحف الكبرى (صحف الصفوة) على الصحف الصغرى
8. تأثير الوكالات الإخبارية على وسائل الإعلام [1]

2.5 نظرية حارس البوابة الالكترونية:

في إطار البيئة الإعلامية الالكترونية تتخذ علاقة مفهوم حراسة البوابة بمفهوم الرقابة أشكالا جديدة حيث أحدثت تكنولوجيا الاتصال الحديثة تغييرات كثيرة في طبيعة هذه العلاقة فهي تقوي فعالية الأطراف التي سلبتها حراسة البوابة التقليدية حريتها في الاختيار والتعرض للرسائل والمضامين الإعلامية كما تضع أمامهم سيلا كبيرا من التدفق ألمعلوماتي والإخباري لم يكن متاحا في السابق ومن مصادر متعددة وهو ما زاد عدد المتمتعين بالحرية الإعلامية في مجال بث المعلومات أو استقبالها[2]، كذلك أصبحت منبرا جديدا للأصوات والآراء المحرومة وفي الوقت نفسه أفرزت البيئة الإعلامية الالكترونية قوى رقابية جديدة تمارس شكلا جديدا من الرقابة الالكترونية تقوم به برامج خاصة بحجب المادة والفلترة مثل برنامج (بروكسي) الذي يقوم بحجب الوصول إلى مواقع معينة ومضامين محددة ومن ابرز الدراسات التي حاولت استكشاف سمات حراسة البوابة في البيئة الالكترونية أعمال سينجر عن إدارة الحجرات الإخبارية الالكترونية عام 1999.

---

[1] عبد النبي عبد الله الطيب: **فلسفة ونظريات الإعلام**، نفس المرجع السابق، ص 124.

[2] محمد فياض حسن: **نظريات الاتصال**، قسم الإعلام، كلية المستقبل الجامعة،ص 65.

ومن ناحية أخرى أشارت بعض الدراسات إلى أن الانترنت مكنت بعض حراس البوابة الجدد الذين يفتقرون إلى الخلفية والخبرة الإعلامية أن يوصلوا رسائلهم لجمهور كبير وفي هذا محاذير كثيرة.[1]

أهم فروقات سمات حراس البوابة في البيئتين الإعلاميتين التقليدية والالكترونية:

عدد حراس البوابات الإعلامية لم يصبح من الضروري تواجد عدد كبير من الإعلاميين كحراس بوابة يسهمون في إنتاج عمل إعلامي معين أو أن تمر المادة الإعلامية على عدة بوابات قبل أن تصل إلى الجمهور، وليس بالضرورة كذلك أن تتم مراحل عملية حراس البوابة في شكل خطي أو أن يبتدئ فتح البوابات من قبل الإعلامي.

حيث أصبح من الممكن تبادل المواقع بين أطراف عملية حراس البوابة (مرسل – مستقبل) وأصبح بمقدور كل طرف فيها القيام بالدور الأول للعملية أو أن يمتلك مفتاح البوابة ففي وسائل الإعلام الجماهيري تتحرك الرسالة الإعلامية ضمن سلسلة تتراوح بين القصر والطول. فقد تبدأ من أبسط مكوناته المصدر الصحفي المحرر الجمهور، لتصل إلى أطول من ذلك إذ أخذنا بعين الاعتبار الإعداد والإخراج والتقديم. وفي أحيان أخرى تبدأ السلسلة من وكالات الأنباء إلى تأثير الفنيين بما يضيفونه من مؤثرات مرئية وصوتية على الرسالة.[2]

أما في الإعلام الجديد فيمكن أن تمر بالمراحل ذاتها في حراس البوابة ضمن الوسائل التقليدية. خاصة حين يتعلق الأمر بالمواقع الالكترونية التي أنشئت امتدادا للمؤسسات الإعلامية الأصلية على أرض الواقع, فال يختلف الوضع ضمن شبكة ألانترنت من

---

[1] محمد فياض حسن: **نظريات الاتصال**،نفس المرجع السابق، ص 65.

[2] فاطمة صابي: **الأداء الوظيفي لحارس البوابة في البيئة الإعلامية الجديدة**، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3 ، العدد 3، 2022، ص ص 37/36.

ضرورة إشباع سياسات المؤسسة وخطها الافتتاحي. إلا أن الإمكانيات التي أتاحتها خدمات الأنترنت ساعدت في كسر الانتقال الخطي النمطي للرسالة عبر حراس البوابة ومرورها بمسالك خطية.[1]

[1] فاطمة صابي: **الأداء الوظيفي لحارس البوابة في البيئة الإعلامية الجديدة**، نفس المرجع السابق، ص 37.

القائمة البيبليوغرافية.

(المصادر والمراجع المعتمد عليها)

الكتب:

1) ابن منظور جمال الدين: «**لسان العرب**"، المجلد الحادي عشر، دار بيروت للطباعة والنشر، بيروت، 1956.

2) الرازي محمد عبد القادر: "**مختار الصحاح** "،دار النهضة ،القاهرة،1987.

3) إمام إبراهيم :"**الإعلام والاتصال بالجماهير** "،ط 2، مكتبة الأنجو المصرية، القاهرة ، 1975.

4) علم الدين محمود وتيمور عبد الحسيب محمود: "**أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق والإعلام** "،د ن ،القاهرة،2003.

5) إسماعيل محمود حسن: "**الاتصال ونماذجه**"، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.

6) حمد حسين سمير:"**الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام** "، عالم الكتب، القاهرة، 1984.

7) عدلي العبد عاطف: **الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية**،دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.

8) عدلي العبد عاطف: **مدخل إلى الاتصال والرأي العام، الأسس العلمية والتطبيقات العربية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007

9) إحدادن زهير: **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال**،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 1991.

10) حمزة عبد اللطيف: **الإعلام له تاريخه ومذاهبه**، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965.

11) الدليمي عبد الرزاق:**الإعلام الإسلامي**، دار مكتبة الرائد العلمية، الأردن، 2003.

12) المشابقة بسام عبد الرحمن: **نظريات الاتصال**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.

13) الدليمي عبد الرزاق: **نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين**، ط1، دار اليازودي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

14) موريس أنجرس:**منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، تر:بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبة للنشر، الجزائر،2004.

15) دويدي رجاء وحيد: **البحث العلمي سياسته النظرية و ممارساته العلمية**، دار الفكر، دمشق، 2000.

16) بوجمعة رضوان ، **محاضرة الظاهرة الاتصالية ومفهوم النظرية**، نظريات الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 16 أكتوبر ،2014.

17) العربي بوعمامة: **النظريات السوسيولوجية والاتجاه القيمي في الإعلام**، الأسئلة النظرية والمعرفية،ط 1، منشورات ألفا للوثائق، 2020.

18) ماتلار أرمان وميشال ، **تاريخ نظريات الاتصال**، تر: نصر الدين لعياضي، الصادق رابح، ط 1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت،2005.

19) كافي مصطفى يوسف :**الرأي العام ونظريات الاتصال**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.

20) المفلح عمر خضرة: **الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة**، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

21) الحضيف محمد بن عبد الرحمن: **كيف تؤثر وسائل الإعلام؟**، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض ، 1998.

22) سعود البشر محمود: **مقدمة في الاتصال السياسي**، مكتبة العبيكان للنشر، الرياض ، 1997.

23) عبد الواجد أمين رضا: **الصحافة الإلكترونية**، ط1 ، دار الفجر، القاهرة،2007 .

24) محمد طلعت شهيناز :**وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية** ، دراسة مقارنة وميدانية في المجتمع الريفي، ط2 ، مكتبة ، 1986.

25) دليو فضيل: **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال**، ط1، دار الثقافة ،عمان، 2010.

26) ديفلير ملفين وبول ساندرا – روكيش (مترجم)،ج2 : "**نظريات وسائل الإعلام**" الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة 1993.

27) عبدة عزيزة:" **الإعلام السياسي والرأي العام (دراسة في ترتيب الأولويات)**"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

28) عبد الحميد محمد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير** ، عالم الكتب، القاهرة، 2004.

29) مهنا فريال: **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، دار الفكر، دمشق، 2002.

30) الطرابيشي مرفت ، عبد العزيز السيد: **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية ،القاهرة، 2006.

31) الدليمي عبد الرزاق: **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن ،2016.

32) مكاوي حسن عماد و حسين السيد ليلى: **الاتصال و نظرياته المعاصرة**، ط1 ، الدار المصرية اللبنانية 1998، القاهرة.

33) عزي عبد الرحمن: **نظرية الحتمية القيمية في الإعلام**، الدار المتوسطية للنشر، تونس ، 2011.

34) عزي عبد الرحمن: **دراسات في نظرية الاتصال: حول فكر إعلامي متميز**، سلسلة كتب المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003.

35) لونيس باديس: **نظرية الحتمية القيمية في الإعلام نحو براديغم إعلامي متميز**،مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، العدد الرابع، المجلد الأول، 2012.

36) عزي عبد الرحمن: **دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكر إعلامي متميز**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت–لبنان، 2003.

37) عزي عبد الرحمن ، بوعلي نصير : **حوارات أكاديمية حول "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام"** ، دار الورسم للنشر والتوزيع ، الجزائر،2010.

38) الطيب عبد النبي عبد الله: **فلسفة ونظريات الإعلام**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الخرطوم، 2014.

39) دليو فضيل: **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال المفهوم، الاستعمالات، الأفق**، دار الفايز للطباعة والنشر،قسنطينة، 2010.

المجلات:

1. محمدي خيرة، بشريف وهيبة: **دور الإعلام الأمني في نشر التوعية الأمنية لدى الشباب**، مجلة الرواق، دار التل للطباعة، 2017.

2. شتلة ممدوح ، كامل حنان: **استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية**،دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد 11، 2015.

3. مصطفى على سيد عبد النبي، **الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباعات**، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة – العدد 23، يونيو 2019.

4. مدفوني جمال الدين: **نظرية الاستخدامات والاشباعات من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي**، مجلة الرسالة للدراسة الإعلامية ،المجلد 3 العدد3، 2019.

5. جمال الدين هبة:"**أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام** "،المجلة الاجتماعية القومية ،المجلد الثلاثون ،العدد الثاني والثلاثون ، مصر ، سبتمبر 1993.

6. ياسين قرناني :**بين مارشال ماكلوهان وعزي عبد الرحمن قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية**، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عمار ثليجي الاغواط ،المجلد 8، العدد 1، 2014.

7. نصير بوعلي: **الإعلام والقيم**، دار الهدى، الجزائر، 2005.

8. خلايفية عمار: **تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد**، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3، العدد 3، 2022.

9. سويقات لبنى، عبد الإله عبد القادر: **الحتمية التكنولوجية :مدخل نظري لدراسة استعمالات الإعلام الالكتروني** ، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 9، العدد 2، 2016.

10. بوسعيد رندا: **التغيير الاجتماعي والحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام، قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان** ،مجلة سوسيولوجيا، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 1، العدد، 1، 2017

11. أبو الحمام عزام: **نظرية حارس البوابة الإعلامية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة لتكنولوجيا الاتصال**، مجلة الرسالة للبحوث والدراسات الإنسانية ، المجلد الأول، العدد 4، 2017، ص 275.

12. فاطمة صابي: **الأداء الوظيفي لحارس البوابة في البيئة الإعلامية الجديـــدة**، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3 ، العدد 3، 2022.

مذكرات مطبوعات بيداغوجية:

1. عباسي نعمان :**مقاربات علم الاجتماع بين التكامل والتعدد**، أطروحة دكتوراه، علم الاجتماع، قسنطينة،

2. سعيدة عباس: **مدخل إلى علم الإعلام والاتصال**، مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة سنة أولى جذع مشترك علوم إسلامية، كلية العلوم الإسلامية، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2021/2020.

3. مكاوي حسن عماد ، عدلي العبد عاطف: **محاضرات في مادة نظريات الإعلام**، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة.

4. رضا عيد حمودة: **الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين** ، ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2015.

5. صالحي دليلة: **محاضرات في المداخل الأساسية للبحوث الإعلام**، سنة أولى ماستر سمعي بصري، كلية علوم اجتماعية وإنسانية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2022.

6. بومعيزة السعيد: "**اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكات لدى الشباب**"، رسالة دكتوراه غير منشورة ،قسم الإعلام ،جامعة الجزائر ، 2005.

7. هشام رشدي خير الله: **محاضرات في نظريات الإعلام**، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، جامعة المنوفية، مصر.

8. تلاحمة ثائر محمد: **حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت**، رسالة ماجستير ،منشورة، جامعة الشرق الأوسط، 2012.

9. أسامة بن مساعد المحيا: **نظريات التأثير الإعلامية**،مطبوعة بيداغوجية، جوان 1433.

10. محمد فياض حسن: **نظريات الاتصال**، قسم الإعلام، كلية المستقبل الجامعة.

11. طبيش الميلود: **محاضرات في مادة الاتصال في المؤسسة**، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، 2018/2017.

الكتب بالأجنبية:

1. Schramm Wilbur, (ed), The process and Effects of mass communication, (Urbana:University of Illinois press), 1961.
2. Denis Mcquail, **Communication: Aspects of Modern Society**,2nd ,Edition (London ,New York :longman,1982)

3. Definition of approach in Oxford Dictionaries (British & World English) oxforddictionaries.com/definition/english/approach
4. Neuwirth, K. (2000) '**Testing the spiral of silence model**: the case of Mexico' in International Journal of Public Opinion Research 12 .
5. .McQuail D ,**Mass Communication Theory**, 5edition. NewDelhi, Vistaar Publication,2005.
6. _ Gadi wolfsfeld , « Media protest and political violence: A Transactional analysis », Journalism Monograhs ,N: 127, 1991 .

الروابط:

الموسوعة الجزائرية للدراسات السياسية والإستراتيجية، **مفهوم المنظور في العلاقات الدولية**:https//:www. Politics.

مصطفى بابكر معتصم: **بحوث الاتصال في العالم العربي وفاعليتها في إثراء المعرفة الإعلامية النظرية**، مركز الجزيرة للدراسات

https://studies.aljazeera.net/ar/article/5456

الشيخ محمد المختار دية: **الإعلام والجمهور من يحكم الأخر؟**، انظر الرابط

https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/575

منتديات ستار تايمز، انظر الرابط :

https://www.startimes.com/f.aspx?t=38829761

نسرين حسونة: **نظريات الإعلام والاتصال**، شبكة الألوكة، كتاب منشور PDF ص19 على الرابط:

www.alukah.net/books/files/book_6269/bookfile/ealam.pdf

كمال الحاج: **نظريات الإعلام والاتصال**، الجامعة الافتراضية السورية، 2020 انظر الرابط: https://mafahem.com/sl_6951

برهان شاوي: **نظرية لولب الصمت أو دوامة الصمت**،انظر الرابط https://gasriya.blogspot.com/2010/11/blog-post_09.html