جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

مطبوعة بيداغوجية جامعية في مقياس

نظريات الاعلام والاتصال

سنة ثالثة علوم الاعلام والاتصال

السداسي الخامس والسادس

من إعداد:

د/ أحمد شريف بسام

السنة الجامعية 2024/2023

عنوان الوحدة: وحدة تعليم أساسية

عنوان الوحدة: وحدة تعليم أساسية

المادة: نظريات الاعلام والاتصال

الرصيد: 5

المعامل: 2

أهداف التعليم:

تزويد الطالب بمختلف التقسيمات الخاصة بنظريات الاتصال، من نشأتها الى الوقت الراهن، وهو عمل يهدف الى المساهمة في التكوين النظري للطالب في علوم الاعلام والاتصال، وتعلميه التفكير حول التنظير في الاتصال وتطوير المعارف الخاصة بنظريات الاتصال وبناء ثقل نظري حول النظريات.

المعارف المسبقة المطلوبة

معارف أولية عامة حول علوم الاعلام والاتصال (مجالات دراستها وتخصصاتها).

محتوى المادة (يوزع على السداسيين الخامس والسادس)

- مفاهيم أولية: مفهوم النظرية (التقليد، المنظور، المدخل، المقاربة، المدرسة)، ومفهوم النظرية الاتصالية.
- التطور التاريخي لنظريات الاتصال (استعراض تصنيفاتها، ومقاربتها وأهم تقاليدها النظرية).
- استعراض مفصل للنظريات: التأثير القوي والمباشر، التأثير الانتقائي، نظريات التأثير المحدود، نظريات التأثير على المدى البعيد.

طريقة التقييم:

علامة الأعمال الموجهة 50 % + الامتحان 50%

الرقم	فهرس المحتويات	الصفحة
1	مدخل الى الاتصال	05
2	مدخل الى الاعلام	12
3	نظريات الاعلام (الأنظمة الاعلامية)	15
4	نظرية السلطة	18
5	نظرية الحرية	21
6	نظرية المسؤولية الاجتماعية	26
7	النظرية الشيوعية	32
8	نظرية المشاركة الديمقراطية	35
9	النظرية التنموية	37
10	مفهوم النظرية العلمية في دراسات الاتصال	40
11	نظرية الحقنة تحت الجلد	43
12	نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين	48
13	نظرية انتشار المبتكرات	51
14	نظرية الاستخدامات والاشباعات	55
15	نظرية ترتيب الأولويات	61
16	نظرية الأطر الإعلامية	68
17	نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام	72
18	نظرية الغرس الثقافي	75
19	نظرية حارس البوابة	80
20	نظرية الفجوة المعرفية	85
21	نظرية لولب الصمت	89
22	نظرية مارشال ماكلوهان	94
23	نظرية اجتياز المجتمع التقليدي	97
	قائمة المصادر والمراجع	101

1. مدخل الى الاتصال

الاتصال هو سمة انسانية في جوهره وفعل يعبر عن الذات الإنسانية الفردية والجمعية , ويعمل على خلق التقارب والتفاهم وتنظيم العالقات بين البشر فهو يشمل على عدة عمليات معقدة ومستمرة ليس لها بداية او نهاية و ترتبط بكل اوجه النشاط البشري , لذلك فأن المهارات الاتصالية الذكية تحسن توجيه دفة خطابها السيكولوجي للجمهور بعناية فائقة وخبرات قديرة تتسم بالمرونة والانفتاح ودقة في توجيه الاتصال ,وقد تعددت وتنوعت الر ؤ ى الاكاديمية في تعريف الاتصال الذي هو في اساسه نمط من السلوك البشري يعمل على خلق التفاعل بين الأفراد كجزء من متطلبات الحياة الاجتماعية.

ويعد الاتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني، وإذا سئل الإنسان عن النشاطات التي يقوم بها يوميا فان إجابته ستكون في كل الأحوال وأيا كانت مكانته وأيا كانت ظروفه الصحية والمادية تدور حول استقبال اتصال أو إرسال اتصال بالكلام أو المشاهدة أو القراءة أو الكتابة أو الإشارة، وكلها نشاطات اتصالية بين طرفين، بين الفرد والآخرين من المحيطين به، أو بينه وبين ذاته أو بينه وبين الوسائل السمعية والبصرية والمقروءة، بالإضافة الى وسائط الاتصال الجديدة.

ويمثل الاتصال أساس النشاط الإنساني ولب العلاقات الاجتماعية السائدة بين البشر، ويقدر نجاح اتصال الفرد مع الآخرين فإن ذلك يؤشر لنجاحه في الحياة وكذلك الحال مع الأمم والشعوب، حيث كلما تواصلت الأمم مع بعضها قلت الفجوة الاجتماعية والمعرفية والحضارية بينها والعكس صحيح[1].

[1]. خورشيد مراد كامل: **الاتصال الجماهيري والاعلام، التطور، الخصائص، النظريات**، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2014، ص: 40.39.

ويوفر الاتصال مجموعة من الحاجات الأساسية للأفراد والمجتمعات منها: الحاجة إلى المعلومات والتسلية والترفيه، الحاجة إلى الأخبار حول مشكلات الراهنة، الحاجة إلى رفع مستوى المعارف والثقافة العامة، الحاجة إلى دعم الاتجاهات النفسّة وتعزيز المعايير والقيم والمعتقدات أو تعديلها والتوافق مع المواقف الجديدة.

لذلك يرى العديد من الباحثين أن الاتصال هو الحياة، لما فيه من قيمة وأهمية بالنسبة للمجتمعات، والأفراد، وهذا ما يؤكد ان الاتصال لا ينفرد به فقط الجنس البشري، ولكن هناك اتصال بين العديد من الكائنات الحية وهذا ما يرفع من قيمة وأهمية الاتصال.

مفهوم الاتصال

إن كلمة الاتصال بالرغم من تداولها الواسع، فهي تحمل معاني مختلفة، فقد نستعملها لنعني بها مجال الدراسة الأكاديمي أو النشاط التطبيقي الملازم له، أو بوصفها علما أو فنا أو علاقات إنسانية أو وسائل اتصال جماهيرية، كما أنها قد تعتبر عن عملية هادفة مقصودة أو طبيعية تلقائية.

فالاتصال كلمة ترجمة عن الإنجليزية **Communication**، وهي مشتقة أصلا من الكلمة اللاتينية **Communis** والتي تعني الشيء المشترك، وفعلها **Communcare** أي يذيع أو يشيع.

والاتصال لغويا هو كلمة مشتقة من المصدر وصل، والذي يعني الصلة وبلوغ الغاية، أما قاموس أوكسفورد، فيعرف الاتصال بأنه نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات بالكلام أو الكتابة أو الإشارات[2].

يمكن اختصار وصف الاتصال بأنه سر استمرار الحياة على الأرض وتطورها، بل أن بعض الباحثين يرى أن "الاتصال هو الحياة نفسها." وعلى الرغم من أن الجنس البشرى لا ينفرد

[2]. دليو فضيل: **الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص: 15.

وحده بهذه الظاهرة، حيث توجد أنواع عديدة من الاتصال بين الكائنات الحية، بيد أن الاتصال بين البشر شهد تنوعاً في أساليبه، وتطوراً مذهلا في المراحل التاريخية المتأخرة[3]

وقد اهتم الباحثين في جميع المجالات العملية بتوضيح معنى الاتصال، وقد اختلف هؤلاء في تعريفهم للاتصال، نظرا لاختلاف مناهجهم ومجال دراستهم ومدى اهتماماتهم، إلا أنهم ركزا على عنصر مهم هو نقل المعلومات، لذا نطرح بعض التعريفات من وجهات نظر مختلف لباحثين في مجالات مختلفة، ومن نماذج هذه التعريفات نذكر ما يلي:

فقد عرف عالم الاجتماع شارليز رايت **(Ch.R.Wright)** الاتصال بأنه: هو عملية نقل المعنى أو المغزى بين الأفراد.

أما شارلي كوني **(Charles Cony)** فقد عرف الاتصال على أنه: ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية، بواسطة نر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان.

في حين عرف كل من ستينير وبيرلسون **(Steiner. Berleson)** الاتصال بأنه : عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة للتجارب، إما شفوية أو باستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات، بقصد الإقناع أو التأثير على السلوك.

وقد وصف الاتصال روجرز و كنكيد **(Rogers. Kincad)** بأنه: العملية التي يخلق منها الأفراد المعلومات المتبادلة ليصلوا إلى فهم مشترك[4].

أما جيهان رشتي في كتابها الأسس العلمية لنظريات الإعلام، فقد توصلت بعد الكثير من التعريفات حول الاتصال، وخلصت الى ما يلي: استخدمت كلمة اتصال في مضامين مختلفة

---

[3]. العبد الله مي: **البحث في علوم الإعلام والاتصال، من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات المنهجية**، دار النهضة العربية، لبنان، 2010، ص: 64.63.

[4]. عابد زهير: **الإعلام الجماهيري**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص: 24.

وتعددت مدلولاتها، فكلمة اتصال في أقدم معانيها تعني نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات من فرد إلى آخر، ولكن بعد ذلك أصبحت كلمة اتصال تعني أيضا خطوط للمواصلات أو قنوات تقوم بربط مكان بآخر أو تقوم بنقل سلع وأفراد، وقد حدث تقدم هائل في هذا النوع من الاتصال منذ قيام الثورة الصناعية، وقد استخدم المهندسون كلمة اتصال باستمرار الإشارة الى التلفزيون والتلغراف والراديو، كما استخدمها الأطباء في الحديث عن الأمراض المعدية، وقد أدرك علماء الاجتماع أنهم يستطيعون استخدام كلمة اتصال لتصف عملية التفاعل الإنساني، فعرف بعضهم الاتصال بأنه العمليات التي يؤثر عن طريقها الأفراد في من حولهم، ونظر البعض الآخر خاصة علماء السياسة إلى المجتمعات على أنها نظم اتصال.

وعليه فإن الاتصال هو عملية يقوم بها شخص ما في ظرف ما، لينقل رسالة ما تحمل معلومات أو آراء، أو اتجاهات ما، أو مشاعر إلى الآخرين لهدف ما، وذلك عن طريق الرموز والصور والإشارات، بغض النظر عما يعترضها من تشويش[5].

ويتميز الاتصال بمجموعة من الخصائص نذكرها فيما يلي:

- الاتصال عملية مستمرة.
- الاتصال يشكل نظاما متكاملا.
- الاتصال تفاعلي وآني ومتغير.
- الاتصال غير قابل للتراجع أو التفادي غالبا.
- الاتصال قد يكون مقصودا أو عكس ذلك.

[5]. شاوي برهان: **الدعاية والاتصال الجماهيري عبر التاريخ**، دار الفرابي، لبنان، 2012، ص: 22.21.

- الاتصال ذو أبعاد متعددة[6].

أما عن الاتصال الجماهيري فيعود الحديث عنه عند اختراع الطباعة على يد جوتنبرغ عام 1453 البداية الحقيقية للاتصال الجماهيري، حيث أصبح بالإمكان طباعة النسخ العديدة من الكتاب الواحد، ومما مهد لتطوير الطباعة السريعة ظهرت الصحافة في القرن السادس عشر.

وتشتمل وسائل الإعلام الجماهيري **Mass Media** على تلك الوسائل التي لها مقدرة على نقل الرسائل الجماهيرية من مرسل الى عدد كبير من الناس، من طرف مؤسسات الاتصال الجماهيري كالصحف والمجلات والسينما والراديو والتلفزيون[7].

وتعبير الاتصال الجماهيري هو عملية تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات والآراء بهدف التأثير، بأسلوب مباشر أو غير مباشر، عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري، الذي يتم من خلال سلسلة من التفاعلات المتبادلة وحلقات مترابطة قوامها: مرسل، مستقبل، رسالة، وسيلة اتصال، وهذه السلسلة تضعف في حالة ضعف أي حلقة من حلقاتها.

ومن خصائص الاتصال الجماهيري نذكر ما يلي:

- ضخامة حجم الجمهور المتلقي.
- عدم تجانس أفراد الجمهور، واختلافهم في القدرات والأعمار والمعارف والميول والاتجاهات.
- المرسل في الاتصال الجماهيري لا يرى الجمهور، ولذلك تكون التغذية الراجعة قليلة نسبيا، أو أحادية الاتجاه.

---

[6]. كامل خورشيد مراد: مرجع سبق ذكره، ص: 49.

[7]. أبو أصبع صالح خليل: **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، ط5، دار مجدلاوي، الأردن، 2006، ص: 55.

- تصل الرسالة في الاتصال الجماهيري الى جميع الملتقين في وقت واحد[8].

مراحل تطور الاتصال

مرت البشرية بعديد من المراحل حتى تكتسب القدرة على الاتصال السليم، لذلك وجب التعرض للتغييرات الجذرية التي حدثت في قدرة الإنسان على فهم المعاني وكيفية نقلها للآخرين وهذا ما يطلق عليه نظرية الانتقالات وهي النظرية التي تقسم مراحل تطور الاتصال إلى:

- **عصر الإشارات والعلامات:** تميزت هذه المرحلة بأن الإنسان كان عليه التمسك بأن تكون رسائله بسيطة، حيث يتم نقلها بطريقة بطيئة وسهلة، فكلما كانت أدوات الإنسان القديم بدائية كانت طرق اتصالاتهم غير كافية[9]، وهناك تميز الاتصال على الأصوات والإشارات والحركات والأشياء ذات المعاني المشتركة.
- **عصر الكتابة:** وهي المرحلة التي توصل فيها الإنسان إلى الكتابة واستعمالها في الاتصال بالآخرين.
- **مرحلة الطباعة:** وبدأت بابتكار الطباعة بالحروف المتفرقة في منتصف القرن **15**م[10].
- **مرحلة الاتصال الجماهيري:** تميزت هذه المرحلة بظهور الصحافة المكتوبة، تلاه وسائل الاتصال الأخرى كالراديو والتلفزيون وغيرهما، لذلك أصبحت سرعة الاتصال في زيادة مضطردة مقارنة بالمراحل السابقة.

---

[8]. كامل خورشيد مراد: مرجع سبق ذكره، ص: 178.177.

[9]. سليمان سناء محمد: **سيكولوجية الاتصال الإنساني ومهاراته**، عالم الكتب، مصر، 2013، ص: 66.

[10]. إسماعيل محمود حسن: **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص: 36.

- **مرحلة الاتصال التفاعلي:** شهدت هذه الفترة أشكال اتصال جديدة ومتعددة، ولعل
- أبرز هذه المظاهر ذلك الاندماج بين الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الأقمار الصناعية[11]، وظهور وسائط الاتصال الجديدة، التي شكلن نمطا حدثا من الاتصال بمفهومه الواسع.

[11]. سليمان سناء محمد: مرجع سبق ذكره، ص: 67.

2. مدخل الى الاعلام

لم يعد خافيا على أحد اليوم، أن المجتمعات المعاصرة أصبحت تعتمد اعتمادا يكاد يكون كليا على وسائل الاتصال الجماهيري، في نقل الرسائل الاتصالية التي يراد توصيلها إلى الجماهير، ويقوم بهذا الدور مؤسسات عمومية وخاصة.

لقد بلغ الإعلام ذروة من الأهمية والخطورة في ذات الوقت، لما له من تأثير بالغ في تأليب الرأي العام مع أو ضد ما يحدث من مستجدات ومتغيرات، أو ما يطرأ من تعديل أو تعريف حتى على الثوابت في القيم الاجتماعية والمعتقدات الفكرية والمنهاج الدينية والمفاهيم المختلفة المتعلقة في شؤون الحياة الإنسانية في شتى بقاع الأرض، فالإعلام يزود الفرد بكل ما هو جديد، وكل ما يحتاج إليه ويسهم أيضا في نقل الثقافة بين المجتمعات والأجيال[12]

ويعرف الإعلام بأنه تزويد الأفراد بالمعلومات والأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة التي تمكنهم من تكوين رأي عام صائب حول أي قضية أو مسألة سياسية كانت أو فكرية أو اجتماعية، وهو يعبر بذلك عن عقلياتهم واتجاهاتهم وميولهم مستخدما الإقناع عن طريق صحة المعلومات ودقة الأرقام والإحصائيات.

هو نقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، من خلال وسائل الإعلام، بهدف التأثير[13].

وعرفه أوترجروث بأنه: التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها، ويعرفه عبد اللطيف حمزة بأنه: تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة، ويعرف سمير حسن الإعلام بأنه: كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجماهير

---

[12]. الديليمي عبد الرزاق: **الإعلام وإدارة الأزمات**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص: 69.

[13]. العدوي فهمي: **إدارة الإعلام**،دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص: 10.

بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السلمية عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية، ومن خلال التعاريف السابقة الذكر، هناك مجموعة خصائص يتميز بها الإعلام:

- الإعلام نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية، وهي: المصدر، الرسالة، الوسيلة، الجمهور، وترجيح الأثر الإعلامي.
- يتسم الإعلام بالصديق والدقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف.
- يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع.
- تزداد أهمية الإعلام، لكما ازداد المجتمع تعقيدا، وتقدمت المدين وارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع[14].

كلمة نموذج (Modle) في معناها العام تطلق على أي تشخيص أو وصف أو أي تشخيص أو وصف أو استدلال رمزي للأشياء بحيث تكون في عقولنا نماذج للأشياء كالقطار والطائرة وغيرهما، وهو ما نسميه بالصور الذهنية.

فالنماذج تمثل محصلة للخبرات التي نمر بها، وقد نأخذ هذه النماذج من الرسوم والكتابات والأفعال والحكايات والتصورات سواء كانت أسطورية أو واقعية، وهي عبارة عن أدوات رمزية تساعدنا في فهم الظاهرة أو النظام وإدراك العلاقات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة، أي أن النموذج هو تلك الرؤية التي تسبق النظرية وتمهد لها في حالة نجاحه واستمراره.

[14]. عيساني رحيمة: مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث، الأردن، ص: 25.

وترى جيهان رشتي أن النموذج هو محاولة لإعادة خلق العلاقات التي يفترض وجودها بين الأشياء أو القوى التي ندرسها وذلك في شكل مادي أو رمزي.[15]

[15]. حسن علي محمد: نظريات الاتصال المعاصرة غربية ومعاصرة، مصر، 2002، ص: 58.

3. نظريات الإعلام (الأنظمة الإعلامية)

إن تبني نظام إعلام ينسجم مع الظروف الداخلية والخارجية لأية دولة، أخذ يشكل في الآونة الأخيرة مسألة هامة لأغلب النظم السياسية، وان اختلفت فلسفتها السياسية، فالتغيرات التي أوجدتها الظروف السياسية والاقتصادية في أغلب الدول أخذت تؤكد على وظيفة الإعلام المعاصر وعلاقته بالسلطة، لذا أصبح الاهتمام ينصب على خصائص النظام السياسي كله والفلسفة التي ستند إليها ذلك النظام، لأنها في الأخير تعكس بالضرورة طبيعة نظامها الإعلامي.

إن أكثر دارسي النظم الإعلامية، وتطبيقاتها يتفقون على أنه هناك أربعة نماذج لهذه النظم وهي:

- النظام القائم على مبدأ السلطة.
- النظام القائم على مبدأ الحرية الفردية.
- النظام القائم على مبدأ المسؤولية الاجتماعية.
- النظام القائم على مبدأ الفكر الشيوعي[16].

ويقصد بنظريات الإعلام خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الجماهيري، بهدف تفسير ظاهرة الإعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع.

وترتبط نظريات الإعلام في الفترة الزمنية التي ظهرت بها الصحافة المطبوعة أكثر من ارتباطها بالإذاعة والتلفزيون، ولذلك أطلق عليها الغرب " نظريات الصحافة "، وذلك لقدم الصحافة تاريخيا، وان الأفكار والآراء التي تولدت منها هذه النظريات كانت كلها أو

[16] . سكري رفيق: دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية، جروس برس، لبنان،1991، ص: 239.238.

معظمها مستمدة من وجود تأثير الصحافة كوسيلة الاتصال الجماهيرية الوحيدة آنذاك، وهي فترة ما بين القرنين السادس عشر والسابع عشر، اللذين شهدا ظهور أول نظرية للصحافة وهي نظرية السلطة، وصولا إلى نهاية القرن العشرين، الذي تبلورت فيه آخر نظرية وهي نظرية المشاركة الديمقراطية[17].

نستخدم مصطلح «النظام الإعلامي» على الرغم من اختلاف بعض الباحثين في ما يتعلق بهذا المصطلح، وقد عرف دينيس ماكويل الأنظمة الإعلامية على أنها «المجموعة الفعلية لوسائل الإعلام في مجتمع وطني معين، وهو ما يشير إلى مشكلة التفكير في الأنظمة الإعلامية، وكأنها «حاويات» وطنية محكمة، كما أكد الباحثون أن أنظمة الإعلام تعكس المسارات التاريخية للمجتمع والأنظمة السياسية والقانونية للبلد الذي تقع فيه، وهياكله الاقتصادية، وتكوينه الاجتماعي، وفي هذا المجال يبدو أن النهج المقارن للأنظمة الإعلامية طريقة مفيدة لشرح الأنماط المختلفة لإدارة الإعلام وأدائه. وقد كشفت العقود الماضية من البحث المقارن، عن أن هذا النهج لم يكن مدفوعا بالدافع العلمي بالضرورة، ولكن تم استخدامه وسيلة لتقييم أنظمة الإعلام على نحو معياري لقياس حريتها/تقييدها، أو تطورها/تخلفها، ومن ثَم استخلاص استنتاجات سياسية بناء على هذا التصنيف. إضافة إلى استخدام تلك التصنيفات كأداة سياسية، يمكن أن تساعد أيضا على سرعة فهم أوجه الاختلاف والتشابه الرئيسة للتنظيم والأداء الإعلاميين، فقد ركز تحليل نظام وسائل الإعلام القائم على المقارنة في الأغلب على المعايير المتعلقة بالجوانب التاريخية والسياسية والاقتصادية، متجاهلا الجانب الاجتماعي في كثير من الأحيان. ومن المؤلفين القائل الذين راعوا الجانب الاجتماعي جون داونينغ الذي اقترح تحليل الأنظمة الإعلامية على أساس القوة السياسية، والأزمة

[17] . كامل خورشيد مراد: **مرجع سبق ذكره**، ص: 232.

الاقتصادية، والتحولات الاجتماعية المؤثرة، ووسائل الإعلام صغيرة الحجم. مع ذلك، شهد مجال مقارنة الأنظمة الإعلامية أول تصور له مع نشر كتاب فريد سيبرت وثيودور بيترسون وويلبر شرام **النظريات الأربع للصحافة**، حيث حددوا فيه أربعة أنواع لمنطق تصنيف الأنظمة الإعلامية وهي:

النموذج السلطوي، النموذج التحرري، نموذج المسؤولية الاجتماعية، النموذج الشمولي[18].

[18] . كارولا ريشتر و كلاوديا كوزمان: نظم وسائل الإعلام العربية، ترجمة: دعاء نبيل سيد إمبابي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2022، ص: 15.14.

4. نظرية السلطة

تعد هذه النظرية قديمة من أقدم نظريات الإعلام، فهي قديمة قدم الإعلام الحديث ذاته، وترتبط هذه النظرية بنظم الحكم الاستبدادية التي لا تؤمن بالديمقراطية وبالحريات العامة، إذ تحل الدولة في هذه النظم محل الفرد وتسيطر على وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية لتدعم هذه الوسائل الحكومة في السلطة حتى تصل الدولة إلى أهدافها، لذا يقتصر دور وسائل الإعلام في الدول التي تعتمد هذه النظرية في كونه مجرد ناقل للمعلومات من السلطة إلى الشعب، وتأييدها مختلف قرارات الدولة دون إتاحة الفرصة لمناقشتها أو إبداء الرأي فيها[19].

تمثل نظرية السلطة أول نظرية جسدت العلاقة بين الصحافة والمجتمع، بعد أن ظهرت الصحافة كوسيلة إعلامية في المجتمعات الأوربية. وحيث إن الريبة والشك كان هو أساس هذه العلاقة، حيث إن الحكومات الأوربية والكنيسة المسيحية وضعت القيود، وعرقلت مساعي الصحافيين والناشرين في أن يمارسوا دورهم الصحافي في النشر والحصول على المعلومات التي تقتضيها مهنة الصحافة والنشر[20].

وظهرت هذه النظرية في انجلترا في القرن السادس عشر، وعلى أفكار أفلاطون وميكيافلي، وترى أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو السلطة، فهي ملك للحاكم أو التي يشكلها.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة

---

[19]. الفلاحي حسين ابراهيم: **الديمقراطية والإعلام والاتصال**، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص: 147.

[20].المشهداني سعد سلمان: **الصحافة العربية والدولية (المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات)**، دار الكتاب الجامعي، الأردن، 2014، ص: 111.

وموظفي الحكومة، وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص بإصدار المجلات ....إلخ، إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة.

وتمثل تجربة هتلر وفرانكو تجربتان أوروبيتان معاصرتان، في ظل هذه النظرية، وقد عبر هتلر عن رؤيته الأساسية للصحافة بقوله: إنه ليس من عمل الصحافة أن تنشر على الناس اختلاف الآراء بين أعضاء الحكومة، لقد تخلصنا من مفهوم الحرية السياسية، الذي يذهب إلى القول بأن لكل فرد الحق في أن يقول ما يشاء[21].

وبعد كل من أفلاطون وسقراط، جاء ميكيافلي في العصر الحديث، وطرح فلسفته التي تدعو الى إخضاع كل شيء لأمن الدولة ومصلحتها، ووضع كتابا شهيرا الموسوم بـ: الأمير، وعرف بمقولته الذرائعية " الغاية تبرر الوسيلة، إن الأعمال اللاأخلاقية حسبه، والتي يقترفها القادة السياسيون بحق المواطنين، والإجراءات الصارمة على الحوار والمناقشة، كلها كان لها ما يبررها، مادامت تخدم مصلحة الدولة.

وإذا انتقلنا الى الفيلسوف الألماني هيجل، والذي يعد من أكبر دعاة السلطة الدولة المطلقة في العصر الحديث، فمفهومه للحرية يدور حول ما يلي: إن الحرية تعني حرية الفرد في أن يعلم أنه ليس حرا، بل أن أفعاله وأنشطته كلها تحكمها قواعد عامة من حركة التاريخ والمجتمع، وفوق ذلك تحكمها أيضا الفكرة المطلقة التي تجد أكبر تجسيد لها في الدولة[22].

يقوم النظام الصحفي السلطوي على المبادئ الأساسية التالية:

- الوظيفة الأساسية للصحافة هي إخبار الناس بما تريد الحكومة أن يعلموا به فقط.

---

[21]. الدليمي عبد الرزاق محمد: **مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص: 120.119.

[22] . كامل خورشيد مراد: مرجع سبق ذكره، ص: 237.236.

- تعمل الحكومة حارس بوابة، لمنع نشر المعلومات التي تشعر أنها قد تهدد سلطتها[23].
- تلتزم الصحافة بتأييد كل ما يصدر عن الحكومة ومؤسساتها، والدفاع عن سياسة الحكم.
- يعد السماح لأي فرد للعمل المجال الصحفي، منحة من الحاكم، وامتياز يختص به من يشاء من رعيته، ويترتب على هذا الامتياز التزام الفرد بتأييد النظام الحاكم وسياساته.
- يمكن السماح للأفراد بملكية الصحف التي يصدرونها، ولكن يظل قيامها واستمرارها رهنا لرغبة السلطة.
- إن درجة الحرية المسموح بها للصحف، يجب أن تكون مناسبة للحالة السياسية التي توجد بالمجتمع، وتقدير هذه الدرجة من الحريات الصحفية متروك للسلطة الحاكمة.

وقد بدأت هذه النظرية تفقد مع الزمن مبررات بقائها، بفعل عدة عوامل ثقافية، سياسية، اقتصادية، الشيء الذي أدى إلى بروز نظرية أخرى للصحافة، وهذه النظرية ميزت المجال الإعلامي في أروربا منذ بداية القرن **18**، سميت حينها بالنظرية الليبرالية[24].

إن هذه الفلسفة الصحفية كانت ومازالت اليوم القاعدة أو الأساس لكثير من أنظمة الصحافة في العالم، وهي تدين بوجودها للحكومة، وتعمل لدعم السلطة التي منحتها حق البقاء، وحرية وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية توجد بالقدر الذي تسمح به القيادة السياسية في أي وقت[25].

---

[23] . نصر حسني محمد: **الاتجاهات الحديثة في بحوث الصحافة والسلطة السياسية في الدول الآفروأسيوية**، مجلة كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، العدد: 02، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان، 2011 ص 63.

[24] . بوسيالة زهير: **الصحافة المكتوبة والديمقراطية في الجزائر**، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005، ص: 21.

[25] . عبد المجيد ليلى: **حريات المعاصر الحقوق والمسؤوليات**، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2020، ص: 30.

5. النظرية الليبرالية

تعود هذه النظرية بشكل أساسي إلى عصر النهضة الأوروبية وبالتحديد القرنين الثامن عشر والتاسع عشر، إذ بلور عدد من المفكرين الأوربيين، كثيرا من المبادئ التي تحدت الأفكار السلطوية، التي سادت حتى بداية عصر النهضة الأوروبية، وكان من أبرزهم المفكر الانجليزي جون ميلتون، الذي كتب عام **1664**، يقول فيه: إن حرية النشر بأي واسطة ومن قبل أي شخص مهما كان اتجاهه الفكري، حق من الحقوق الطبيعية لجميع البشر، ولا نستطيع أن نقلل من حرية النشر، وبأي شكل وتحت أي عذر.

أما جون لوك فقد عرف الحرية بأنها: الحق في فعل أي شيء تسمح به القوانين، وكان لوك قد قدم إلى البرلمان الانجليزي عام **1665**، بيانا هاجم فيه تقييد حرية الصحافة، واضطر البرلمان في ذلك الوقت إلى إلغاء قانون يفرض الرقابة الوقائية على الصحف[26].

ومن أهم الفلاسفة الذين نادوا بحرية الفرد وقمع الاستبداد، جون ستيوارت ميل، والذي أوضح في كتابه عن الحرية، أن تخريس الرأي هو سطو عل البشرية جمعاء، ويضيف أن الرأي الذي يتم خنقه، إذا كان صائبا، نكون قد خسرنا هذا الرأي، وإذا كان هذا الرأي خاطئا، تكون قد خسرنا معركة الصراع بين الخطأ والصواب، والتي تولد بالضرورة الرأي الصواب.

وهذا ما أكد جون ميلتون (التصحيح الذاتي)، والتي تعني أن الفكرة الصائبة هي التي تتفوق وتتجاوز الفكرة الخاطئة عندما تتاح للفكرتين بالتداول والانتشار، أي أنه يطرح فكرة السوق الحرة للأفكار[27].

---

[26] . عبد الحميد صلاح: **فن التحرير الصحفي**، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، مصر، 2013، ص: 25.

[27] . محمود عزت اللحام وآخرون: **مدخل إلى علم الصحافة**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص: 38.

وتقوم نظرية الحرية التي ظهرت في عام **1688**، ثم انتشرت إلى أوروبا وأمريكا، على مبدأ الفرد يجب أم يكون حرا في نشر ما يعتقد أنه صحيحا عبر وسائل النشر، كونه كائنا عاقلا يميز بين الخير والشر.

ومن أهداف نظرية تحقيق أكبر قدر من الربح المادي، من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة، من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها، وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس من دون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع[28].

وفي فرنسا كانت دعاوى الحرية تردد في كتابات كل من: جون جاك روسو، فولتير وموتيسكيو وغيرهم، وصاغت هذه النخبة فلسفتها بعد عام **1789**، و المتمثلة في إعلان حقوق الإنسان والذي منح الفرد حقه كاملا في الاعتقاد وفي القول والعمل[29].

وكان التعديل الأول في الدستور الأمريكي عام **1791** والذي يؤكد أن الكونغرس لا يجب أن يصدر قوانين تتعارض مع حرية الرأي والتعبير[30].

ويرى جورج فيل في كتابه: الجريدة، أن أول من أطلق صفة السلطة الرابعة، على الصحافة هو الانجليزي إدموند يورك **1779**، عندما اتجه إلى مقاعد الصحفيين في مجلس العموم البريطاني وهو يقول أنتم السلطة الرابعة.

ويذكر آخرون أن تسمية السلطة الرابعة بالسلطة الرابعة ترجع إلى اللورد توماس ماكولاي **(1800-1859)**، حيث قال إن المقصورة التي يجلس فيها الصحفيون أصبحت السلطة الرابعة

---

[28] . كامل خورشيد مراد: مرجع سبق ذكره، ص: 239.

[29] . مذكور مرعي: **الصحافة، الإمكانات، التجاوزات والأفاق**، دار النشر للجامعات، مصر، 2012، ص: 157.

[30] . محمود عزت اللحام وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص: 38.

في المملكة المتحدة، وكان هو أول من لاحظ أن الشرفة التي يجلس فيها المندوبون الصحفيون داخل قاعة البرلمان قد أصبحت السلطة الرابعة.

أما توماس جيفرسون **(1743 - 1826)** والذي يعد من الآباء المؤسسين للولايات المتحدة الأمريكية والمؤلف الرئيس لإعلان الاستقلال الأمريكي **1776**، فقد كتب في العام **1787** يقول: إن رأي الشعب هو الدعامة التي تقوم عليها حكومتنا، ويجب على الحفاظ على هذا المفهوم، وإن خيرت بين وجود حكومة يدون صحافة، أو صحافة بدون حكومة لاخترت الثانية من دون تردد[31].

ويحدد دينيس ماكويل العناصر الرئيسية لنظرية الحرية فيما يلي:

- إن النشر يجب أن يتحرر من أية رقابة مسبقة.
- إن مجال النشر والتوزيع يجب أن يكون متاحا لأي شخص، أو جماعة من دون الحصول على رخصة مسبقة من طرف الحكومة.
- إن النقد الموجه لأي حكومة، أو حزب سياسي أو مسؤول رسمي، يجب أن لا يكون محلا للعقاب، حتى بعد النشر.
- أن لا يكون هناك أي نوع من الإكراه، أو الإلزام بالنسبة للصحفي.
- عدم وجود أي نوع من القيود، على جمع المعلومات ونشرها بالوسائل القانونية.
- يجب أن يتمتع الصحفيون بالاستقلال المهني داخل مؤسساتهم[32].

[31] . غازي خالد محمد: **الصحافة الإلكترونية العربية، الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح**، وكالة الصحافة العربية ناشرون، مصر، 2012، ص : 22.21.

[32] . عبد الحميد صلاح: مرجع سبق ذكره، ص: 27.26.

ويتميز العمل الصحفي في النظرية أيضا أن من حق الصحفيين إقامة تنظيماتهم ونقاباتهم المهنية لرعاية الصحفيين وحمايتهم، ورفع شأن مهنة الصحافة، ودون تدخل من الدولة، والضابط الوحيد لصدورها وتوزيعها واستمرارها، أو توقفها هو الجمهور ومدى إقباله عليها من عدمه.

أما على المستوى الواقعي والتطبيقي لهذه النظرية في ميدان الإعلام، فقد أفرزت هذه النظرية احتكارات صحفية ضخمة، انطلاقا من فكرة السوق الحرة للأفكار، مما ولد إمبراطوريات احتكارية في عالم الصحافة، كما ظهرت توجهات في بعض الحالات الى التعسف والخداع، وبما يتنافي مع جوهر هذه النظرية، مثلما حدث مع الإعلام الأمريكي من تضليل للرأي العام العالمي حول غزو العراق، حيث قامت شبكة **NBC**، بفصل بيتر أرنيت وهو أشهر مراسل حربي أثناء غزو العراق، نتيجة صراحته في تقاريره حول العراق، ولحديثه مدة خمسة دقائق في التلفزيون العراقي، باعتباره قد ارتكب خطأ فادحا لحديثه لدولة معادية[33].

فقد ركزت وسائل الإعلام على بالمضامين السطحية وإثارة المشاعر والأحاسيس على حساب الذوق العام للجمهور، ومن الانتقادات الموجهة أيضا لهذه النظرية أن وسائل الإعلام أصبحت تنتهك الخصوصيات لأفراد المجتمع تحت ذريعة حرية النشر[34]، فتعرضت الأخلاق للخطر وبالغت وسائل الإعلام في تسويق المادة الإعلامية الرخيصة ، كما أن الإعلام أصبح يحقق أهداف الأشخاص الذي يملكون على حساب مصالح المجتمع، وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية واقتصادية، وكذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة

[33] . مذكور مرعي: مرجع سبق ذكره، ص: 159.157.

[34] . البشر محمد بن سعود: **نظريات التأثير الإعلامي**، العبيكان للنشر، السعودية، 2014، ص: 26.

التحريرية، وهنا يجب أن ندرك بأن الحرية مهمة في عمل وسائل الإعلام، لكن شريطة أن تكون في إطار الذوق العام، فالحرية المطلقة تعني الفوضى[35].

[35] . كنعان علي عبد الفتاح: نظريات الإعلام، دار اليازوري، الأردن، 2016، ص: 13.12.

6. نظرية المسؤولية الاجتماعية

بعد أن تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات والانتقادات، كان لابد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على مبدأ ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية. وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب المهنة، وذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، مما أدى إلى إساءة مفهوم الحرية[36].

ولدت نظرية المسؤولية الاجتماعية بسبب الاستخدام الخاطئ لمفهوم الحرية في وسائل الاعلام، فلقد أفرطت نظرية الحرية في إعلاء حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع، وبالغت في منح الفرد الحق في التنصل والتحرر من أي مسؤولية اجتماعية، أو قيمة أخلاقية في ظل هذه النظرية، ومع تحول الاعلام الى صناعة صار ينظر إلى كل شيء على أنه سلعة، حتى وصل الأمر الى المبادئ والقيم، وأصبح جني المال هدفا بحد ذاته، ولم يعد للجشع الفردي حدود، بالمقابل ترى نظرية المسؤولية الاجتماعية أن للفرد حقا وللمجتمع ايضا حقوق بوصفه مجموعة افراد لهم حقوقهم، ومنخرطون في الوقت نفسه في مؤسسات اجتماعية تسعى لخدمة الصالح الأعمال، لذلك سعت هذه النظرية للحد من تحكم للرغبات الشخصية، وتأثير الآراء الفردية في نسق الحياة العامة للجماعة، ولتحقيق توازن بين حرية التعبير، ومصلحة المجتمع: حريتك تنتهي، عدن بداية حرية الأخرين[37].

---

[36] . خلالفة زينب: مواضيع، نظريات ومناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في الجز ائر ، المجلة الجز ائرية للاتصال نموذجا، أطروحة دكتوراه، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة 3، الجزائر، 2017، ص: 96

[37] . محمد إسماعيل حمدي: الضو ابط الشرعية للإعلام، دار المعتز للنشر والتوزيع، الأردن، 2018، ص: 220.

ظهرت هذه النظرية بعد الحرب العالية الثانية في سبيل الوصول الى فكر إعلامي جديد، في شكل تقرير لجنة حرية الصحافة التي تألفت من ثلاثة عشر عضو معظمهم أكاديميين برئاسة : روبرت هتشنز، مستشار جامعة شيكاغو، وبتمويل من مجلة تايم ودائرة المعارف البريطانية، وقد صيغت نظرية المسؤولية الاجتماعية في كتاب أعدته اللجنة بعنوان: حرية الصحافة في إطار المبدأ، وقد تم شجب تقرير اللجنة على الفور من قبل جميع الصحف، إلا قلة منها وباستثناءات نادرة، ووصف المحررون والناشرون التقرير على أنه كتاب رسمي بقيود الحكومة على الصحافة[38].

وكان من النتائج التي توصلت إليها اللجنة ما يلي:

- إن التطور التقني في مجال الصحافة، قد زاد من أهمية الإعلام للجماهير من ناحية، لكنه قلل من فرص مشاركة أفراد المجتمع في التعبير عن آرائهم من ناحية أخرى.
- إن الذين تولوا مسؤولية الإعلام قد أساؤوا استخدامه، وشهوا صورة الفئات الأخرى في المجتمع، ولم ينجحوا في تقديم خدمة موضوعية تلبي حاجات المجتمع.
- إن وسائل الإعلام أصبحت ترتكب ممارسات يرفضها المجتمع مما يحتم عليها، إن هي استمرت في ذلك، أن تخضع لقوانين معينة تضبط هذه الممارسات الخاطئة.

وقد تأثر الخطاب الإعلامي في الولايات المتحدة بتقرير اللجنة والنتائج التي توصلت إليها، وكان من مؤيدي هذا التوجه الإعلامي الجديد ثيودور بيترسون، حيث كتب عام 1956 عن جوهر نظرية المسؤولية الاجتماعية، وقال: إن الحرية تحمل معها المسؤولية، وإن الصحافة التي

[38] . السماسيري محمود يوسف: فلسفات الإعلام المعاصرة، قراءة في ضوء المنظور الإسلامي، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، الولايات المتحدة الأمريكية، 20018، ص: 62.

تحظى بمكانة متميزة عند الحكومة الأمريكية لابد أن تكون مسؤولة عن المجتمع وأن تحقق الوظائف الرئيسية التي يؤديها الإعلام في المجتمع الحديث.

وعليه يتبين أن لجنة هوتشنز كانت هي الركيزة الأساسية في ولادة هذه النظرية، وأن الدراسات الإعلامية التي تناولت موضوع نظرية المسؤولية الاجتماعية كانت تستمد فلسفتها من النتائج التي وردت في تقرير اللجنة[39].

وساهم الانجليز أيضا في تدشين هذه الفلسفة الجديدة، من خلال التقارير التي أعدتها اللجنة الملكية البريطانية لشؤون الصحافة، وهي اللجنة التي دعيت للنظر في شؤون الصحافة لهذه الغاية مرات عديد، وعلى فترات متقطعة، وقد حظيت هذه الفلسفة بالرفض من أغلب الممارسين الإعلاميين، وحظيت على الجانب الأكاديمي بقبول واسع، ليس فقط من قبل باحثي الإعلام الغربيين، بل وأيضا من قبل الباحثين العرب.

أما عن الظروف التي ساعدت على نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية، وهي:

- التحولات التي جرت على تكنولوجيا الاتصال الجماهيري وصناعة الإعلام، حيث أثرت هذه التحولات على معالم الحياة الغربية، وأثرت كذلك على وظائف الصحافة
- الانتقادات اللاذعة والمستمرة للصحافة ولوسائل الإعلام على اعتباراها أصبحت أحد عوامل للضغط على الحكومات وعرقلة إجراءاتها الصحفية، خصوصا بعد أن ازدادت الاحتكارات الإعلامية وتوسع حجمها وسطوتها.
- الجو الفكري الجديد الذي عبر عنه بعض المفكرين عن شكهم في الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظرية الحرية.

[39]. البشر بن سعود محمد: **نظريات التأثير الإعلامي**، مكتبة العبيكان للنشر، السعودية، 2014، ص: 27.26.

- إرساء قواعد المهنة الصحفية خصوصا بعد نضال كثير من المفكرين والمتلقين على مستويات عالية، والحاجة الى أخلاقيات مهنية تصون هذه المهنة وتحمي قيم المجتمع[40].

وفي ضوء هذه النظرية تبنى الصحفيون في المجتمعات الغربية معيار الموضوعية عند تغطية الأخبار والتقارير، وتعنى البحث الموضوعي عن الحقائق بغض النظر عن المشاعر والمعتقدات، وقدت حددت المدرسة الانجلوسكسونية الموضوعية بأنها عدم خلط الخبر بالرأي السياسي.

إن المسؤولية الاجتماعية عند محرري و مراسلي ومندوبي الأخبار نتيجة طبيعية لحرية الصحافة، وأصبح مثل الإحساس قوة إعلامية باتجاه مراعاة الواجبات المهنية، وقد نشأت هذه النظرية مبادئ أخلاقيات العمل الإعلامي الذي يحترم الخصوصية للأفراد ولا يسعى الى الإثارة الفارغة التي تستهوي عادة الصحف الصفراء[41].

ونجد أن روبرت راي في كتابه: مسؤولية الجرائد، يساوي بين المسؤولية الاجتماعية وصدق وحياد الأخبار، لأنها أساس حق القراء في المعرفة، ثم المناقشة الديمقراطية الحق في المجتمع والتي تسهم في تطويره.

ويلخص دينيس ماكويل المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الجوانب التالية:

- إن الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى، يجب أن تقبل وتنفذ التزامات معينة اتجاه المجتمع.

---

[40] . حمد يوسف السماسيري: **مرجع سبق ذكره**، ص: 62.63

[41] . المقدادي كاظم: **الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص: 25.

- يمكن تنفيذ هذه الالتزامات من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل: الحقيقة والدقة والموضوعية والتوزان.
- لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتي.
- إن الصحافة يجب أن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية، أو توجيه أية إهانات إلى الأقليات.
- إن الصحافة يجب أن تكون متعددة وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحق الرد.
- ان للمجتمع حقا على الصحافة، في أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها.
- ان التدخل العام يمكن أن يكون مبررا لتحقيق المصلحة العامة[42].

وانطلاقا مما سبق نجد أن نظرية المسؤولية الاجتماعية، ورغم الأفكار الجادة التي جاءت بها هذه النظرية، إلا أنه مشكلة أساسية تتعلق بالولايات المتحدة الأمريكية نفسها، حيث لا يوجد اتفاق حول مسؤوليات الإعلام، وعلى الرغم من وجود عدة مواثيق لمرافق الإعلام المختلفة تحدد مسؤوليات كل مرفق، إلا أنه لا يوجد ميثاق واحد عام وشامل ملزم للجميع، وسبب ذلك يعود إلى موقف الإعلاميين الأمريكيين أنفسهم الذين لا يرغبون في تحديد المسؤوليات بصورة دقيقة وحاسمة خشية أن يؤدي هذا التحديد إلى محاولة إلزامهم بتلك المسؤوليات، وهذا بلا شك يتضمن تهربا من المسؤولية.

بالإضافة الى سيطرة أصحاب رؤوس الأموال على وسائل الإعلام، وكذا توجيه الجماعات الضاغطة لوسائل الإعلام، إضافة إلى توجه وسائل الإعلام ذاتها إلى الاهتمام بالترفيه

[42] . معوض سالم محمد: **الصحافة الإعلامية وتقنياتها الاتصالية**، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص: 101.100.

الرخيص الذي يعتمد على الجنس وكل ما يحط من قيمة الإنسان في مقابل القيم الإنسانية الراقية[43].

وقد تلقت النظرية عديد الانتقادات من رجال الأعمال، ومرد ذلك أن هدف المؤسسة الاقتصادية هو الربح فقط، والاقتصاديون الذين استثمروا أموالهم في النشاط الإعلامي من خلال إصدار الصحف وبناء المنشآت الإذاعية والتلفزيونية يزعمون أن على الصحيفة أو الإذاعة أو محطة التلفزيون أن تعمل من أجل جمع المال، والأخذ بمبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية في الاقتصاد يسبب للمالكين والمستثمرين خسائر مادية كبير.

وأما فلاسفة الصحافة فيقولون: إنه إذا كان مقياس نجاح الصحافة يتمثل في قبولها بنظرية المسؤولية الاجتماعية، فإن حرية الإعلام ستختفي وتندثر، وسيفقد المضمون استقلاليته وقيماه الحقيقة، وسيقود ذلك إلى مداهنة وسائل الإعلام للقادة بدلا من تفاعلها مع الرأي العام والتعبير عن واقعه[44].

[43]. نفس المرجع السابق، ص: 105.

[44]. البشر بن سعود محمد : مرجع سبق ذكره، ص: 42.

7. النظرية الشيوعية

إن الأفكار الرئيسية لهذه النظرية التي وضع أساسها كل من ماركس وانجلز، ووضع قواعد تطبيقها لينين وستالين، ويمكن إيجازها في أن الطبقة العاملة هي التي تمتلك سلطة في أي مجتمع اشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة، فإنها لابد أن تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها، لهذا يجب أن تخضع وسائل الإعلام لسيطرة وكلاء لهذه الطبقة العامة وهم في الأساس الحزب الشيوعي.

فالمجتمعات الاشتراكية تفترض أنها طبقات لا طبقية، وبالتالي لا وجود صراع للطبقات، لذلك لا ينبغي أن تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا ينفذ الخلاف ويشكل خطورة على المجتمع[45].

لقد حدد لينين اختصاصات الصحافة وأهدافها فيما يلي:

- زيادة نجاح واستمرارية النظام الاشتراكي وبوجه خاص دعم الحزب الشيوعي.
- يكون حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال لأعضاء الحزب المختصين والموالين أكثر من الأعضاء المعتدلين.
- تخضع وسائل الإعلام للرقابة الصارمة.
- يجب أن تقدم وسائل الإعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقا للمبادئ الشيوعية.
- إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الإعلام من اجل تطويعها لخدمة الشيوعية[46].

---

[45]. الضلاعين نضال فلاح وآخرون: **نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص: 219.

[46]. الخزاعلة ياسر وآخرون: **إدارة الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق**، دار الخليج، الأردن، 2018، ص: 90.

ويفهم من هذا أن إستراتيجية عمل الحزب هي المفتاح لفهم فعالية الوسائل الجماهيرية، أي أن الصحافة أداة من أدوات الحزب الشيوعي الحاكم تخضع لقيادته، والحزب مسؤول عن تطوير الصحافة وتأمين الدعم النظري والأيديولوجي لها، ويجب أن تكون متشبعة بأفكار وأيديولوجية الحزب، فبعد الثورة ثورة أكتوبر 1917 في الاتحاد السوفيتي، طالب المفكرون الاشتراكيون بأن يجري التعبير عن مصالح الطبقة العاملة بشكل علني ومباشر، وليس على شكل غير مباشر ومستور كما هو الحال بالنسبة للصحافة الغربية[47].

ويرى وليبر شرام أن السوفييت لا ينظرون إلى وسائل الإعلام الجماهيري على أنها سلطة رابعة تراقب السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية، فتنشر أخبار هذه السلطات وتنتقدها كما تفعل أجهزة الإعلام في الغرب، ولكن وسائل الإعلام الجماهيري تعتبر ومنذ قيام الثورة البلشفية عام 1917 أداة جماعية للدعاية والترويج للأيديولوجية الشيوعية[48].

فحرية إلاعلام في ظل الفلسفة الشيوعية يختلف عنه في فلسفة الحرية وفلسفة المسؤولية الاجتماعية، فوسائل الإعلام الشيوعية تعتبر نفسها مسؤولة وحرة ولكنها بفهم الشيوعيون للمسؤولية والحرية، فالغرب ينظر بصفة عامة لوسائل الإعلام الشيوعية على أنها أدوات في يد الدولة، بينما ينظر الشيوعيون إلى وسائل الإعلام الغربية على أنها أدوات في يد الطبقة الرأسمالية، ويرى الغرب أن وسائل الإعلام الشيوعية بعيدة عنها الحرية في العمل، ويرفض الشيوعيون المفهوم الغرب لتجربة الصحافة، وفي هذا الصدد يقول لينين (إن الادعاءات التي تذكر عن حرية الصحافة في ظل النظام الرأسمالي هي نفاق)، ويقول لينين أيضا (إن الصحافة تكون حرة فقط حينما تتحرر من سيطرة رأس المال والبرجوازية).

---

47. خورشيد مراد كامل: مرجع سبق ذكره، ص: 249.248.

48. الطيب عبد النبي عبد الله: فلسفة ونظريات الإعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2014، ص: 57.

والحرية حسب الفلسفة الشيوعية هي التي تتفق مع مصالح الشعب والتي تؤدي لتقوية النظام الاشتراكي، وفي الفلسفة الشيوعية لا مجال للمعارضة والنقد عبر وسائل الإعلام، ويقول لينين في هذا الصدد: (لماذا تسمح الحكومة التي تؤمن بأن ما تفعله صحيحا بأن تنتقد ولا يجب أن تعطي المعارضة سلاحا قد يكون أكثر تدميرا من البنادق[49].

وتتفق النظريتان السلطوية والشيوعية في محورية المجتمع –وليس الفرد – كأساس لتبرير السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام. فمصلحة الجماعة وهيمنة الدولة تتجاوز مصلحة الفرد، لكن الاختلاف بينهما يأتي في جانب ملكية وسائل الإعلام، فالنظرية السلطوية تتيح الملكية الخاصة لوسائل الإعلام، بينما ملكية وسائل الإعلام في المجتمع الشيوعي هي من اختصاص الحزب الشيوعي الحاكم[50].

[49] . نفس المرجع السابق، ص: 61.60.

[50]. المشهداني سعد سلمان: مرجع سبق ذكره، ص: 119.

8. نظرية المشاركة الديمقراطية

تعد هذه النظرية من أحدث نظريات الإعلام وأصعبها تحديدا، فقد برزت هذه النظرية كاتجاه ايجابي نحو تنظيم وسائل الإعلام، فقد جاءت كرد فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة، كما أن هذه النظرية قامت ردا على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة التي قامت على معيار المسؤولية الاجتماعية وتنتشر بشكل خاص في الدول الرأس المالية، وترى هذه النظرية أن نظرية الصحافة الحرة فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها، وترى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة، وهكذا فإن النقطة الأساسية في هذه النظرية تكمن في الاحتياجات والمصالح والآمال للجمهور الذي يستقبل محتوى وسائل الإعلام، وتركز على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل، وترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام، ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل الأفقي بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع[51].

ومن أهم توجهات نظرية المشاركة الديمقراطية تتركز في الآتي:

- تركز النظرية على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحق المواطن استخدام وسائل الاتصال، من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقته ومجتمعه.

[51]. العامري فضل طلال: **حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية**، دار هلا للنشر التوزيع، مصر، 2011، ص: 33.32.

- ترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام، ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع.
- إن وسائل الإعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية، سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية، وتخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها، وتقدم فرصا للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلا من المسيطرين عليها وأصحاب الملكية[52].
- إن الجماعات والمنظمات والتجمعات المحلية ينبغي أن يكون لها وسائلها الإعلامية.
- إن وسائل الإعلام صغيرة الحجم، والتي تتسم بالتفاعل والمشاركة أفضل من وسائل الإعلام المهنية الضخمة الأخرى، التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد.
- إن سبب وجود وسائل الإعلام أصلا هو لخدمة جمهورها، وليس من أجل المنظمات أو الجهات التابعة لها أو المهنيين العاملين بوسائل الإعلام[53].

[52]. قندلجي عامر: **الإعلام والمعلومات الانترنيت**، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2013، ص: 90.

[53]. شكركر عبد السلام: **الإعلام التوعوي المفاهيم والمجالات**، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2019، ص: 57.

9. النظرية التنموية

إذا كانت منطلقات التنظير الإعلامي عند الغرب هي هاجس تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد وحرياتهم وهموم "الديمقراطية" عموما، فإن منطلقات التنظير الإعلامي المعياري عند دول العالم النامي هي الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام في تحسين المستوى المعيشي الاجتماعي والسياسي لمجموع المواطنين." أي دور وسائل الإعلام في التنمية الشاملة وقد صبغ هذا الدور فلسفة الإعلام في الدول النامية بصبغة خاصة، جعلتها تتميز عن باقي الفلسفات الإعلامية. مما حدى بباحثي الإعلام تسميتها بـ: "فلسفة الإعلام التنموي" أو "نظرية الإعلام التنموي[54].

وتقوم على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة "واك برايل" حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث، فهذه النظرية تخرج عن نطاق بعدي الرقابة والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث تحد من إمكانية تطبيق نظريات الإعلام التي أشرنا إليها في السابق وذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال كالمهارات المهنية والمواد الثقافية والجمهور المتاح.

ان المبادئ والأفكار التي تضمنت هذه النظرية تعتبر هامة ومفيدة لدول العالم النامي لأنها تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية

كما ان هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات؛ وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية حسب الظرف السائدة إلا أنها في نفس الوقت تفرض التعاون وتدعو إلى تظافر الجهود بين مختلف

[54]. عبد الله ثاني محمد النذير: **ابستيمولوجيا علوم الإعلام والاتصال**، دار الأديب، مصر، 2017، ص: 65.

القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية، وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل من نظريات الإعلام الأخرى من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي[55]،

وتتلخص أفكار هذه النظرية في النقاط التالية

إن وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسات الوطنية القائمة.

إن حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.

يجب أن تعطي وسائل الإعلام أولوية للثقافة وللغة الوطنية في المحتوى الذي تقدمه.

إن وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافيا.

إن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الإعلام لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.

إن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام، واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية.

لقد اهتمت هذه النظرية بربط الإعلام بالواقع، وبيان دور هذا الأخير في التحرر من التبعية وتأكيد الهوية الوطنية، والتأكيد على أهمية دور الدولة في العملية الإعلامية.

[55]. كنعان علي عبد الفتاح: **نظريات الإعلام**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص: 12.

إلا أن هذه النظرية وبحجة الأولويات التنموية للدول النامية، كانت قد مهدت الطريق للاستبداد الذي هو معوق كبير للتنمية ذاتها، كما أثبت واقع الحال في العديد من الدول النامية[56].

[56]. خلالفة زينب: مرجع سبق ذكره، ص: 98.

10. مفهوم النظرية العلمية في دراسات الاتصال

هي مجموعة من البنى المترابطة والمفاهيم والمقترحات التي تقدم وجهة نظر منهجية للظواهر عن طريق تحديد العلاقات بين المتغيرات وذلك بهدف الشرح والتنبؤ.

وتعرف أيضا بأنها مجموعة من البيانات والمعلومات المترابطة على مستوى عال من التجريد، والتي تولد الافتراضات التي يتم اختيارها بالمقاييس العلمية، وعلى أساسها يمكن أن توضع التنبؤات عن السلوك.

فالنظرية هي محصلة دراسات، أبحاث ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من التطور، وضعت فيه إطارا نظريا وعمليا لما تحاول تفسيره، كما أن النظريات قامت على كم كبير من التنظير والافتراضات التي قويت تدريجيا من خلال إجراء تطبيقات ميدانية[57].

وعلى الرغم من اختلاف تعريفات الباحثين في الدراسات الإعلامية والاتصالية لمفهوم النظرية، فإنها تجمع على أن الهدف منها هو الحصول إلى استنتاجات علمية تصف علاقات وظيفية بين متغيرات يتم قياسها أو استقراؤها، ويسبق ذلك فروض علمية يضعها الباحث لمعرفة العلاقة بين تلك المتغيرات البحثية، بهدف الوصف أو التنبؤ أو التحكم في الظاهرة المدروسة[58].

أما خصوص النظرات الاتصالية فإنه لا يوجد ذلك نظرية اتصالية واحدة متفق عليها وعلى كيفية عملها أو تأثيرها على الجمهور بين الباحثين في حقل الاتصال. إنما يوجد عدة نظرات تقدم تصورات عن كيفية سير العملية الاتصالية، وفي الوقت ذاته تساعد هذه النظريات على توجه البحث الاتصالي إلى مسارات مناسبة.

---

[57]. المزاهرة منال هلال: **نظريات الاتصال**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص: 162.

[58]. العبد الله مي: **نظريات الاتصال**، ط2، دار النهضة العربية، لبنان، 2010، ص: 15.

فالنظرية الاتصالية تجسد شكل فعال تطبيقات وسائل الاتصال في المجتمع، ما توضح ما تحدثه من تأثير على الجمهور أو تأثير هذا الأخير على وسائل الاتصال أو الرسائل الإعلامية، بل يتجاوز الأمر أحيانا تقدم تصورات مستقبلة عن المتغيرات الاجتماعية المحتملة وتأثيرات وسائل الاتصال عليها. نظرات الاتصال هي تلك النظرات المفسرة للعملية التفاعلية التي تحدث بين الجمهور ووسائل الإعلام على اختلاف أنواعها. ومن هنا فإن النظريات الاتصالية هي تلك البحوث والدراسات التي تتعلق بعناصر العملة الاتصالية سواء ما يتعلق منها بالمرسل أو المستقبل أو الوسيلة

علاقة النموذج بالنظرية

يعد النموذج خطوة اولى لبناء النظرية، والنموذج نظرية لم تكتمل بعد، فالوصول الى نظرية يتطلب وضع العديد من التصورات النظرية في شكل نماذج بنائية او وظيفية هذا من جانب، كذلك تساهم النظرية في تنشيط الباحث على تخيل ووضع النماذج المناسبة ومحاولة اختبارها وتطويرها، ومن ثم فالعلاقة بين النموذج والنظرية علاقة ديناميكية وايجابية ومتبادلة.

وتتضح حدود علاقة مصطلحي النظرية والنموذج اذا اخذنا في الحسبان انه لا يمكن اعتبار النموذج هيكلا تفسيريا متكاملا في ذاته لكنه يساعدنا في صياغة النظرية , فضلا عن ان دور النظرية في التوصل لتعميمات وتنبؤات قد يتشابه مع ما تقوم به بعض النماذج، والنظرية تشمل عناصر ومحتويات الكثير من النماذج باعتبارها اداة تصورية وتحليلية وتفسيرية، وبإيجاز تهدف النماذج الى تزويد النظريات بالأطر المرجعية التي ترتبط بالمشكلة قيد البحث والدراسة، وبناء على ذلك لا تأتي النظرية من فراغ بل يتطلب الوصول اليها المرور بنماذج متعددة ومتكاملة ومتحدة في

الهدف، ويعد النموذج خطوة لبناء النظرية فالنموذج نظرية لم تكتمل بعد والعلاقة بينهما هي علاقة الجزء بالكل[59].

[59]. محمد فياش حسن: **نظريات الاتصال**، جامعة المستقبل، العراق، 2022، ص: 44، متاح على الرابط: https://www.uomus.edu.iq/mclecdet.aspx?id=11600، تاريخ الاطلاع: 2022/05/12.

11. نظريات التأثير المباشر لوسائل الإعلام (الحقنة تحت الجلد)

ظهرت هذه النظرية في بداية القرن العشرين خلال الحرب العالمية الأولى، نظرا لحاجة الجيش الأمريكي لأعداد من الأفراد المدنيين للالتحاق بصفوف الجيش لمساعدتهم في أداء العمل في المصانع وتوفير الأموال اللازمة لتمويل الحرب، حيث وجدت حالة عاجلة لإيجاد روابط قوية بين الأفراد والمجتمع من خلال تحريك الأحاسيس والمشاعر والولاء لغرس الخوف لتحقيق هذه الأهداف، وقد كانت الدعاية هي والوسيلة الوحيدة آنذاك لتحقيق هذه الأهداف، وقد أدت وسائل الدعاية التي تم تصميمها بشكل دقيق إلى تعلق الجمهور بالقصص الإخبارية والصور والأفلام والخطب والشائعات وملصقات الإعلان، وبالتالي أصبحت وسائل الإعلام المتاحة هي الأدوات الرئيسية لإقناع الجمهور في تلك الفترة، فقد كان يتلقى الحملات الدعائية بشغف كبير، ولا يشك في مصداقيتها وكان متفاعلا معها وغير مدرك لأهدافها[60].

لذلك كان هناك حماس شديد لتحليل الدعاية بعد الحرب العالمية الأولى، مما قاد إلى أسطورة رجل الدعاية وقوته في استخدام وسائل الإعلام كأداة للتأثير والسيطرة على مواقف الجمهور وأفكارهم وسلوكهم، وكان هذا الرأي سائدا قبل الحرب العالمية الثانية، وكتب حينها " **هارولد لاسويل** "، حول تقنيات الدعاية في الحرب العالمية الأولى، إن ما كان في السابق يتم تحقيقه بالعنف والقهر فإنه الآن يمكن أن يتم عن طريق الجدل والإقناع[61]،

[60] . المزاهرة منال هلال: **مرجع سبق ذكره**، ص: 278.

[61] . أبو أصبع صالح خليل: **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، ط5، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص: 124.

وهذا يؤكد ما قاله هتلر أثناء الحرب العالمية الثانية: لماذا أخضع الأعداء بالوسائل الحربية ما دام في وسعي إخضاعهم بوسائل أخرى أرخص وأجدى، وان عملية استعداد المدفعية وهجوم المشاة في حرب الخنادق سوف تضطلع بها الدعاية مستقبلا[62].

و مما عزز هذه النظرية ما خلفه البرنامج الإذاعي " **حرب العوالم، غزو من المريخ** "، عام **1938** والذي قدمه **Orson Wells**، وكان نتيجة هذا البرنامج إن المستعمون ظنوا أن محتوياته حقيقة، مما جعل جمهور كبير خائف وهناك أيضا من المستمعين أصيبوا بالرعب والهلع[63].

وتم تأسيس معهد لتحليل الدعاية عام 1937 بالولايات المتحدة الأمريكية، والذي كان بمثابة رد فعل للإحساس بخطر الدعاية وتعزيزا لهذه النظرية، والتي أعدت للإعلام قوة كبيرة في قدرته على التأثير، فهو يشبه من يطلق الرصاصة ليصيب من ضحيته مقتلا.

إن هذه النظرية تنظر الى الجمهور باعتبارهم مخلوقات سلبية يمكن التأثير المباشر فيه، بمجرد حقنه بالرسائل الإعلامية، ومن ثم فإن المتصل أو صاحب الرسالة يضمن استجابة فورية من الجمهور[64].

وتقوم هذه النظرية على افتراضين أساسيين هما:

أن الجمهور يستقبل الرسائل الاتصالية بشكل مباشر وليس من خلال وسائل أخرى.

إن رد الفعل حيال رسائل الاتصال يتم بشكل فردي، ولا يضع في الاعتبار التأثير المحتمل لأشخاص آخرين.

---

[62] . المزاهرة منال هلال: مرجع سبق ذكره، ص: 278.

[63] . أبو أصبع صالح خليل: ص: 125.

[64] . العبد الله مسي: **نظريات الاتصال**، ط2، دار النهضة العربية، لبنان، 2010، ص: 266.

وقد تبنت الدراسات الإعلامية خلال العقود الثلاثة الأولى من القرن العشرين، وجهة نظر التي ترى أن لوسائل الاتصال، تأثيرا كبيرا على الآراء والاتجاهات والسلوك، حيث تكون الرسائل الاتصالية كرصاص سحري، يصل فورا إلى عقول المستقبلين، وظهر ذلك من خلال دراسات **هارولد لازويل** حول آثار الدعاية، و **كانتريل** و **إلبورت** حول التأثير السيكولوجي للراديو، و **كانتريل** و **جوديت** و **هيرزوج** حول تأثيرات الراديو المحتملة[65].

لكن سرعان ما لاقت هذه النظرية عديد الانتقادات، فالاعتماد عليها في تفسير علاقة الإنسان بوسائل الإعلام فيه الكثير من التبسيط نظرا للطبيعة الإنسانية والكيفية التي تعمل من خلالها النفس البشرية، فالقول بالتأثير المباشر والآني لوسائل الإعلام على الجمهور لم يلق ذلك القبول لدى قطاع كبير من المهتمين في حقل الاتصال الجماهيري، فالإنسان ليس كائنا سلبيا يتأثر بكل ما يصادفه بمعزل عن تركيبته النفسية وبيئته الاجتماعية وخبراته السابقة.

إن مغلاة أنصار هذه النظرية في وقدرة وسائل الإعلام في التأثير على الجمهور لا يدفعنا إلى نفسي وجود ذلك التأثير متى ما توفرت عوامل ومتغيرات أخرى لها علاقة بالإنسان نفسه وبالوسيلة الإعلامية ومضمونها[66].

ولقد ساهمت نتائج الانتخابات عام **1940** في أمريكا، عندما نجح فرانلكين روزفلت في الانتخابات الرئاسية لعهدة ثانية، رغم معارضة الصحافة له، وقد ساهمت نتائج هذه الانتخابات في إعادة التساؤلات حول الاعتقاد بقوة تأثير وسائل الإعلام وانفرادها في هذا

[65] . مكاوي حسن عماد والسيد ليلى حسن: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص: 222.
[66] .الحضيف محمد عبد الرحمان: **كيف تؤثر وسائل الإعلام ؟ دراسة في النظريات والأساليب**، ط2، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية، 1998، ص: 18.

المجال، والبحث عن العوامل التي أدت الى هذه النتائج رغم ما كان يعتقد حينذاك حول أسطورة تأثير وسائل الإعلام[67].

ومن الانتقادات أنها اعتمدت بالدرجة الأولى على علم النفس وعلم النفس الاجتماعي والتحليل النفسي، وتأكيدها أن وسائل الإعلام تأثر فقط على الجوانب النفسية والشعورية، لكنها تجاهلت العوامل السياسية والثقافية والاقتصادية، والتي يمكن أن تؤثر على العملية الاتصالية[68].

[67] . عبد الحميد محمد: **نظريات التأثير واتجاهات التأثير**، ط3، عالم الكتب، مصر، 2004، ص: 237.
[68] . المزاهرة منال هلال: مرجع سبق ذكره، ص: 289.

نظـــــريـــات التـــأثـــــيـــــــر المحـــــــدود

1. نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين
2. نظرية انتشار المبتكرات
3. نظرية الاستخدامات والاشباعات

12. نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين

اهتزت نظرية الرصاصة السحرية أو القذيفة تحت الجلد أمام نتائج الدراسات الميدانية التي أعقبت معارضة الصحافة الأمريكية للرئيس الأمريكي روزفلت بشكل كبير، ورغم ذلك نجح في الانتخابات الرئاسية، وبدأت هذه النظرية غير قادرة على تفسير أسباب استجابة الناس بالطريقة التي تمت إزاء هذه الرسائل التي وصلتهم من وسائل الإعلام، وبدأت تظهر تدريجيا فكرة المجموعات الفرعية التي تقوم على جمهور داخل جمهور، حيث قدمت رؤية أشمل وأدق لكيفية استقبال المعلومات من وسائل الإعلام والاستجابة لها، فلم تعد المعلومات التي ستقبلها الفرد مقتصرة على تمده به وسائل الإعلام مباشرة وإنما تأتي بعض المعلومات من أفراد آخرين، سبق لهم التعرض لهذه الوسائل، وهذا ما يطلق عليه بـ: **نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين**[69].

تنطلق هذه النظرية بأن تدفق المعلومات من وسائل الإعلام الجماهيرية حيث يستقبلها قادة الرأي في المجتمع، وهم من ينقلون هذه المعلومات إلى الجمهور من خلال اللقاءات الشخصية والمناقشات التي تدور بينهم، ثم تبلورت هذه الفرضية وتجسيدها على يد كل من لازار سفيلد و كاتز في كتابهما الموسوم بـ: التأثير الشخصي 1955، حيث أكدا فيه أن محور هذه النظرية هم قادة الرأي الذين يمثلون دور الوسيط في تدفق المعلومات من وسائل الإعلام إلى الجمهور[70].

لقد ابتكر الباحثون هذه النظرية ليوضحوا أن الناخبين لم يتأثروا بوسائل الاتصال الجماهيرية،

---

[69]. العبد عاطف عدلي و العبد عاطف نهى: **نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية**، دار الفكر العربي، مصر، 2011، ص: 283.

[70]. بسام عبد الرحمان المشاقبة: **نظريات الإعلام**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص: 107.

و إنما تأثروا بالناس الذين يعرفونهم شخصيا ويحترمونهم، هؤلاء الناس والمعروفين بـ:"قادة الرأي" ليسوا بالضرورة في مركز السلطة. والنقطة الرئيسية التي ينطلق منها الباحثون في هذه النظرية أن الاتصال الشخصي أكثر أهمية من الاتصال الجماهيري، وأن تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية يكون من,خلال قادة الرأي، ويتضح أيضا أن الناس في الطبقات الاجتماعية المختلفة يقدمون تفسيرات مختلفة لوسائل الاتصال، وأنهم يميلون إلى الحديث عن وسائل الاتصال الجماهيرية مع الأشخاص الذين يشبهونهم في التعليم والمهنة والثروة والخلفية الأسرية[71].

وقد قامت هذه النظرية على الفرضية التالية:

أن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تنقل إلى الجمهور عبر مرحلتين: قادة الرأي الذين يتعرضون غالبا للرسائل الإعلامية، ومن ثم تنتقل من قادة الرأي إلى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية، وخاصة الاتصال الشخصي، فالجمهور إذن يتأثر بطريقة غير مباشرة، بل إن هذا التأثير غير مباشر ينسجم مع تفسير قادة الرأي للرسالة الإعلامية أكثر من التفسير المقصود للرسالة من مصدرها الأصلي (وسائل الإعلام).

وقد أوضح **Mclean Deckle** أن قادة الرأي هم من الأشخاص الذين يعبرون عن الاتجاه العام في المجتمع تجاه قضايا ملحة، وهذا المفهوم يتفق ما توصل إليه كل من **Diana , Beth and Charles**، في وصفهم لقادة الرأي المؤثرين بأنهم المدركون للقضية التي يريدون الحديث عنها، وهي القضية التي تمثل صدارة اهتمامات المجتمع[72].

وقد حدد بعض الباحثين ثلاث سمات رئيسية لقادة الرأي المؤثرين، وهي على النحو التالي:

---

[71]. خلالفة زينب: مرجع سبق ذكره، ص: 150.

[72]. البشر محمد بن سعود: مرجع سبق ذكره، ص: 114.112.

الصفات الشخصية لقادة الرأي، مثل المكانة الاجتماعية، والتعليم ...الخ.

ثقافة قادة الرأي عن القضية أو القضايا التي تصيرها وسائل الإعلام.

القاعدة الجماهيرية لقادة الرأي، وتعني قدرة قادة الرأي على التواصل مع عدد كبير من الجمهور[73].

وقد تعرضت النظرية الى مجموعة من الانتقادات، نذكر منها ما يلي:

- ترى النظرية أن قادة يتلقون المعلومات من وسائل الإعلام فقط، والواقع نجد ان هناك مصادر متعددة ومتنوعة.
- تؤكد النظرية أن انتقال المعلومات، يكون عبر مرحلتين، في حين قد يكون الاتصال بشكل مباشر أو عدة مراحل أخرى ومتعددة (أي أكثر من مرحلة).
- ليس بالضرورة أن كل ما ينقله قادرة الرأي الى الجمهور، يتأثر به الجمهور ويقتنع به.
- تتجاهل النظرية حقيقة مفادها بأن القدر الكبير يصل الى الجمهور مباشرة، وأن ما يصل إليهم من قادرة الرأي يصل بشكل أقل.

[73] . البشر محمد بن سعود: **الرأي العام، الأسس ومقاربات الو اقع**، مكتبة العبيكان، السعودية، 2012، ص: 51.

13. نظرية انتشار المبتكرات

ظهرت هذه النظرية وتأثرت بنظرية تدفق المعلومات على مرحلتين التي قدمها لازار سفيلد وزملائه، ذلك أنها تقترب كثيرا منها، لأن نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين تفترض أن الرسالة الإعلامية تصل الى الجماهير عن طريق أفراد يتميزون عن سواهم بأم أكثر اتصالا ونشاطا في تعاملهم مع وسائل الاتصال الجماهير، فهم الذين يقومون بعملية نقل مضامين الرسائل الإعلامية الى غيرهم من الجماهير ويطلق عليهم قادة الرأي[74].

و جاءت نظرية انتشار المبتكرات على يد الباحث ايفرت روجرز وهو مختص في علم الاجتماع الريفي والعمل الاجتماعي، ألّف كتاب يدعى انتشار الابتكارات بعد أف اعتمد على 508دراسة التي تشرح نظرية الابتكار-كيف ولماذا وبأي سرعة تنتشر الابتكارات والتطورات العلمية والاجتماعية في المجتمعات- وبنى أفكاره على الأمثلة التي قدمها مثل انتشار الطوابع البريدية وتوحيد الأعراف الأخلاقية في المدارس والذي ركز على كيفية تبني الجمهور للمستحدثات، أي كل الابتكارات الجديدة في مجال الإنتاج أو الاستهلاك حيث كان الاهتمام منصب آنذاك على تحديث المجتمع الريفي الأمريكي ودفعه ليواكب التغييرات الاقتصادية والاجتماعية التي جعلت من الولايات المتحدة الأمريكية قوة عظمى بعد الحرب العالمية الثانية[75].

وتقوم هذه النظرية على افتراض أن قنوات ووسائل الإعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، حيث تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول المبتكرات الجديدة .كما يقترب مدخل انتشار المبتكرات كثيرا من تدفق المعلومات على مرحلتين الذي يفترض أن الرسائل الإعلامية تصل إلى الجمهور عن طريق أفراد يتميزون عن

---

[74]. شقير بارعة: **نظريات الاتصال**، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 2020، ص: 123.
[75]. بسام عبد الرحمان المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص: 169.

سواهم بأنهم أكثر اتصالا ونشاطا في تعاملهم مع وسائل الاتصال الجماهيري ويطلق عليهم "قادة الرأي ."ومفهوم قادة الرأي في هذا المدخل "مدخل انتشار المبتكرات" لا يختلف كثيرا عن مدخل انتقال المعلومات على مرحلتين غير انه يضيف تفصيلات أكثر حول شخصية قادة الرأي.

والابتكار وفق هذه النظرية هو أي فكرة جديدة أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة ففكرة تنظيم الأسرة أو إدخال أساليب جديدة في الزراعة أو استحداث وسيلة اتصالي كالهاتف المحمول أو غير ذلك يعتبر ابتكارا.

ووفق لهذه النظرية فإن وجود مبتكرات جديدة يتم إدخالها إلى النظام الاجتماعي قد يكون لهاء قبول تدريجي مع مرور الوقت وفقا لمجموعة من المتغيرات والظروف التي تخص تلك البيئة الاجتماعية التي يتم إدخال تلك المبتكرات إليها.[76].

ويقدم Shoemaker and Rogers قائمة من التعميمات النظرية حول قادة الرأي وهي - :أن قادة الرأي أكثر ابتكارية من غيرهم، لديهم أفكار جديدة وقادرة على ابتكار الحول وتبني الأفكار الجديدة أكثر من أتباعهم - .قادة الرأي يتعرضون أكثر من أتباعهم لوسائل الإعلام والاتصال - .قادة الرأي لديهم مركز اجتماعي متميز أكثر من أتباعهم - .قادة الرأي أكثر انفتاحا (عالمية) من أتباعهم، فلهم القدرة على تقبل الأفكار الجديدة وتقبل التغيير القادم من الغير[77].

ووصف روجرز وزميله شوميكر عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بانتشار المبتكرات، كالتالي:

[76]. مجاني باديس، مرابط فريدة: مرجع سبق ذكره، ص: 48
[77]. العبد الله مي: مرجع سبق ذكره، ص: 289.

- المصدر :المخترعون والعلماء وعوامل التغيير الاجتماعي وقادة الرأي .
- الرسالة :الابتكار الجديد.
- الوسيلة :قنوات وسائل الإعلام وقنوات الاتصال الشخصي.
- المستقبل :أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي.
- الأثر :تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك[78].

وتمر عملية تبني المبتكرات الجديدة بخمس مراحل وهي:

- مرحلة الوعي بالفكرة.
- مرحلة الاهتمام بالفكرة.
- مرحلة التقييم.
- مرحلة التجريب.
- مرحلة التبني.

وقد تم تقسيم الأفراد على اساس الوقت الذي يتم فيه تبنيهم للفكرة المستحدثة الى خمس فئات هم:

- المبتكرون
- المتبنون الأوائل
- متبنون (غالبية متقدمة)
- متبنون متأخرون (غالبية متأخرة)

[78]. بسام عبد الرحمان المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص: 178.

- المتخلفون او المتلكئون[79].

وقد لوحظ من البحوث والدراسات في هذا المجال ان لكل فئة خصائص وسمات عامة تختلف عن الأخرى فمثال ان المتبنين الأوائل أصغر سنا بصفة عامة عن غيرهم ويتمتعون بمركز مالي أفضل ممن يأتي بعدهم وكذلك كل فئة من هذه الفئات تختلف عن غيرها في السلوك الاتصالي من حيث نوع المصادر التي يلجؤون اليها وكذلك معدل تكرار اتصالهم بالمصادر المفضلة لديهم.

وقد تعرضت النظرية الى مجموعة من الانتقادات وهي:

اثبتت الأبحاث العلمية أن مراحل التبني للأفكار المستحدثة ليست محددة أو منفصلة عن بعضها البعض بل إنها كثيرا ما تتداخل مع بعضها البعض. أثبتت الأبحاث العلمية في مجال نشر المبتكرات أن المراحل الخاصة بتبني الأفكار ليست متتالية أو متعاقبة، بل إن الفرد يقفز إلى مرحلة التبني الكامل مباشرة دون أف يمر بمراحل أخرى[80].

إن تطبيق هذا النموذج والعمل به في دول العالم الثالث أدرى الى اتساع فجوة المعلومات وازدياد الفروقات الاجتماعية والاقتصادية بين فئات المجتمع لان الفئات المتقدمة اقتصاديا واجتماعيا تشجع أكثر من غيرها على التجديد وممارسته بالإقبال على تلقي المعلومات أكثر من غيرها من الفئات الفقيرة[81].

---

[79]. جلولي حفيظة، بغداد باي عبد القادر: **اليوتيوب وصناعة المحتوى رؤية في ضوء نظرية انتشار المبتكرات، مجلة الفكر المتوسطي**، المجلد: 12، العدد: 02، الجزائر، 2024، ص: 365.

[80]. الرحمين عطاء الله، بارعة شقير: **نظريات الاتصال**، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 2018، ص: 155.

[81]. الطيب عبد النبي عبد الله: مرجع سبق ذكره، ص: 126

14. نظرية الاستخدامات والاشباعات

أجريت في بداية القرن العشرين على أسباب التعرض واستخدام وسائل الإعلام ومن مختلف فئات الجمهور، في محاولة للربط بين الأسباب والاستخدام، حيث تم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات، أهمها الدوافع النفسية التي تؤدي بالأفراد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، وأصبحت رغبة الأفراد في إشباع حاجات معينة من التعرض لهذه الوسائل في الإطار العام، بين تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها، حيث أطلق عليه الاستخدامات والاشباعات[82] . يرجع أصل بحوث الاستعمالات والاشباعات إلى الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي، ومن بين البحوث الرائدة في هذا المجال، دراسةHerzog في ،1940حول مسألة إشباع الرغبات التي كان يتحصل عليها جمهور برنامج ألعاب إذاعيquiz .

ومن بين نتائجها، والتي مازالت تؤخذ بعين الاعتبار في بحوث الاستعمالات وإشباع الرغبات إلى يومنا هذا ما يلي:

(التنافس)، ويعني أن المستمع للبرنامج يشارك عن بعد، ويحاول أن يتبارى مع المتنافسين في البرنامج من خلال محاولته الإجابة على الأسئلة التي يطرحها منشط البرنامج.

(التربية)، أي من خلال الاستماع إلى الأسئلة التي تطرح في البرنامج والأجوبة الصحيحة عليها، يكسب المستمع معلومات جديدة.

[82] . J. Lull. **Medea commnication . culture a global approch**..polity press. Loldon. 1995. P9.

(التقييم الذاتي)، ويقصد به أن المستمع يقارن نفسه بالمتنافسين من جهة، ومن جهة ثانية يقيم نفسه من خلال الأجوبة التي يقدمها، وهكذا استخلصت الباحثة أن البرنامج الإذاعي يتيح الفرصة لمستمعيه لكي يشبعوا بعض الرغبات النفسية[83].

وتطور مفهوم الاستخدامات والاشباعات أكثر في الدراسة التي أجراها Katz and Blumerعام1959للانتخابات العامة البريطانية عام ،1964والتعرف على أسباب مشاهدة أو تجنب مشاهدة الحملات الانتخابية، وحدد كل من Katz and Gurevetch ،Blumerاختصاص مدخل الاستخدامات والاشباعات بالأصول النفسية والاجتماعية للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والمصادر الأخرى، والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة من التعرض للوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج من الاحتياجات والاشباعات، بالإضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخطط لها. وظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب: استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، من تأليف كل من :،Blumer and Katzفي عام1974ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مردها تصور الوظائف التي تقوم وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب أخر[84].

وتقوم نظرية الاستخدامات والاشباعات على مجموعة من الفروض، وهي كالتالي:

- تميز الجمهور بمشاركة ايجابية، أي أن استعمال وسائل الاتصال يرتبط عموما بمدى تحقيقه لأهداف الجمهور، وهو تأكيد يغفل العوامل الأخرى واستعمالات الجمهور العفوية وغير المخطط لها.

---

[83] . السعيد بومعيزة: **أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكات لدى الشباب**، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006، ص: 57.

[84]. رضا عبد الواجد أمين: **النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني**، قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر، مصر، 2007، ص: 68.

- ترجع المبادرة للمتلقي في ربط إرضاء حاجاته باختياره للوسيلة، مما يفترض عدم الاعتراف بأية علاقة خطية بين الاتصال والاتجاهات والسلوك، أي إلغاء مفهوم التأثير أو ماذا تفعل الوسيلة بالجمهور؟
- تبنى وجود علاقة تنافسية بين وسائل الاتصال ومصادر أخرى للحصول على رضا الجمهور.
- افتراض منهجي يقدر بأن الأفراد يملكون قدرة كافية على تشخيص دوافعهم أو احتياجاتهم وبالطرق المناسبة، مما يغفل ذاتية أحكامهم التقديرية وكذا الفروق في المستويات التعليمية.
- إن أحكام القيمة حول المعنى الثقافي للاتصال الجماهيري غير صادقة، إذا لم تسبق باستكشاف توجهات الجمهور التي تعتبر هي الأصل، وبالتالي فإن أية محاولة لتفسير تأثير الوسائل تصبح غير مجدية[85].

يرتكز مدخل الاستخدامات والاشباعات على مجموعة من العناصر، تمثل محور هذا المدخل وتتمثل فيما يلي:

-افتراض الجمهور النشط. - الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي لوسائل الإعلام. - دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام. - توقعات الجمهور من استخدام وسائل الإعلام.

-التعرض لوسائل الإعلام والاشباعات الناتجة عنه .

ويرى كاتز وزملاؤه أن منظور الاستخدامات والاشباعات تهدف إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية وهي:

[85]. دليو فضيل: **الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص: 31.

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشيط الذي يستطيع أن يختار الوسائل التي تشبع رغباته وحاجاته، كما تقوم هذه النظرية بدراسة هذا الاستخدام والتعرض وتصنيفه إلى فئات تحدد شدّته وكثافته وتحاول بالتالي التعرّف على الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام للأفراد الذين يتعرّضون إليها من خلال مجموع الوظائف التي يتعين على هذه الوسائل القيام بها
- تهدف النظرية إلى شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض، بمعنى أن النظرية تسعى إلى إيجاد العلاقة بين رغبات الجمهور من جهة وتأثير وسائل الاتصال من جهة أخرى، ثم الانتهاء إلى أن رغبات الجمهور يتم تلبيتها عن طريق التعرض إلى وسائل الإعلام.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال[86].

وقد تعرضت نظرية الاستخدامات والاشباعات للعديد من الانتقادات بالرغم من أنها أثبتت تفوقها في توصيف محددات السلوك الاتصالي للجمهور، بسبب غموض الإطار النظري، وبعض المفاهيم الأخرى، بالإضافة لكونه أسلوبا لجمع البيانات دون تحليلها، إلا أن كل من: دينيس وسفين ونداهل، حددوا مجموعة الانتقادات، فهم يرون بأن مدخل الاستخدامات والاشباعات يقوم على أسس وظيفية تم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف، لذا فكل الانتقادات الخاصة بالمدخل الوظيفي تنطبق عليه، كما يخدم المدخل منتجي المضامين السيئة والرديئة، ويدعون أن هذه المضامين ما هي إلا الرغبات الفعلية والحاجات التي يريدها الجمهور، فالإخبار مثلا قد يفسر على أنه هدف تسعى وسائل الإعلام إلى تحقيقه، وقد يكون

[86] . حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص: 224.

مطلبا وظيفيا تؤديه الوسيلة،[87] وقد يكون رغبة الجمهور من الوسيلة فيصبح بمعنى التوقع أو النتيجة. ويؤكد بعض الباحثين أن النظرية لا تعدو كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاء، خاصة مع الخلاف في تحديد مفهوم الحاجة، والأمر في هذه الحالة يحتاج إلى وضع الفئات الاجتماعية بجانب الدوافع، الحاجات وفئات المحتوى، حتى يصل الباحث إلى نتائج مفيدة[88].

ومن الملاحظات الموجهة لنموذج الاستخدامات والاشباعات بخصوص الناحية المنهجية، إن تلك الدراسات ارتكزت على افتراض أن الناس مدركين لحاجاتهم وبأن الجمهور قادر على أن يختار الوسيلة، بما يحققه له المضمون لإشباع حاجاتهم وهو موضوع ربما يكون مبالغ فيه، ولا يوجد دليل يظهر أن الناس مدركون لحاجاتهم، فقد تكون هناك عوامل اقتصادية أو اجتماعية تحد من استفادة الشخص من التكنولوجيا المتقدمة، أو عدم توفر وسائل إعلام بديلة مما يحد من تحقيق اشباعات المتلقين، كما أن المدخل لم يفرق بين والاشباعات التي يبحث عنها الجمهور وبين والاشباعات التي تحقق عند المشاهدة[89].

[87]. مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: مرجع سبق ذكره، ص: 281.280.
[88]. محمد منير حجاب: **نظريات الاتصال**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2010، ص: 300.
[89]. الطيب عبد النبي عبد الله: مرجع سبق ذكره، ص: 128.

نظـــــريـــات التـــأثـــــيـــر المعتـــــــدل

1. نظرية ترتيب الأولويات
2. نظرية الأطر الاعلامية
3. نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

15. نظرية ترتيب الأولويات

يعد الباحث والصحفي الأمريكي **وولتر ليبمان** أول من طرح في كتابه: الرأي العام، الذي أصدره عام **1922**، العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور، الذي يتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا المختلفة التي تهم المجتمع[90]، تشير نظرية ترتيب الأولويات إلى أن وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نقاط التفكير الأكثر أهمية، من خلال تركيزها على هذه القضايا والأفكار باعتبارها الأهم من غيرها[91].

ويرجع الباحثون أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة الأجندة، ظهرت عام **1958**، في مقال نورتن لونج Norton Long، إلا أن أفضل تصريح حول هذه الوظيفة ظهر برنارد كوهين Bernard Cohen في كتابه: الصحافة والسياسة الخارجية عام **1963** الذي قال فيه أن الصحافة يمكن ألا تكون ناجحة كثيرا في أن تقول للناس بماذا يفكرون، ولكنها ناجحة إلى حد كبير في أن تقول للقراء عن الأشياء التي يفكرون بها[92].

وقد أكدت بحوث كل من **ماكوبز و شو** عام **1972** أن وسائل الاتصال الجماهيرية تمتلك القدرة على تحديد اهتمامات الجمهور، بقضايا تصبح مهمة لديهم، بسبب تركيزها عليها، بمعنى أن هناك علاقة ارتباطية بين تركيز وسائل الاتصال على قضية معينة، وأهمية هذه القضية لدى الجمهور الملتقي، فكلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قضية محددة، تحتل هذه الأخيرة مكانا متقدما في سلم أولويات واهتمامات الجمهور[93].

استعير اسم هذه النظرية من فكرة جدول الأعمال الذي يبحث في اللقاءات والاجتماعات والذي يطلق عليهم: أجندة، وأن فكرة هذه النظرية تقول أنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي

---

[90] . المزاهرة منال هلال: مرجع سبق ذكره، ص: 327.
[91] . عبد العال هالة محمود: **تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية**، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2017، ص: 120.
[92] . العبد الله مي: مرجع سبق ذكره، ص: 284.
[93] . خلالفة زينب: مرجع سبق ذكره، ص: 151-152.

لقاء، ترتبت عليه المواضيع التي سوف تناقش بناء على أهميتها، أي أن تقوم وسائل الإعلام بالوظيفة نفسها، أي لها جدول أعمال الخاص بها وأجندتها

إن جدول أعمال وسائل الإعلام هو ما تبثه من برامج ومحتويات وما تعرضه من مواضيع حتى يبدو للجمهور أن هذه البرامج أو المواضيع أو الأفكار أهم من غيرها والأولى بالاهتمام[94].

لخص ماكسويل ماكومبس ولي غو (Guo Lei) تدُّرج اهتمام بحوث الأجندة ضمن ثلاث مراحل أو مستويات، وهي كالآتي:

-أولا : عمل وسائل الإعلام في تركيز اهتمام الجمهور على عدد قليل من القضايا والموضوعات الرئيسة.

-ثانيًا : تقترح وسائل الإعلام في المستوى الثاني على الناس كيف يفكرون القضايا والموضوعات، وهو ما يسهم في بناء تصورات محددة لجوانب الموضوعات والقضايا المطروحة. وهنا، تقوم هذه الوسائل ببناء مفهومها من السمات الأكثر بروزا لجوانب هذه الموضوعات (الصور الذهنية والأطر)

ثالثا: وسائل الاعلام يمكن أن تؤثر في بناء صورة متكاملة لهذه السمات أو بناء الشبكة المعرفية للجمهور (The Associative Network Model)

وعليه فإن الفرض الرئيسي في معظم الدراسات الخاصة بترتيب الأجندة هو الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والمواضيع الإعلامية، أي وجود ارتباط ايجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور، مما يشير إلى دور

[94] . بسام عبد الرحمان المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص: 92.

وسائل الإعلام في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا والمواضيع المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسائل لهذه القضايا والمواضيع[95].

كما توجد افتراضات أخرى خاصة بنظرية وضع الأجندة، وهي:

تبنى النظرية على افتراض أن لوسائل الإعلام تأثير قوي على العامة أو الجمهور.

أن الاتصال يبدو كعملية تركز على المرسل كمحور رئيسي بها.

تفترض النظرية أن الصحفيين ومصادرهم المختلفة والجمهور يفسرون الخبر أو القضية ما تما بنفس الطريقة أو بطريقة مشابهة.

وبتقييم هذه الافتراضات يتضح أن مستقبل الرسالة أصبح له دور فعال في فهم واد ارك هذه الرسالة وفقًا للأجندة الخاصة به، وإذا كنا لا نرى تأثير قوي لوسائل الإعلام فلابد أن نعترف أن لها دور في حياتنا كمصدر للمعلومات وللخبرة والتسلية والمتعة ولكن ليست هي المصدر الوحيد لكل ذلك، فالتفاعل مع الآخرين يمثل أهمية أيضاً في هذا المجال وقد تفوق وسائل الإعلام[96].

العوامل المؤثرة في وضع أجندة الجمهور

نوع وطبيعة القضايا المطروحة: يقصد بها مدى كونها ملموسة أي مدركة من جانب الجمهور، أو أن تكون القضية مجردة أي لا تكون مجربة بشكل مباشر من قبل الأفراد، فالقضية اليومية والتي تحدث للفرد بشكل مستمر يومياً لا يكون لها تأثير لوضع الأجندة، أما القضايا الطارئة والتي لا يكون لها أي مصدر إلا الأخبار في استقصاء المعلومات، ففي هذه الحالة يكون لوضع الأجندة أثر كبير.

---

95 . عبد الحميد محمد: مرجع سبق ذكره، ص: 243.

96. ضيف ليندة: **الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة من رتيب أولويات وسائل الاعلام**، مجلة الحكمة للدارسات الإعلامية والاتصالية، المجلد: 03، العدد: 03، الجزائر، 2015، ص: 19.

أهمية القضايا: حيث يقصد بها الأهمية الناجمة عن الاهتمام بقضايا معينة، فقد تكون هذه القضية محلية أو وطنية أو خارجية، بحيث تساهم أهمية القضايا في ترتيب الأولويات الإعلامية بالإضافة إلى ترتيبها بالنسبة للجمهور، كذلك ل بُد من التأكيد على أن كلما كانت القضايا المطروحة ذات أهمية بالنسبة للفرد، كلما زادت الوسائل الإعلامية تركيزها على مثل هذه القضايا.

نوع الوسيلة :أجريت العديد من الدراسات لمعرفة أي الوسائل الإعلامية تتفوق على الأخرى في وضع الأجندة فأثبتت بعض الدراسات أن التلفزيون وسيلة أكثر فعالية من الصحف في وضع أجندة الجمهور على المدى القصير، في حين تؤثر الصحف في وضع أجندة الجمهور على المدى الطويل، وأوضحت بعض الدراسات أن الجمهور يفضل التلفزيون كوسيلة للاستقصاء الأنباء القومية والعالمية في حين يفضل الصحف كوسيلة لاستقصاء الأخبار المحلية وخلصت أغلب الدراسات أن الصحف تنجح أكثر بالتأثير في أجندة الجمهور.

الخصائص الديموغرافية: تشير بعض الدراسات إلى وجود علاقة ارتباط بين الخصائص الديموغرافية ووضع الأجندة، مثل متغير التعليم الذي يؤدي دوراً أساسيًا في ترتيب الأولويات نحو القضايا المثارة في وسائل الإعلام حيث تزيد قدرة تلك الوسائل في وضع أجندة المتعلمين عند المقارنة بغير المتعلمين[97].

الاتصال الشخصي: تستطيع الاتصالات الشخصية تقرير تأثير وضع الأجندة للقضايا التي تحظى بتغطية إعلامية مكثفة ومن أمثلة ذلك دراسة موتز الخاصة بإدراك الجمهور لقضية المخدرات بوصفها قضية شخصية أو مشكلة اجتماعية ودراسة ويفر حول دور الاتصال الشخصي في نقل المعلومات وترتيب الأولويات.

[97]. مجاني باديس، مرابط فريدة: مرجع سبق ذكره، ص: 88.

توقيت إثارة القضايا :ترتيب الأولويات ينجح بشكل كبير باختيار التوقيت الدقيق لإثارة القضايا، واستغلال الفرص والظروف المناسبة لذلك، ففي وقت الانتخابات يكون تأثير وسائل الإعلام أقوى من الأوقات العادية، لأن التكرار يدعم دورها وكذلك حاجة الأفراد للتعرف على ما يدور في الساحة السياسية في ذلك الوقت[98].

ويمكن تلخيص نظرية الاجندة الى ثلاث أجندات رئيسية وهي:

الأجندة الإعلامية: وتعني جدول الأعمال اليومي لوسائل الاعلام، والذي يقرر أي المواضيع التي ستحظى بتغطية إعلامية، أي المواضيع التي يتم التشديد عليها، والمواضيع التي يتم تجاهلها.

الاجندة السياسية: هي جدول الأعمال على مستوى السياسي، والمواضيع التي يتناولها السياسيين، والتي تتوافق مع الاحتياجات الوطنية الواسعة.

الأجندة الجماهيرية: هي المواضيع التي يتحدث بها الناس فيما بينهم.

وتعمل نظرية ترتيب الأولويات على تحقيق الوظيفتين الأولى والثانية وذلك عن طريق

مر اقبة البيئة :يرى لازويل أن أي مجتمع يستخدم أساليب المراقبة السرية والعلنية ليظل على معرفة كاملة يجري في البيئتين الداخلية والخارجية وتوفر هذه المراقبة المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات، فالمراسلون الخارجيون لوسائل الإعلام يراقبون البيئة الخارجية والمندوبين البيئة الداخلية عبر تقاريرهم المستمرة التي تحيط المجتمع، علما بكل أنشطة البيئة الداخلية، وهذه الحاجة الموجودة في كل مجتمع إلى مراقبة البيئة جعلت الهام هو ما يمثل الاهتمام المتبادل لوسائل الإعلام وجماهيرها.

[98]. بسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سبق ذكره، ص: 152.

الترابط : إن الوظيفة الثانية للاتصال الجماهيري هي تحقيق الترابط بين استجابات المجتمع ككل تجاه البيئة، وهو ما يعني تكوين الرأي العام فأحد الوظائف الهامة لوسائل الاتصال هي مساعدة المجتمع عمى الوصول إلى اتفاق من خلال النظام الاجتماعي الكبير ، وتذكر وظيفة ترتيب الأولويات إن الصحافة تقدم خدمة قيمة للمجتمع فهي تقلل عدد القضايا أمام الجمهور ، وتقدم أجندة سهلة التصور كما تساعد أفراد المجتمع على الوصول إلى اتفاقات عامة، لذلك يعد وضع الأولويات مدخلا اجتماعيا ووظيفيا في التوصل إلى اتفاقات مجتمعية وذلك عن طريق تزويد الجماعة بوسائل أجندة القضايا الأكثر جاذبية وأهمية ، فعندما يزيد الأفراد من قراءتهم للصدف يزيد الاتفاق على القضايا العامة الهامة ما يساعد عمى الوصول إلى اتفاق عام ، وكذلك زيادة مشاهدة الأخبار في التلفزيون تزيد اتفاق الجماعات على مفاتيح القضايا الهامة ، ومن جهة نظر النظام الاجتماعي فإن هذه الوظيفة هي الوظيفة الكبرى للوسائل الإخبارية[99].

وعلى الرغم من تعدد البحوث التي أجريت لاختبار فروض نظرية ترتيب الأولويات إلا أنها ما تزال تتعرض إلى العديد من صور النقد منها:

بالرغم من أن ماكومبس وشاو اعتبروا وظيفة الأجندة حقيقة قائمة إلا أن بعض الدراسات التالية أثبتت أنيا نتيجة محتملة.

- إغفال دراسات ترتيب الأولويات ا لطبيعة التراكمية لمضامين وسائل الإعلام وركزت على الاثار قصيرة المدى.

- ضيق المجال الذي تتحرك فيه هذه البحوث

[99]. رشدي هشام خير الله: مرجع سبق ذكره، ص: 244.

-غياب الأسس النظرية التي ترتكز عليها هده البحوث لأنها ترتكز على موضوعات وقضايا متخصصة بدلا من فحص مجالات الاهتمام الممكنة التي تنقلها وسائل الاعلام لعامة الناس.

-ان نظرية ترتيب الأولويات أقرب إلى نظريات الإعلام السياسي منها إلى الإعلام العام لارتباط نشأتها بالحملات الانتخابية في الولايات المتحدة الأمريكية.

- الجدل حول نوع الجمهور الأكثر تأثيرا في وضع الأجندة أو الأكثر عرضة للتأثير، هل الجمهور الأكثر معرفة أم الأقل معرفة، كبار السن أم صغار السن، الأميون أم المتعلمون[100]

وهناك مجموعة من الأسئلة لازلت تبحث عن إجابات تتعلق بالعلمية الإعلامية التي يتم من خلالها ترتيب الأولويات، ومن هذه الأسئلة:

ما المؤسسات الإعلامية التي تؤثر في ترتيب أولويات الجمهور، ومن يسهم في تحديد المدى الزمني الطي تظل فيه القضية معينة تتصدر اهتمامات الجمهور، كما تعرضها عليهم وسائل الاعلام؟

ما هي المعايير التي يحدد بها القائم بالاتصال أهمية قضية معينة قبل نشرها في الوسيلة الإعلامية؟

كيف تصاغ قضية معينة للنشر قبل عرضها على الجمهور؟ وما هي المعايير التي يتم بها تحديد حجم التغطية الإعلامية لقضية معينة، بحثي تختلف في أهميتها عن القضايا الأخرى[101]؟

[100]. خليل أبو أصبع: مرجع سبق ذكره، ص: 117.
[101]. الرمحين عطا الله، شقير بارعة، مرجع سبق ذكره، ص: 244.

16. نظرية الأطر الإعلامية

ترجع بدايات فكرة قيام وسائل الإعلام بوضع الأطر حول الواقع إلى كتابات والتر ليبمان، عن دور الإعلام في تشكيل إدراك الجمهور للواقع في عشرينيات القرن العشرين، ولكن لم يظهر مصطلح الإطار Farm في مجال الدراسات الإعلامية إلا في السبعينات على يد عالم الاجتماع جوفمان عام 1974، حيث حدد بدقة مصطلح الأطر والإجراءات المتبعة في هذا النوع من التحليل، بينما يرجع أول تطبيق علمي يتسم بالدقة النظرية والمنهجية الى الباحث إنتمان Entman في دراسته المتعددة خلال السنوات (1989، 1991، 1992) حيث ربط الباحث بين تحليل الأطر وتمثيل المعلومات من قبل افراد الجمهور[102].

وتقوم هذه النظرية على أن الأحداث لا تكتسب مغزى ومضمون إلا من خلال وضعها في إطار يعطيها الانسجام وينظمها. ومن خلال التركيز على جوانب من الموضوع واغفال جوانب أخرى، فهي إذاً لا تحمل مضمون ومغزى معين في حد ذاته، فالإطار الإعلامي هو الفكرة الرئيسية التي تقوم عليها القضية واختيار بعض جوانب هذه القضية بشكل متعمد واهمال جوانب أخرى بشكل متعمد أيضاً وإبراز الجانب المراد، واستخدام طرق محددة في وصف المشكلة وتقييم أبعادها وتحد أساليبها وتقديم حلول له[103].

وتشير الدراسات في مجال الأطر الإعلامية إلى أن وسائل الإعلام تقدم مساعدة للجمهور لفهم وتفسير الأحداث أو القضايا التي تقوم بتغطيتها، وخصوصا تلك التي تحظى بالاهتمام والمتابعة الأكبر من قبل الأفراد، حيث "يتلخص دور وسائل الإعلام في وضع هذه الأحداث أو القضايا ضمن اطر إخبارية، لجعلها ذات بروز وأهمية مقارنة بباقي الموضوعات المطروحة في

[102]. تاني نصيرة: **التموقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية قراءة في الابعاد والاستخدامات**، المجلد: 17، العدد: 01، الجزائر، 2022، ص: 892، 893.
[103]. مجاني باديس، مرابط فريدة: مرجع سبق ذكره، ص: 56.

هذه الوسائل، وذلك لتسهيل فهم محتواها، وربط هذه الأطر تلقائيا بمواضيعها من قبل الأفراد، فيمكن على ضوء ذلك إدراكها وتفسيرها وإبداء التقويمات والأحكام بشأنها، وبهذا يمكن أن تطبق هذه النظرية على الجانبين التحليلي والميداني[104].

ويعرف الإطار بأنه اختيار المواضيع من الواقع المدرك وجعلها، أكثر بروزا في النص الاتصالي، بطريقة يمكن أن تضمن تعريفا محددا لمشكلة وتفسيرا سببيا لها، وتقييما أخلاقيا، فالأطر تستدعي الانتباه لبعض الموضوعات من الواقع وإغفال عوامل أخرى.

ويعرف أيضا بأنه نموذج أو بناء معلوماتي ينظم الجزئيات المختلفة للمعلومات المقدمة، والتأطير بالنظر إلى وظائفه هو الانتقاء والتركيز والاستبعاد.

وقد تعريفه أيضا بأنه الاختيار والتركيز واستخدام عناصر بعينها في النص الإعلامي، لبناء حجة أو برهان على المشكلات ومسبباتها وتقييمها وحلولها[105].

ويميز الباحثون مجموعة من أنواع الأطر الإعلامية، نذكرها فيما يلي:

الإطار المحدد بقضية: يتم التركيز على قضية تتضح جوانبها عند الجمهور فهو حدث يرتبط بوقائع ملموسة فيركز الإطار حينها على تقديم عناصر الحدث وتداعياته.

الإطار العام: يشاهد الأحداث في سياق عام مجرد ويقدم تفسيرات عامة للواقع ويربطها بالمعايير السياسية والثقافية، وله من الأهمية الكبيرة لفهم المشكلات وتقديم الحلول والإقناع على المستوى البعيد.

---

[104]. مجاني باديس، مرابط فريد: مرجع سبق ذكره، ص: 82.
[105]. العبد الله مي: مرجع سبق ذكره، 297.

إطار الاستراتيجية: يرى الأحداث في منطلقها الاستراتيجي لوضعها في صيغة معينة وتفسير المشكلات للوصول الى فهم مشترك للبيئة المحيطة ويتلاءم هذا الإطار مع الأحداث السياسية والعسكرية.

إطار الاهتمامات الإنسانية: يرى الأحداث من منطلق تأثيراتها الانسانية والعاطفية العامة، لتصاغ الرسائل بعد ذلك بقوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية[106].

إطار النتائج الاقتصادية: يضع هذا الإطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث ويشير للتأثير الحاصل أو المتوقع على الأفراد والدول والمؤسسات، فالقائم بالاتصال يستخدم الناتج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الجمهور وأكثر ارتباطاً بمصالحهم.

إطار الصراع :عرض الحدث في إطار تنافسي يحمل طابع الصراع الحاد، وقد تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر مهمة في سبيل إبراز الصراع، فترصد المصالح قبل أن ترصد الأهداف وتقيس الرسالة غالباً بمقياس الخاسر والرابح والمنتصر والمهزوم ...الخ[107].

وقد حدد إنتمان أربعة وظائف لتحليل الإطار الإعلامي وهي:

- تحديد المشكلة أو القضية بدقة.
- تشخيص أسباب المشكلة.
- وضع تقييم أو أحكام أخلاقية.
- اقتراح سبل للعلاج.

ومن جانب آخر حدد الباحثون مجموعة من العوامل تؤثر في بناء الأطر الإعلامية وهي:

---

[106]. عبد الرزاق الديلمي: مرجع سبق ذكره، ص: 188.
[107]. محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص: 132

- الأحكام الاجتماعية والقيم.
- القيود والضغوط التنظيمية.
- ضغوط جماعات المصالح والضغط.
- الممارسات الإعلامية داخل المؤسسات الإعلامية.
- الأيديولوجيا والاتجاهات السياسية للصحفيين[108].

وقد تعرضت هذه النظرية لمجموعة من الانتقادات، تمثلت في أنها لا تقدم في أغلب الأحوال تغطية موضوعية للحدث، بل تقوم باختيار وسرد الحقائق، بشكل يعيد صياغة أسلوب فهم العامة بما يتفق مع رؤى القائم بالاتصال، وتوجهاته وأهدافه، هذا فضلا عن اتفاق الإطار الخبري أو الفكرة المركزية مع النسق الاجتماعي، ومن ثم تفتقد الأخبار إلى التكوين البنائي إن لم يتم ربطها ووضعها في سياق مقبول ومحدد يدعمها ويزيد تماسكها، وتأثيرها على الوعي والإدراك، ونظرا لهذا الارتباط الديناميكي بين الاتصال والسياقات المختلفة في المجتمع، فهناك ضرورة للتنسيق ما بين أوجه نشاطه، وبين القطاعات الأخرى، والانماط التنظيمية والمهنية والاقتصادية والتشريعية، لتقييم العلمية السياسية، وذلك عن طريق قياس مدى التغيرات التي تحدثها الأطر المستخدمة في الأنظمة السياسية المختلفة[109].

[108]. كمال الحاج: مرجع سبق ذكره، ص: 145.
[109]. تامي نصيرة: مرجع سبق ذكره، 894.

17. نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الاعلام في السبعينيات من القرن الماضي، لدى كل من دي فلور وساندرا بول روكيش، صاحبا كتاب " نظريات وسائل الإعلام "، والذي تم التطرق فيه إلى بمنهج الانظام الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، حيث اقترحا علاقة اندماج بين الجمهور ووسائل الاعلام والنظام الاجتماعي، وهذه البداية الأولى للنظرية، وخرج مفهوم الاعتماد على وسائل الاعلام من الدوافع الإنسانية للمدرسة الاجتماعية، حيث يرى باحثو النظرية، أن هناك اعتمادا متبادلا بين الإعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي الذي ينشأ فيه، وتؤكد ساندرا بول روكيش أن شمولية نظرية الاعتماد ودقتها تجعلها إحدى النظريات الإعلامية التي يمكن أن تساعد في فهم تأثيرات الإعلام واستخداماته[110].

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الاعلام لإشباع حاجاته من خلال استخدام وسائل الاعلام، وكلما لعبت هذه الوسائل دورا هاما في حياة الأشخاص، زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية، وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة التأثير لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيدا ازداد الاعتماد على وسائل الإعلام[111].

وهناك مجموعة من الفرضيات الفرعية نذكرها فيما يلي:

تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته عل مصادر المعلومات من وسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم استقرار المجتمع، كلما زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الإعلام.

---

[110] . عصام الدين مصطفى صالح: **الصحافة في مهب الاعلام البديل وحرية تداول المعلومات**، دار الفكر الجامعي، مصر، 2021، ص: 50.

[111]. خلايفية عمار: **تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في فضاءات الاعلام الجديد**، مجلة بحوث ودراسات الميديا الجديدة، المجلد: 03، العدد: 03، الجزائر، 2022، ص: 44.

تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات، أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو أخرى، سيقل حينها اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

يختلف الجمهور في درجة اعتماد على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية.

نظام وسائل الاعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.

تأثيرات وسائل الإعلام نتيجة الاعتماد عليها[112].

تتمثل تأثيرات وسائل الاعلام حسب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فيما يلي:

1- الاثار المعرفية: كشف الغموص، تكوين الاتجاهات، اتساع الاهتمامات.

2- الآثار الوجدانية: الفتور العاطفي، الخوف والقلق، الدعم المعنوي.

3- الآثار السلوكية: التنشيط، الخمول[113].

وهناك مجموعة منة المتغيرات الأساسية في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، نذكرها فيما يلي:

- وسائل الإعلام.
- النظام الاجتماعي.
- الجمهور[114].

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

---

[112]. الحجامي عماد حمد: مرجع سبق ذكره، ص: 63.
[113]. رشدي هشام خير الله: **محاضرات في نظريات الاعلام**، جامعة المنوفية، مصر، ص: 173.
[114]. باديس مجاني، مرابط فريدة: مرجع سبق ذكره، ص: 62.

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

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

التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل: الراحة والاسترخاء والاستثارة والتسلية الاجتماعية مثل: الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقي مع الأصدقاء، أو مشاهدة التليفزيون مع الأسرة[115].

ومن الانتقادات الموجهة الى نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام نذكر ما يلي:

أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام، قد يزيد من التأثيرات (الإدراكية، العاطفية والسلوكية) عل المتلقي، إلا أنه لا يجب أن يتم أغفال حول تأثر المتلقين بالأصدقاء والمعارف..ألخ

ورغم أنه كان يقصد بمدخل الاعتماد على مستوى النظام الاجتماعي ككل، لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوى الفردي فقط، بمعنى أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الافراد على الوسائل المختلف.

كما أن معظم الباحثين عرفوا الاعتماد إجرائيا بالتعرض، رغم أنه ليس كل من تعرض لوسيلة إعلامية يعتمد عليها.[116]

[115]. محمود حسن إسماعيل: مرجع سبق ذكره، ص: 100.
[116]. رشدي هشام خير الله: مرجع سبق ذكره، ص: 173.

18. نظرية الغرس الثقافي

تعود بداية وجذور نظرية الغرس الثقافي فقد أرجع ملفين دي فلور بدايتها الأولى إلى مفهوم ولتر ليبمان للصورة الذهنية التي تتشكل في أذهان الجماهير من خلال وسائل تكون بعيدة عن الإعلام سواء عن أنفسهم أو عن الآخرين، إذ أرى ليبمان أن هذه الصورة أحيانا الواقع نتيجة عدم وجود رقابة على المواد المعروضة في وسائل الإعلام مما يؤدي إلى غموض في الحقائق وتشويه المعلومات وسوء فهم الواقع[117].

وترجع أصول نظرية الغرس الثقافي الى العالم الأمريكي جورج جربنر باعتباره من وضع هذه النظرية في أواخر الستينيات من القرن الماضي عندما شهد المجتمع الأمريكي فترات الاضطرابات بسبب انتشار مظاهر العنف والجريمة في أعقاب اغتيال مارتن لوثر كينج، والرئيس جون كيندي، والتورط في حرب الفيتنام، حيث تم سنة 1968 تشكيل لجنة قومية لبحث ودراسة أسباب تفشي العنف وسبل الوقاية منه وعالقة التلفزيون خاصة بذلك، لهذا قام الباحثون بدراسات عديدة منذ تلك الفترة ركزت أغلبها على تأثير مضمون برامج التليفزيون التي تقدم وقت الذروة على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي وكان العنف هو الموضوع الرئيسي محل البحث[118].

حيث بحث تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية في إطار مشروعه البحثي المؤشرات الثقافية، وكان الغرض من هذا المشروع معرفة أثار التلفزيون وبشكل خاص برامج العنف على مواقف وسلوكيات الراي العام الأمريكي، وقد كان من نتائج تلك البحوث ان الأشخاص كثيفي التعرض يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي عن الأفراد قليلي التعرض، وان

---

[117]. الديليمي عبد الرزاق: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص: 108.

[118]. سماح محمد محمدي: **اندماج الشباب في شبكات التواصل الاجتماعي والمراهقين وتأثيره على إدراكهم للواقع**، مجلة البحوث الإعلامية، العدد: 54، مصر، 2020، ص: 1321.

التلفزيون وسيلة مهمة لغرس الأفكار لدى الأفراد وبشكل خاص الأطفال .وقد أوضحت الدراسات التي أجريت حول تأثير النموذج العنيف في تعلم التصرفات العنيفة عند الأطفال وتبين ان الأطفال الذين يتعرضون لبرامج العنف يصبحون أكثر عدوانية، وعلى الرغم من ان هذه النظرية قد استندت فروضها إلى بحوث انتشار العنف والجريمة بعدها احدى نتائج التعرض المكثف للتلفزيون، الا ان تطبيقاتها لم تقف عند هذه الحدود، اذ تؤكد هذه النظرية أهمية التلفزيون وتأثيره في إدراك الأفراد والمجتمع في رسم الصورة الذهنية عن العالم الخارجي والتي يمكن ان تتأثر بالسمات والخصائص الاجتماعية[119].

ويؤكد مؤيدو نظرية الغرس أن المعلومات المكتسبة عن طريق وسائل الإعلام خاصة التليفزيون تفيد في تشكيل تصورات الفرد عن الواقع الاجتماعي وتقود بالتالي الى التعلم والسلوك وان تحليل العلاقة بين المشاهدة التليفزيونية وبين هذه التصورات يكشف عن إسهام التليفزيون في تكوين الصور الذهنية والاتجاهات لدى المشاهدين.

بالتالي فمصطلح الغرس الثقافي ظهر لدارسة أو ارتبط بدارسة تأثير التلفزيون التراكمي والشامل بشأن الطريقة التي يرى الجمهور بها العالم الذي يعيش فيه وليس لدارسة الآثار المستهدفة لوسائل الإعلام[120].

وهناك عدة نقاط يجب مراعاتها خلال البحث في كيفية حدوث عملية الغرس:

أولا: أن أفراد المجتمع يختلفون، وذو فروق فردية، ذلك الفروق تجعلهم يتأثرون بما حولهم بطرق مختلفة.

---

[119]. البشر محمد سعود: مرجع سبق ذكره، ص: 122.

[120]. مطاوع نسمة عبد الله محمد: **اندماج الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على الخوف المجتمعي لديهم، دراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس الثقافي**، مجلة البحوث الإعلامية، العدد: 62، مصر، 2022، ص: 341، 342.

ثانيا: لا تعمل عملية الغرس في فراغ، ولكن هناك عوامل تؤثر على نوعية ومجال التأثير الذي يحدثه التليفزيون، ومنها العوامل الديموغرافية والاجتماعية والشخصية والإطار الثقافي[121].

أما عن الفرض الرئيسي لنظرية الغرس الثقافي فيتمثل فيما يلي:

إن التعرض المكثف لنماذج وصور ثقافية ثابتة ومتكررة، يشكل تدريجيا إدراك الفرد للواقع الاجتماعي المحيط به نتيجة التعرض التراكمي لوسائل الإعلام بصفة عامة، والتلفزيون بصفة خاصة.

الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التليفزيون بدرجة كثيفة يكونوا أكثر قدرة لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والنماذج والأفكار التي يقدمها التليفزيون عن الواقع الواقعي، أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة [122].

وتقوم نظرية الغرس على مجموعة من الفروض الفرعية هي:

- يعد التلفزيون وسيلة متميزة للغرس مقارنة بالوسائل الأخرى.
- يتعرض الأفراد كثيفو المشاهدة للتليفزيون أكثر، بينما يتعرض الأفراد قليلو المشاهدة على مصادر متنوعة مثل التليفزيون ومصادر شخصية.
- تحليل مضمون الرسائل التلفزيونية يقدم دليلا على عملية الغرس.
- يقدم التليفزيون عالماً متماثلا من الرسائل الموحدة والصور الرمزية عن المجتمع بشكل موحد أو متشابه عن الواقع الحقيقي.

[121]. كافي مصطفى يوسف: **الرأي العام ونظريات الاتصال**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص: 221.
[122]. محمود حسن إسماعيل: **نظريات الاعلام**، المكتب المصري للمطبوعات، مصر ص: 77.

- يكرز تحليل الغرس الثقافي على النتائج الثابتة والمتجانسة الخاصة بشيوع الاستقرار[123].
- يزيد حدوث الغرس عند اعتقاد المشاهدين بأن الدراما واقعية، وتسعى لتقديم حقائق بدلا من الخيال.

وفي الوقت الذي تظل فيه نظرية الغرس الثقافي محل نقاش في إطار التليفزيون، كشفت دراسة نشرتها مجلة "Mass Communication and Society" مؤخرًا عن أهمية التفكير في تطبيق النظرية على وسائل الإعلام الجديد، لأن تلك الوسائل جعلت البث أكثر ملاءمة وانتشارًا.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تُمكن الجمهور من أن يكونوا مشاركين فاعلين ومساهمين في وسائل الإعلام وهذا التفاعل يخلق تبادلًا بين منتج الوسائط والموزع والمستهلك.

وفي سياق متصل، يوضح لاري جروس، أستاذ الاتصال بجامعة جنوب كاليفورنيا في دراسة نشرها بمجلة "Television & New Media" عام 2009، أنه قبل الإنترنت كان التليفزيون راويًا للقصص، ومع ذلك، فإن ما فعله التليفزيون في ذلك الوقت فيما يتعلق ببناء الافتراضات، يتم تنفيذه من خلال شبكات التواصل الاجتماعي[124].

وقد تعرضت نظرية الغرس الثقافي الى مجموعة من الانتقادات، نذكرها فيما يلي:

لم تأخذ نظرية الغرس الثقافي في الاعتبار سوى كثافة المشاهدة وأهملت العوامل الأخرى كالعوامل الديموغرافية والاجتماعية، كما انها تجاهلت عامل الدوافع.

---

123. العبد الله مي: مرجع سبق ذكره، ص: 290.

124. مركز القرار للدراسات الإعلامية: **نظرية الغرس الثقافي في عصر مواقع التواصل الاجتماعي**، https://alqarar.sa/3270، تاريخ الولوج: 2022/04/24.

ان نظرية الغرس تنظر الى التأثير التلفزيوني بشكل عام من خلال كثافة المشاهدة دون النظر الى نوع البرامج التي يتعرض لها المشاهد، يرى كل من هاوكنز و بنجرى ان العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والغرس الثقافي يمكن ان تحدث في بعض البرامج التلفزيونية ولا تنطبق على البرامج الأخرى.

كما النقد الذي يمكن ان يوجه الى تطبيقات تحليل الغرس وجود شك دائم حول النتائج التي ينتهي اليها نظام العينات والاتجاه الى التعميم بعد ذلك بالإضافة الى ارتباط العلاقة السببية بين الاستخدام والمشاهدة وتفسيرات الرسائل التلفزيونية وما يترتب عن ذلك من نتائج خاصة بتشكيل الأفكار والآراء[125].

ومن الانتقادات التي وجهت إلى تأثير مشاهدة التلفزيون على إدراك الواقع الاجتماعي، اذ يؤكد بعض الباحثين على التأثيرات الكامنة التي تؤثر على الصلة القائمة بين مشاهدة التلفزيون وأحكام الواقع الاجتماعي، اذ يشير مارس إليان ترتيب تقديم البرامج يؤثر على ذاكرة الأفراد وهذا بدوره يؤثر على الأحكام التي يشكلها الأفراد عن الواقع الاجتماعي مقابل الواقع الذي يعرضه التلفزيون[126].

[125]. رزيق سليمة: مرجع سبق ذكره، ص: 88، 89.
[126]. الديليمي عبد الرزاق: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص: 157.

19. نظرية حارس البوابة

مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية الاتصال عند الأفراد والمؤسسات فيما يتعلق بالأفراد مكنتهم تلك الوسائل من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن ممكنا الحصول عليها من مصدر آخر، أما فيما يتعلق بالمؤسسات فقد مكنتها الوسائل التقليدية من تحقيق غرضها في الوصول والتوصل مع جماهيرها، وهو ما يجعل تأثير القائمين على تلك الوسائل كبيرا على الرسالة الاتصالية أثناء رحلتها من المصدر إلى الجمهور، وتعرف تلك المحطات التيا ا الرسالة أثناء رحلتها بالبوابات الإعلامية، أو ما يصطلح عليه أكاديميا :**نظرية حارس البوابة الإعلامية** ،**Gatekeepertheory**ويرجع الفضل في ظهورها إلى العالم النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية كيرت ليوين، **Kurt Lewin**[127] وتعتبر دراسة ليوين من أفضل الدراسات المنهجية فيما يتعلق بالقائم بالاتصال، حيث يرى أن المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات، وحراس البوابة هم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأنباء وتحريرها، وهم مصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيين بالأنباء، وهم أفراد المجتمع الذين يؤثرون على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور، ويلعب النظام السياسي والاجتماعي والثقافي دورا كبيرا في تقرير الأنباء التي تنشر أو لا تنشر وطريق عرضها وتحريرها[128].

---

[127]. البشر محمد بن سعود مرجع سبق ذكره، ص: 109.

[128]. عزام أبو الحمام: **نظرية حارس البوابة في ظل البيئة الجديدة لتكنولوجيا الاتصال**، مجلة الرسالة، المجلد: 01، العدد: 04، الجزائر، 2017، ص: 267.266.

وهم هؤلاء الأشخاص الذين يتحكمون في تدفق المواد الاعلامية للجمهور، وهكذا يحدد "رجل الاعلام أو حارس البوابة للجمهور من خلال هذا الدور ما يجب أن يقرأه أو يشاهده أو يسمعه، لذلك يكون مؤثرا من ناحيتين: من جهة يكون من خلال ما يعرضه عليهم بناء على اعتبارات شخصية بحتة قد تكون سياسية، أو إعلامية، أو انطلاقا من وجهة نظر أملتها تنشئة هذا الحارس الاجتماعية والثقافية. ومن جهة أخرى 3يكون تأثير حارس البوابة من خلال ما يحجبه عنهم.

وعليه فإن حارس البوابة الإعلامية تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، بحيث يصبح له سلطة اتخاذ القرار فيما يجري من خلال بوابته، حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف[129].

وتقوم نظرية حارس البوابة على مجموعة من الافتراضات وهي:

إن المعلومات والأخبار ضمن سلسلة مترابطة، يقع ضمن حلقاتها أفراد لهم القدرة على حجب انسياب الرسالة أو القيام بإضفاء تعديلات عليها.

يعتبر الأفراد المسؤولين على اتخاذ القرارات بشأن مرور الرسالة، بمثابة حراس لنظم سياسية أخرى أو اجتماعية أو اقتصادية وثقافية، وفي الغالب هم جزء من النسق العام لهذه النظم[130].

إن تحكم حراس البوابة في المعلومات النهائية، التي ستصل الى الجمهور يجعل منهم المسؤولين الأولين على تحديد وترتيب أهم القضايا من وجهة نظرهم، وبالتالي التحكم في رؤية الواقع.

وتتمثل أهم وظائف حارس البوابة فيما يلي:

---

[129]. بن علي هالة: **تطبيقات نظريات الاعلام والاتصال التقليدية في فضاءات الاعلام الجديد، نظرية حرس البوابة مثالا**، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد: 05، العدد: 04، الجزائر، 2018، ص: 58.

[130]. الديليمي عبد الرزاق: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص: 145.

- تحديد المعلومات عن طريق تحريرها قبل نشرها.
- زيادة حجم المعلومات أو تقليصها قبل نشرها.
- إعادة ترتيب أو إعادة تفسير المعلومات.

أما عن المعايير التي تتحكم في عمل حارس البوابة، فنذكرها فيما يلي:

- معايير المجتمع وتقاليده.
- المعايير الذاتية للقائم بالاتصال.
- المعايير المهنية للقائم بالاتصال (سياسية المؤسسة الإعلامية، مصادر الاخبار...الخ).
- معايير الجمهور.

أما عن الخصائص التي يجب أن تتوفر في حارس البوابة، ويجب أن تكون كالتالي:

المصداقية: يعتمد قياس مصداقية القائم بالاتصال على عنصرين أساسيين وهما:

- الخبرة.
- زيادة الثقة بالقائم بالاتصال[131].

فالخبرة هي مدركات المتلقي عن معرفة القائم بالاتصال للإجابة الصحيحة، أما الثقة فهي إدراك المتلقي عن القائم بالاتصال، بأنه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي دون تحيز.

الجاذبية: هناك محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في التشابه والتماثل.

قوة المصدر: قد لا يملك البعض المصداقية أو الجاذبية، ولكن يظل لهم التأثير في تغيير اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم، والقوة هي أيضا خاصية شديدة الأهمية، وإن كان يصعب قياسها، لكن يسهل الإحساس بها[132].

---

[131]. الدليمي عبد الرزاق، مدخل الى وسائل الاعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص: 124.
[132]. السيد مكاوي: مرجع سبق ذكره، ص: 179، 183.

ومع ظهور البيئة الاتصالية الجديدة، تغيرت آليات وأطر عمل نظرية حارس البوابة، وهذا ما اشارت اليه الباحثة **جين سينغر، أستاذة الصحافة في جامعة لندن**، أن الجماهير نفسها أصبحت مشاركًا مهمًا في عملية الحراسة. وتشير **مجلة"new media & society"** ، إلى أنه لتصور وفهم حراسة البوابة في سياق الشبكات الاجتماعية، يمكن الاعتماد على نظرية الشبكة الاجتماعية. ففي حين كانت حراسة البوابة تدور لفترة طويلة بشكل أساسي حول الاتصال الجماهيري أحادي الاتجاه، فإن الحراسة في نظرية الشبكة تركز على التفاعلات متعددة الاتجاهات بين العديد من الأشخاص[133].

وقد تعرضت نظرية حارس البوابة الى مجموعة من الانتقادات نوردها فيما يلي:

يرى أبراهم باس، أن مفهوم حارس البوابة لا ينطبق إلا على قنوات الاتصال القائمة داخل جماعة اجتماعية بعينها كفريق المحررين مثلا، وإنما يجب أن نلاحظ دور وكالات الأنباء المستقلة التي تحتل نفس الأهمية بسبب مسؤوليتها عن انشاء ووضع مضامين الرسائل الاتصالية التي تنشرها وسائل الإعلام، وبما أن وكالات الأنباء وهيئات التحرير المسؤولة في وسائل الاتصال الجماهيري، لا تمثل جماعة اجتماعية بالمعنى الذي قصده لوين، فإن مفهوم حارس البوابة لا يصلح للتطبيق على كل فئات القائمين بالاتصال.

كم أن صلاحيات حارس البوابة قد تقلصت مع مرور الزمن خصوصا بعد تعدد القنوات الإعلامية، دون أن ننسى فقدان ثقة الجمهور نحو المؤسسات الإعلامية[134].

ورغم الكم الهائل من الثناء من قبل الباحثين والمهنيين، حول دور هذه وسائط الاتصال الجديدة أعطت الفرصة كمثال (للمواطن العربي) ليكون فاعلا في العملية الاتصالية،

---

[133]. البشر محمد بن سعود: مرجع سبق ذكره، ص: 109.

[134]. كريمة بومدين: **التلفزيون والنسق القيمي، دراسة تحليلية لقناة فرانس 24 الناطقة باللغة العربية من منظور الحتمية القيمية في الإعلام**، أطروحة دكتوراه، جامعة مستغانم، الجزائر، 2016، ص: 154.

وليستقبل ويرسل ويدلي برأيه، ويقدم مادة خبرية وإعلامية قد تتجنبها أو تغيب عن القنوات الإعلامية الرسمية وغيرها من وسائل الإعلام التقليدي ثورة الفيسبوك قضت على نظرية حارس البوابة، وقضت على الرقابة والتوجيه المنهجي للخبر والمعلومة، حيث صنعت جمهورية الفيسبوك جيلا جديدا من الإعلاميين، هذا الجيل لم يدرس الإعلام ولم يمارس الصحافة في قاعات التحرير، بل أصبح يمارس نوعا جديدا من الإعلام، فمفهوم الممارسة الإعلامية تغير كليا من ممارسة للتلميع والتسبيح، إلى ممارسة للتغيير فالمعطيات تغيرت كما أن طرق ووسائل الحصول على الخبر تغيرت، أما وظائف الخبر حسب جمهورية الفيسبوك، فهي موجهة كليا إلى المواطن، تطرح همومه ومشاكله للنقاش والحوار والتداول، إلا أن ذلك تبخر كلية، وأصبحت هذه الوسائط تمارس نفس دور حارس البوابة التقليدي، بل وأكثر منه في الكثير من الأحيان، ففي أواخر عام 2019، أعلن موقع التدوينات القصيرة "تويتر سباقا، إكس حاليا" في تحديث لسياساته على موقعه الرسمي أنه سيحظر المحتوى السياسي المدعوم على منصته تمامًا. ويعرِّف "تويتر" المحتوى السياسي بأنه ذلك المحتوى الذي يشير إلى مرشح أو حزب سياسي أو مسؤول حكومي منتخب أو معين أو انتخاب أو استفتاء أو إجراء اقتراع أو تشريع أو لائحة. كما أعلنت شركة "جوجل" في العام ذاته أنها ستقيّد كيف يمكن للمرشحين السياسيين استهداف المستخدمين بإعلانات تستند إلى سمات سياسية.

وكشف موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" عن عزمه حظر أي إعلانات سياسية جديدة في الأسبوع السابق للاقتراع الرئاسي للانتخابات الرئاسية في 2020، وفقًا **لمجلة "بوليتيكو" الأمريكية.** وبذلك، دخلت أيضًا شركات مواقع التواصل الاجتماعي كحارس جديد للبوابة[135].

[135]. مركز القرار للدراسات الإعلامية: **حراس البوابة في العالم الرقمي**، https://alqarar.sa/2862، تاريخ الولوج: 2022/05/09.

20. نظرية الفجوة المعرفية

تعتبر نظرية الفجوة المعرفية إحدى بحوث تأثيرات وسائل الاتصال على الجمهور وفق حيز زماني طويل المدى، وتقوم هذه النظرية على فكرة أساسية مفادها أن تدفق المعلومات لا يتم بشكل متساوي بين الأفراد داخل المجتمع، بل يتم بشكل غير متساوي ومتفاوت من فرد إلى آخر، وتعتبر دراسة روبنسون 1967 من أهم الدراسات الفجوة المعرية بين أفراد الجمهور، حيث اشارت نتائج الدراسة إلى وجود فجوة معرفية بشأن القضايا المختلفة بين الجمهور الأكثر متابعة لوسائل الاعلام مقارنة بالأقل تعلما ومتابعته لذات الوسائل[136].

غير أن البداية الفعلية النظرية كانت عام 1970على يد ثلاثة من الباحثين في علم الاتصال وهم: تشينور ودونوهي وأولين، حيث تقوم النظرية على فكرة إن تدفق وزيادة المعلومات في المجتمع لا يتم بشكل متساو بين الأفراد ومختلف الجماعات، فقد تزداد معرفة بعض الجماعات موضوع معين مقارنة مع جماعات أخرى ،ومن هناك تشكل الفجوات بنسب متفاوتة طبقا للاختلاف في المعرفة، وقد يؤدي هذا إلى تأثيرات سلبية عندما تزداد المعرفة داخل جماعات محددة أكثر من غيرها، وهذا سوف يؤدي إلى زيادة المسافة بين الجماعات داخل المجتمع الواحد في حجم المعرفة. فالصحافة قد تؤدي إلى توسيع الفجوات المعرفية، وذلك التلفزيون قد يؤدي إلى تضييق هذه الفجوات أيضا[137].

تعتمد هذه النظرية على الفرض التالي "يؤدي تدفق المعلومات من الوسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي الذي جعل فئات الجمهور ذو مستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذات المستوى الاقتصادي الاجتماعي

[136]. كمال الحاج: مرجع سبق ذكره، ص: 153.
[137]. مجاني باديس، مرابط فريد: مرجع سبق ذكره، ص: 65.

المنخفض وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان"، ويؤكد هذا الفرض على أن الفئات ذات مستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض لا تضل فقيرة من ناحية المعلومات بوجه عام، ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبيا من الفئات الأعلى ذات المستوى الاجتماعي الاقتصادي، وقد أيدت بحوث عديدة صحة هذه الفرضية في الولايات المتحدة الأمريكية، وأروبا، وأمريكا اللاتينية، والشرق الأوسط، حيث أشارت إلى أن العوامل الاقتصادية والاجتماعية هي المحدد الأساسي لاكتساب الجمهور للمعرفة[138].

ويرى تيشنور وزملائه أن هناك خمسة أسباب تؤدي إلى تكوين الفجوة الرقمية وهي:

- تباين المهارات الاتصالية بين الطبقات، فالأكثر تعليما يكونون أكثر قدرة على الفهم والقراءة والمتابعة.
- تباين قدر الخلفية المعرفية السابقة، فالطبقات الأعلى تكون قد اكتسبت المعرفة حول موضوعات ما خلال مراحل التعليم أو التعرض السابق لوسائل الإعلام.
- أهمية التواصل الاجتماعي، ففئات الجمهور ذات المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع، تشارك أكثر من غيرها في مناقشات حول الشؤون العامة.
- عملية انتقاء التعرض والإدراك والتذكر، مرتبطة بالاختلافات في الاتجاهات والتعليم.
- طبيعة النظام الإعلامي السائد.

أما عن المتغيرات التي تعتمد على قياسها بحوث الفجوة الرقيمة فهي:

المستوى الاقتصادي والاجتماعي، درجة الاهتمام بالقضية، مدى الاستغراق والتعرض، المستوى التعليمي، درجة الدافعية، حجم التعرض، الخبرة الشخصية[139].

---

[138]. صالح خليل أبو أصبع: مرجع سبق ذكره، ص: 223.
[139]. السيد حسن مكاوي، حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص: 344.

وقد تعرضت نظرية الفجوة المعرفية الى مجموعة من الانتقادات، نوجزها فيما يلي:

ارتباط فرضيات هذه النظرية بمرجعية المجتمعات الغربية المتقدمة.

عدم نجاح النظرية في تقديم رؤية شاملة لتفسير حدوث الفجوة المعرفية نظرا لتركيز أصحاب النظرية على الفجوة وأسباب حدوثها دون النظر في أسس وأساليب التغلب على هذه الفجوة.

هناك بعض المتغيرات التي أهملتها النظرية مثل طبيعة وحجم وتأثير الاتصال الشخصي من خلال الجماعات التي ينتمي إليها الفرد، فقد تقوم هذه الجماعات بالتدخل إما بالدعم أو التغيير أو تشويه المعلومات التي حصل عليها الفرد[140].

[140]. البشر محمد بن سعود: مرجع سبق ذكره، ص: 127.

نظـــــريـــات التـــأثـــــيـــر القـــــــوي

1. نظرية لولب الصمت
2. نظرية مارشال ماكلوهان
3. نظرية اجتياز المجتمع التقليدي

21. نظرية لولب الصمت

تُعتبر "نظرية دوّامة الصمت" التي وضعتها العالمة الألمانية إليزابيث نويل نويمان عام 1974 من أولى النظريات الإعلامية وأهمها وأدقها في تفسير سلوك الجماهير تجاه الأحداث المجتمعية. "فنظرية دوامة الصمت" تفترض ابتداءً وجود علاقة ارتباطية وقوية ما بين متغيرين أساسيين هما وسائل الإعلام وما تبثه من مضامين وبين توجه الجماهير وميولهم واعتقادهم، فهي عملية ديناميكية تتدخل فيها عوامل نفسية واجتماعية وثقافية وسياسية[141].

وقد ركزت نيومان على ثلاثة مفاهيم أساسية في أنموذج الصمت وذلك من منظور اجتماعي: الأول هو **(الخوف من العزلة)**، والذي يعتبر إحدى اقوى السلوكيات الاجتماعية البشرية، فالأفراد بطبيعتهم يخشون العزلة الاجتماعية، ومعرضون للقلق بشأن الشعور بالوحدة، وخوفهم هذا يجعلهم يتبعون الأغلبية في محاولة للتوحد معهم، حتى لو كان ذلك على حساب إخفاء آرائهم ووجهات نظرهم، والتزم الصمت حولها، والثاني هو **(مناخ الرأي)** الذي يشير إلى توزيع الآراء في بيئة الفرد بما في ذلك التوزيع الحالي للآراء، والتوزيع المحتمل للآراء في المستقبل، والثالث هو **(الرقابة والقياس)** الذي يشير الى قدرة الأفراد على مراقبة البيئة الاجتماعية، وإدراك وتقييم الآراء وتقدير ما إذا كان سلوكهم سيتم قبوله أو معارضته من قبل غالبية الأفراد[142].

والافتراض الرئيسي الذي قامت عليه النظرية، هو أن وسائل الاعلام حين تتبنى آراء او اتجاهات خلال حقبة زمنية معينة، فإن غالبية الجمهور، سوف تدعم الاتجاه الذي تتبناه وسائل الاعلام، اما الافراد المعارضون، فإنهم يلجؤون الى الصمت، ولا يعبرون آرائهم

---

141 . كمال الحاج: **نظريات الاعلام والاتصال**، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص: 121.

142. العبدي خيرة: **مراجعة نظرية دوامة الصمت في السياق الافتراضي**، مجلة الاعلام والمجتمع، المجلد: 7، العدد: 1، الجزائر، 2023، ص: 381.

ومواقفهم، ويكونون أقل رغبة في الحديث عن آرائهم مع الآخرين خوفا من العزلة، ويصبحوا في ذلك في خانة الأقلية، أو يتعرضون لاضطهاد الأغلبية، أما الجماهير التي لديها آراء منسجمة مع ما تطرحه وسائل الاعلام، فإنهم أكثر نشاط وجرأة في الإعلان عن أفكارهم وتوجهاتهم، للحصول على القبول الاجتماعي، ونظرا لان قسما كبيرا من الجمهور يعتقد أن الجانب الذي تؤيده وسائل الاعلام، يعبر عن الاتجاه السائد في المجتمع، فإن الاتجاه الطي تدعمه وسائل الاعلام سيظل هو الأقوى، ويسبب ضغطا على المخالفين للرأي، وبذلك يلجؤون الى الصمت، وهنا نحصل على أثر لولبي يزداد ميلا اتجاه السائد لوسائل الاعلام بغض النظر عن الموقف الحقيقي للجمهور[143].

وطورت نويل نظريتها اعتمادا على البحوث التجريبية التي نفذتها عبر رصدها لثلاثة متغيرات أساسية تلعب دورا في قوة تأثير وسائل الاعلام وهي:

التأثير الكمي من خلال التكرار للرسائل الإعلامية المتشابهة والمتكررة حوا قضية معينة مما يؤدي إلى التأثير على المتلقي على المدى البعيد دون إرادة منه

التسيير اللاإرادي للمتلقي والتأثير الشامل عليه ويقصد بذلك أن وسائل الإعلام تسيطر على المتلقي وتحاصره في كل مكان يتواجد فيه وبالتالي تهيمن على نوعية المعلومات التي تضخ له ومصادر هذه المعلومات مما ينتج عن ذلك تأثيرات شاملة على الفرد يصعب الخلاص منها.

التجانس والهيمنة الإعلامية والذي يكوف عبر انسجام الرسائل الإعلامية التي يقدمها العاملون في وسائل الإعلام مع ملاك المؤسسات الإعلامية والذين يحاولون توجيه الرأي العام بما يتفق مع أصحاب المصالح الكبرى في المجتمع[144].

---

[143]. السيد حمزة هبة محمد: **دور برامج الرأي التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام، في إطار نموذج كسر الصمت**، المجلد: 4، العدد: 77، مصر، 2021، ص: 2223.

[144]. الحجامي عماد حمد: **نظريات الاتصال**، جامعة ذي قار، العراق، 2023، ص: 62.

كقد طبقت نظرية تدعيم الصمت على عدة موضوعات وقضايا في الاتصال السياسي، منها دراسة استهدفت اختبار فروض دوامة الصمت إبان حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية 1984 واختبرت الفرضين التاليين:

الأفراد الذين يعتقدون أن هناك اتجاها مؤيدا لوجهة نظرهم أكثر احتمالا أن يعبروا علانية عن آرائهم مقارنة، بالجمهور الذي لا يعتقد بوجود اتجاه مؤيد لوجهة نظرهم.

كلما أدرك الأفراد أن مرشحا معينا سوف يفوز بالانتخابات، زادت احتمالات التعبير عن تفضيل هذا المرشح.

وخلصت الدراسة الى صحة الفرض الأول والثاني للدراسة، وأكدت صحة مقولة نيومان، التي يميز فيها القلة من الافراد الذين يتمسكون بآرائهم ويقاومون تغييرها، مقارنة بباقي المجتمع.

وهناك ثالث آليات أساسية تساهم في تأثير وسائل الإعلام[145].

التراكمية: تتمثل في التأثير التراكمي من خلال التكرار حيث يمثل وسائل الإعلام إلى تقديم وسائل متشابهة ومتكررة حول موضوعات أو شخصيات أو قضايا ويؤدي هذا العرض التراكمي إلى تأثيرات على المتصلين على المدي البعيد[146].

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

التجانس: يعني توافق الأفكار والتي تقوم وسائل الإعلام ببثها وعرضها علي جمهور المتلقين كما يعني وجود اتفاق وانسجام بين القائمين بالاتصال مع المؤسسات التي ينتمون إليها مما تؤدي إلى تشابه توجهاتهم والقيم الإعلامية التي تحكمهم وعليه تكون الرسائل التي تعمل

[145]. بسام عبد الرحمان المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص: 187.
[146]. العبد الله مي: مرجع سبق ذكره، ص: 289.

وسائل الإعلام المختلفة على بثها تبدو متشابهة ومتسقه مع بعضها البعض مما يزيد من قوة تأثيرها علي جمهور المتلقين وتؤدي هذه العوامل السابقة مجتمعة إلي تقليل فرصة الفرد المتلقي في أن يكون له رأي مستقل حول القضايا المثارة[147].

وترى **نويمان** ان هناك عوامل عديدة تجعل الناس يحرصون على إبداء وجهات نظرهم والمشاركة بآرائهم، منها:

- إبداء الرأي يمنح المرء إحساسا بالانتماء إلى رأي الأغلبية، بينما حينما يكون للفرد رأي مخالف فأنه يصمت.
- يميل المرء إلى التخاطب مع من يتفقون معه بالآراء أكثر مع يختلفون معه.
- تقدير المرء لذاته يدفعه إلى إبداء رأيه.
- يميل الافراد إلى ابداء آرائهم عندما يشعرون انهم أكبر عددا ويمثلون الاغلبية، وأحيانا تشجعهم القوانين على ذلك. بينما في غير هذه الحالات سوف يميل الفرد لالتزام الصمت، ويزداد هذا الصمت كلما ازداد الضغط لصالح رأي الأغلبية.

وقد تعرضت نظرية لولب الصمت الى مجموعة من الانتقادات نوردها فيما يلي:

- أشارت بعض الدراسات الإمبريقية الأمريكية إلى أن مفهوم الأقلية الصامتة يفتقد إلى الدقة، فقد أشارت إحدى الدراسات الأمريكية إلى أن الأقلية المعارضة لانتخاب الرئيس جورج بوش في حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 1988 لم تكن تؤثر الصمت وعدم النقاش مع الآخرين حول الحملة الانتخابية[148].

- يشك بعض الباحثين في افتراض المضمون المتسق والمتكرر لوسائل الإعلام، على الأقل

[147] . مجاني باديس، مرابط فريدة: مرجع سبق ذكره، ص: 81.
[148]. خليل صالح أبو أصبع: مرجع سبق ذكره، ص: 175.

في وجود الديمقراطيات الغربية التي تتعدد فيها الآراء والمصالح، ويصعب على وسائل الإعلام، أن تتبنى اتجاها واحدا وثابتا من القضايا المثارة لفترة زمنية طويلة.

- وسائل الإعلام لا بالضرورة عن رأى الأغلبية بل تعكس أحيانا رأى الأغلبية المزيفة التي تروج لها.

- من الصعب تفسير عملية تكوين الرأي العام بمعزل عن دور المعلومات التي يحصل عليها الفرد عن البيئة السياسية والاجتماعية المحيطة.

- التطور التكنولوجي الحديث وفتحه قنوات تواصل مختلفة التي اتاحت فرصا متعددة لمختلف الأقليات المعارضة حول القضايا واتاحت لها الفرص للتعبير عن آرائها المعارضة بكل حرية كما الحال خاصة عبر التطبيقات المختلفة المستخدمة في شبكة الإنترنت[149].

إن "نظرية دوّامة الصمت" تشرح حال الكثيرين من أفراد المجتمع ليس على المستوى السياسي فقط؛ وإنما على المستوى المجتمعي والثقافي والعلمي، فدخول الفرد في قوقعة صمته في أغلب الأحيان لا يُعبر إلا عن رفض رأي الطرف الآخر أو تحفّظه عليه، أو عدم موافقته المطلقة على هذا الرأي، وأحياناً كثيرة لا يكون إيثار الصمت خوف عن التعبير عن الرأي؛ إنما هناك أسباب كثيرة ومتعددة وعوامل متنوعة يمكن أن يفسّر هذا الصمت في ظِلّه؛ مثل عدم إحراج الطرف الآخر، أو حفاظاً على المشاعر، أو عدم الرغبة في الاسترسال في الكلام، أو رغبة في إنهاء اللقاء أو الحديث، أو أي عوامل نفسية أخرى[150].

[149]. بسام عبد الرحمان المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص: 187.

[150] . رانية نصر: **كيف تؤثر نظرية دوامة الصمت على سلوك الجماهير**، شبكة الجزيرة الإعلامية، https://2u.pw/lYfJSitM، تاريخ الولوج: 2022/12/17.

22. نظرية مارشال ماكلوهان

قدم هذه النظرية مارشال ماكلوهان في ستينيات 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 علوم الاعلام والاتصال في جميع أنحاء العالم[151].

وقد عرض ماكلوهان أفكار نظريته اول مرة سنة 1962 في كتابه: مجرة غوتنبرغ، وتعتبر نظرية الحتمية التكنولوجية، من النظريات المادية، التي اهتمت بتأثير تكنولوجيا وسائل الاعلام على شعور وتفكير وسلوك الافراد، وعلى التطور التاريخي للمجتمعات، ويرى أن مضمون وسائل الاعلام لا ينظر إليه مستقلا عن تكنولوجيا وسائل الاعلام نفسها، فطبيعة وسائل الاعلام التي يتصل بها الانسان تشكل الافراد والمجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال.

لقد عملت وسائل الاعلام على إخفاء الحدود الجغرافية والزمنية في العالم، فبفضل الأقمار الصناعية والتلفزيونات وشبكات البث والحواسيب، تحول العالم إلى مجرد قرية كونية، أين أطلق هذا المصطلح سنة 1964، حيث يرى أن البيئة والظروف المحيطة بالإنسان تصبح وسيلة إلى تحديد دوره فيها، واختراع المطبعة قد خلق تفكير قائم على السطور والتتابع المنطقي، وفصل الفكر عن العمل، أما بظهور التلفزيون، أصبح الفكر والعمل أكثر اتصالا وأصبحت المشاركة الاجتماعية أكبر[152].

أما عن فروض نظرية مارشال ماكلوهان، فهي تتمثل فيما يلي:

---

[151]. مجاني باديس، مرابط فريدة: **نظريات الاتصال**، ألفا للوثائق، الجزائر، 2019، ص: 78.

[152] . سويقات لبنى، عبد الإله عبد القادر: **الحتمية التكنولوجية: مدخل نظري لدراسة استعمالات الاعلام الإلكتروني**، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد: 09، العدد: 02، الجزائر، 2016، ص: 882.

وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الانسان: يرى بأن 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 مرحلة الوسائل الإلكترونية.

الوسيلة هي الرسالة: بمعنى أن طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات عل أساس لكل وسيلة جمهورها الخاص الذي يفيد ما عرضته الوسيلة وخصائصها ومميزاتها[153].

وسائل الاتصال تقسم الى وسائل ساخنة وأخرى باردة، فالأولى تقليدية سهلة يتلقى فيها الملتقي المضمون بطريقة جاهزة لا تحتاج منه الى جهد مثل: الإذاعة والطباعة والسنيما، لكونها تركز على حاسة واحدة تسخنها وتخدِّر بقية الحواس، وهذا خلافًا للوسيلة الباردة التي تتطلب مشاركة قوية، مثل الهاتف، والخطابة، وأفلام الكارتون، والتليفزيون، والتي تستغرق جهدا ووقتا وفرصة للتخيل[154].

ومن أهم الانتقادات الموجهة لنظرية مارشال ماكلوهان، تفسيره لأي تطو حاصل في المجتمعات الإنسانية إلى قوة الوسيلة التكنولوجية.

والتي يراها أصل أي تطور حضاري، يعتبره البض من مجانب للصواب لأن تفسير الظاهرة انطلاقا من متغير واحد لا يعطي رؤية شاملة عن الظاهرة بل يفسر جزءا منها فقط، لذلك يمكن القول أن التطور والتغير الحضاري تتحكم فيه عوامل كثيرة إلى جانب الوسيلة كثقافة

---

[153]. بوعلي نصير :**الإعلام والقيم**،دار الهدى، الجزائر، ،2005ص: 45.

[154]. بن راشد رشيد، بلحاج حسينة: **مقاربة الحتمية التكنولوجية (دراسة تاريخية تحليلية)**، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية، المجلد: 7، العدد: 4، الجزائر، 2019، ص: 60.

المجتمع وقيمه وعاداته وطريق استخدام افراد المجتمع للوسيلة أو التكنولوجيات، وكذا رية الأفراد للمستقبل.

أما الانتقاد الآخر هو قول ماكلوهان أن استخدام الوسيلة يجب أن يكون منعزلا عن القيمة لكي تحقق الوسيلة مرادها ومبتغاها، لأن القيم حسب نظره تعرقل آداء الوسيلة وهذه فكرة لم تجد قبولا عند الكثير، لأن القيم هي من يوجه السلوك وان القيم الصحيحة هي من يعطي القوة للوسيلة،

كما أن مفهوم الرسالة هو الوسيلة، والتي يقصد بها أن الافراد تستقطبهم الوسيلة لذاتها بعيدا عن المضامين التي فيها، يحتاج الى قراءات أخرى، فالأفراد تستهويهم قوة المبتكرات الجديدة كوسيلة، وما تحتويه هذه الأخيرة، لأنه يحقق من جراء استخدامها اشباعات شخصية متنوعة، فلا يمكن بأي حال فصل الرسالة عن الوسيلة.

وفي نفس السياق يرد رتشارد بلاك أن القرية العالمية التي زعم ماكلوهان وجودها، لم يعد لها وجود حقيقي في المجتمع المعاصر[155].

[155] . مجاني باديس، مرابط فريدة: مرجع سبق ذكره، ص: 79.

23. نظرية اجتياز المجتمع التقليدي

وضع عالم الاجتماع الأمريكي "دانيال ليرنر Lerner Daniel "نهاية الخمسينات من القرن الماضي، واحدا من أهم النماذج في تحديث المجتمعات، وذلك بعد جملة من البحوث والدراسات التي تمحورت غالبها في علاقة وسائل الإعلام بالتحديث والتغيير الاجتماعي، وقد انتهى ليرنر بعد سلسلة الدراسات الميدانية التي أجراها حول الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية مجموعة من دول العالم السائرة في طريق النمو، في مقدمتها بلدان الشرق الأوسط، إلى بلورة نموذجه هذا، وتكلل بحثه بميلاد كتابه " The passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East، حيث أشار من خلال هذا النموذج إلى العديد من المشروعات التنموية الاقتصادية والاجتماعية التي حدثت في الدول النامية، وجعلت من عملية التحديث عملية مستهدفة ومخططة لظهور مجتمعات جديدة أكثر تطورا وتقدما، أسماها بظهور ثورة التوقعات أو مرحلة الإلهام، وذلك بعد أن عاشت هذه الدول النامية مرحلة من المعاناة، فتأسيس نموذج ليرنر قد تزامن مع تخلص معظم الدول النامية من وطأة الاستعمار، وما خلفه فيها من مظاهر سلبية على كافة قد تزامن مع تخل المستويات والأصعدة[156]، وهذه النظرية هي حصيلة ابحاث مسحية اجريت في تركيا ولبنان ومصر وسوريا والأردن وايران مطلع الخمسينات, ويؤكد دانيال ليرنر في نموذجه ان النسق الغربي في التحديث هو غربي من ناحية تاريخية فقط لكنه عالميا اجتماعيا ، وقد حاول ان يثبت عالمية النموذج بالتمثيل على ذلك بأن زيادة التحضر تميل الى ان ترفع مستوى التعليم وزيادة

[156]. سويقات لبنى، النماذج **النظرية المفسرة لدور وسائل الاعلام في التغيير الاجتماعي والثقافي، قراءة تاريخية**، مجلة التدوين، المجلد: 9، العدد: 1، الجزائر، 2017، ص: 2.

التعرض لوسائل الاعلام مع مشاركة اقتصادية اوسع ومشاركة سياسية أكبر، ومن هنا يرى ليرنر أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في التنمية.

فالتحضر اتجاه عقلاني من نمط الحياة التقليدية الى نمط حياة جديد، تزداد فيه مساهمة الأفراد، وأن المجتمع التقليدي لا يأتي ولكنه يزول، فالمدينة تتسع لتشمل القرى المجاورة، ويزداد الاقبال على التعرض لوسائل الاعلام، وتزداد القدرة على التقمص الوجداني، أي تصور الفرد لنفسه في مواقف وظروف الآخرين، ثم يتسع نطق المساهمة السياسية والاقتصادية[157].

ويشرح ليرنر مراحل اجتياز المجتمع التقليدي في مراحل أربعة- :

- انتقال الأفراد من الريف إلى المدن، حيث المهارات والإمكانات الاقتصادية والصناعية والخدمية.
- بعد ازدياد نسبة المتواجدين في المدن تزداد نسبة المتعلمين مع ازدياد نسبة المنتقلين من الأفراد إلى المدن، وحينما تصل نسبة المتعلمين إلى حوالي 25%من السكان يتجه الأفراد إلى الاعتماد على وسائل الاتصال الجماهيرية.
- مع تطور المجتمع تكنولوجيًا وصناعيا، يصبح لديه القدرة على إحداث مؤسسات صحيفة، وشبكات إذاعية، وسينمائية... إلخ.
- مع التطور الاقتصادي تزداد مساهمات الأفراد السياسية والشؤون العامة .أما المجتمعات التي تبقى تقليدية فتشكو من انعزال أفرادها وعدم اهتمامهم إلا بالأمور التي تخص نطاق حياتهم الخاصة[158].

---

[157] . محمد منير حجاي : مرجع سبق ذكره، ص: 317.

[158]. مكاوي، حسن عماد، حسين، ليلى: مرجع سبق ذكره، ص: 142.

عناصر نظرية اجتياز المجتمع التقليدي:

التقمص الوجداني: يرى لينر أن هناك خاصية سيكولوجية تصاحب العلميات الاجتماعية، وهي مقدرة الأفراد على تخيل وتصور أنفسهم في موقف الآخرين، وحين يظهر عدد كبير من الأفراد على التقمص الوجداني، في أحد المجتمعات، فإن هذا المجتمع في طريقه الى التطور السريع، والتقمص الوجداني هو الخاصية التي تميز الانسان الذي يتحكر (ينشط)، وهي مهارة لا غنى عنها للشعب الذي يريد الانتقال من الحياة التقليدية الى حياة الحداثة (التنمية).

وسائل الإعلام عامل مضاعف للحراك : إن الفرد التقليدي حسب ليرنر لا يتسم بالشخصية المتحركة التي تجيز له الانتقال إلى فرد عصري، ولذلك يعتقد ليرنر بضرورة اتصاله بالعالم الخارجي بطريقة ما قبل أن يصبح منفتحا عليه، وهذه الصلة قد تكون فعلية أي عن طريق سفر الشخص بالفعل إلى خارج مجتمعه، أوقد تكون ذهنية أي عن طريق الاتصال بخارج المجتمع من خلال وسائل الإعلام، حيث تأتي إمكانية استخدام وسائل الإعلام كعوامل مساعدة على "خفة الحركة"، على اعتبار أن الأنسان الذي يتمتع بخفة الحركة له قدرة عالية على الارتباط العاطفي بالجوانب الجديدة في البيئة التي يعيش فيها، وعليه فإن صناعة شخصيات متحركة مدفوعا بوسائل الإعلام ما هو إلا إنتاج شخصيات موهوبة خفيفة الحركة، من خلال حراك نفسي يؤدي إلى التحديث النفسي، ومن ثم لحراك الاجتماعي.

ويعمل التقمص بطريقتين[159]:

الاسقاط: حيث يسهل التماهي أي التوحد بالآخرين، وذلك بتحديد صفات من صفات ذوات الآخرين، تكون مفضلة لدى الشخص المستهدف، ويأخذ هذا الشخص هذه الصفات، ويقوم، بإدماجها في ذاته، ويبرر ذلك بقوله: لأنهم يشبهوني أخذت صفاتهم.

[159]. شفيق حسنين: مرجع سبق ذكره، ص .122

الادماج: يوسع التماهي أي التوحد بالآخرين، وذلك بأن ينسب الشخص المستهدف إلى ذاته صفات محددة محبوبة عند الآخرين، ويقوم بإدماج هذه الصفات في ذاته ويبرر ذلك بقوله إنني مثلهم وأحب أن أكون مثلهم.

نظام التحديث :يرى ليرنر وسائل الإعلام تعبر عن حالة التطور الاجتماعي، كما أنها تقوم بتوجيه الجماعات، في مختلف نواحي الحياة، فالأفراد يعيشون معا في نظام سياسي واحد يطورون طرقا لتوزيع المعلومات، ويعد نظام الاتصال مؤشرا للتغير في النظام الاجتماعي الشامل[160].

ومن الانتقادات الموجهة لنظرية اجتياز المجتمع التقليدي نكر ما يلي:

إن تطور تكنولوجيا الاتصالات المختلفة والتطور الاقتصادي، أنهى عزلة القرى وحاجز الأمية، فلم يعد من الضروري على الفرد أن ينتقل الى المدينة كي يحدث التطوير والاعتماد على المبتكرات في حياته.

ان وسائل الاعلام الحديثة جعلت التغيير الثقافي والاندماج الاجتماعي سهلا وسريعا، بل جعلت الطبيعة البشرية أكثر استعداد للتغيير كما الحال بالنسبة لإشكالية العولمة.

هناك من يعتقد بأن التطوير يمر بمراحل ثابتة وغير دقيقة وأسرع من النموذج الغربي التدريجي الذي اقترحه ليرنر.

ان تكنولوجيا الاتصال التي ميزت القرن العشرين زادت من تطلعات الافراد الى الحد الذي جعل مجتمعاتهم تعجز عن تلبية متطلباتهم، حيث فشلت مجتمعات كثيرة في الحفاظ على التوزان، بما يمكن أن يوفره النظام وبتطلعات الافراد[161].

[160]. عبد الرزاق محمد الدليمي: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، مرجع سبق ذكره، ص .330

[161]. أبو أصبع خليل صالح: مرجع سبق ذكره، ص: 155.

قائمة المصادر والمراجع

- الحمام أبو السلام: **مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الأجندة في سياق البيئة الرقمية للاتصال والاعلام**، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 2020.
- الحاج كمال: **نظريات الاعلام والاتصال**، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
- الرحمين عطاء الله، بارعة شقير: **نظريات الاتصال**، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 2018.
- الضلاعين نضال فلاح وآخرون: **نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- الحضيف محمد عبد الرحمان: **كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب**، ط2، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية، 1998.
- الخزاعلة ياسر وآخرون: **إدارة الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق**، دار الخليج، الأردن، 2018.
- الطيب عبد النبي عبد الله: **فلسفة ونظريات الإعلام**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2014.
- العامري فضل طلال: **حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية**، دار هلا للنشر التوزيع، مصر، 2011.
- العبد الله مي: **البحث في علوم الإعلام والاتصال، من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات المنهجية**، دار النهضة العربية، لبنان، 2010.

- العبد الله مي: **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية، ط2، لبنان، 2010.
- الديليمي عبد الرزاق: **الإعلام وإدارة الأزمات**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- الدليمي عبد الرزاق محمد: **مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- العدوي فهمي: **إدارة الإعلام**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- الفلاحي حسين ابراهيم: **الديمقراطية والإعلام والاتصال**، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- المشهداني سعد سلمان: **الصحافة العربية والدولية (المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات)**، دار الكتاب الجامعي، الأردن، 2014.
- السماسيري محمود يوسف: **فلسفات الإعلام المعاصرة، قراءة في ضوء المنظور الإسلامي**، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، الولايات المتحدة الأمريكية، 20018.
- المقدادي كاظم: **الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- العبدي خيرة: **مراجعة نظرية دوامة الصمت في السياق الافتراضي**، مجلة الاعلام والمجتمع، المجلد: 7، العدد: 1، الجزائر، 2023.
- بوعلي نصير :**الإعلام والقيم**، دار الهدى، الجزائر، ،2005.
- خورشيد مراد كامل: **الاتصال الجماهيري والاعلام، التطور، الخصائص، النظريات**، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2014.

- مجاني باديس، مرابط فريدة: **نظريات الاتصال**، ألفا للوثائق، الجزائر، 2019.
- دليو فضيل: **الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
- بن راشد رشيد، بلحاج حسينة: **مقاربة الحتمية التكنولوجية (دراسة تاريخية تحليلية)**، مجلة الحكمة للدراسات التاريخية، المجلد: 7، العدد: 4، الجزائر، 2019.
- عابد زهير: **الإعلام الجماهيري**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص: 24.
- شاوي برهان: **الدعاية والاتصال الجماهيري عبر التاريخ**، دار الفرابي، لبنان، 2012.
- أبو أصبع صالح خليل: **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، ط5، دار مجدلاوي، الأردن، 2006.
- سليمان سناء محمد: **سيكولوجية الاتصال الإنساني ومهاراته**، عالم الكتب، مصر، 2013.
- إسماعيل محمود حسن: **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
- عيساني رحيمة: **مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية**، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2016.
- حسن علي محمد: **نظريات الاتصال المعاصرة غربية ومعاصرة**، مصر، 2002.

- سكري رفيق: **دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية**، جروس برس، لبنان،1991.
- كارولا ريشتر و كلاوديا كوزمان: **نظم وسائل الإعلام العربية**، ترجمة: دعاء نبيل سيد إمبابي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2022.
- عبد المجيد ليلى: **حريات المعاصر الحقوق والمسؤوليات**، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2020.
- مذكور مرعي: **الصحافة، الإمكانات، التجاوزات والأفاق**، دار النشر للجامعات، مصر، 2012.
- غازي خالد محمد: **الصحافة الإلكترونية العربية، الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح**، وكالة الصحافة العربية ناشرون، مصر، 2012.
- البشر محمد بن سعود: **نظريات التأثير الإعلامي**، العبيكان للنشر، السعودية، 2014.
- الحجامي عماد حمد: **نظريات الاتصال**، جامعة ذي قار، العراق، 2023.
- كنعان علي عبد الفتاح: **نظريات الإعلام**، دار اليازوري، الأردن، 2016.
- محمد إسماعيل حمدي: **الضوابط الشرعية للإعلام**، دار المعتز للنشر والتوزيع، الأردن، 2018.
- محمد منير حجاب: **نظريات الاتصال**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2010.
- كافي مصطفى يوسف: **الرأي العام ونظريات الاتصال**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.

- دليو فضيل: **الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- محمود حسن إسماعيل: **نظريات الاعلام**، المكتب المصري للمطبوعات، مصر.
- معوض سالم محمد: **الصحافة الإعلامية وتقنياتها الاتصالية**، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن.
- قندلجي عامر: **الإعلام والمعلومات الانترنيت**، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2013.
- شكركر عبد السلام: **الإعلام التوعوي المفاهيم والمجالات**، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2019.
- العبد عاطف عدلي والعبد عاطف نهى: **نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية**، دار الفكر العربي، مصر، 2011.
- بسام عبد الرحمان المشاقبة: **نظريات الإعلام**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- رضا عبد الواجد أمين: **النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني**، قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر، مصر، 2007.
- عبد الله ثاني محمد النذير: **ابستيمولوجيا علوم الإعلام والاتصال**، دار الأديب، مصر، 2017.
- شقير بارعة: **نظريات الاتصال**، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 2020.

- عبد الحميد محمد: **نظريات التأثير واتجاهات التأثير**، ط3، عالم الكتب، مصر، 2004.
- عبد العال هالة محمود: **تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية**، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2017
- مكاوي حسن عماد والسيد ليلى حسن: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998.
- نصر حسني محمد: **الاتجاهات الحديثة في بحوث الصحافة والسلطة السياسية في الدول الآفروأسيوية**، مجلة كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، العدد: 02، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان، 2011.
- بوسيالة زهير: **الصحافة المكتوبة والديمقراطية في الجزائر**، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005.
- بن علي هالة: **تطبيقات نظريات الاعلام والاتصال التقليدية في فضاءات الاعلام الجديد، نظرية حرس البوابة مثالا**، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد: 05، العدد: 04، الجزائر، 2018.
- خلالفة زينب: **مواضيع، نظريات ومناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال نموذجا**، أطروحة دكتوراه، جامعة صالح بوبنيدر، قسنطينة 3، الجزائر، 2017.

- جلولي حفيظة، بغداد باي عبد القادر: **اليوتيوب وصناعة المحتوى رؤية في ضوء نظرية انتشار المبتكرات، مجلة الفكر المتوسطي**، المجلد: 12، العدد: 02، الجزائر، 2024.
- السيد حمزة هبة محمد: **دور برامج الرأي التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو قضايا الرأي العام، في إطار نموذج كسر الصمت**، المجلد: 4، العدد: 77، مصر، 2021.
- تاني نصيرة: **التموقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية قراءة في الابعاد والاستخدامات**، المجلد: 17، العدد: 01، الجزائر، 2022.
- سويقات لبنى: **نماذج النظرية المفسرة لدور وسائل الإعلام في التغير لاجتماعي والثقافي -قراءة تاريخية-**، مجلة التدوين، المجلد: 9، العدد: 1، الجزائر، 2017.
- سويقات لبنى، عبد الإله عبد القادر: **الحتمية التكنولوجية: مدخل نظري لدراسة استعمالات الاعلام الإلكتروني**، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد: 09، العدد: 02، الجزائر، 2016.
- خيرة مكرتار: **دور حارس البوابة في ظل الاعلام الجديد**، مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد: 3، العدد: 2، الجزائر، 2017.
- ضيف ليندة: **الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة من رتيب أولويات وسائل الاعلام**، مجلة الحكمة للدارسات الإعلامية والاتصالية، المجلد: 03، العدد: 03، الجزائر، 2015.
- رشدي هشام خير الله: **محاضرات في نظريات الاعلام**، جامعة المنوفية، مصر.

- خلايفية عمار: **تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في فضاءات الاعلام الجديد**، مجلة بحوث ودراسات الميديا الجديدة، المجلد: 03، العدد: 03، الجزائر، 2022.
- محمد كحط عبيد الربيعي: **عادات التلقي لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية**، أطروحة دكتوراه، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2008.
- مطاوع نسمة عبد الله محمد: **اندماج الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على الخوف المجتمعي لديهم، دراسة ميدانية في إطار نظرية الغرس الثقافي**، مجلة البحوث الإعلامية، العدد: 62، مصر، 2022.
- سماح محمد محمدي: **اندماج الشباب في شبكات التواصل الاجتماعي والمراهقين وتأثيره على إدراكهم للواقع**، مجلة البحوث الإعلامية، العدد: 54، مصر، 2020.
- محمد فياش حسن: **نظريات الاتصال**، جامعة المستقبل، العراق، 2022، ص: 44، متاح على الرابط: https://www.uomus.edu.iq/mclecdet.aspx?id=11600 ، تاريخ الاطلاع: 2022/05/12.
- رانية نصر: **كيف تؤثر نظرية دوامة الصمت على سلوك الجماهير**، شبكة الجزيرة الإعلامية، https://2u.pw/IYfJSitM، تاريخ الإطلاع: 2022/12/17.
- مركز القرار للدراسات الإعلامية: **حراس البوابة في العالم الرقمي**، https://alqarar.sa/2862، تاريخ الولوج: 2022/05/09.

- مركز القرار للدراسات الإعلامية: **نظرية الغرس الثقافي في عصر مواقع التواصل الاجتماعي**، https://alqarar.sa/3270، تاريخ الولوج: 2022/04/24.
- barbara cochran : **Rethinking public media** ,Published by The Aspen Institute All rights reserved Printed ,USA, 2010.
- Bernard Delforce :)**la responsabilité sociale du journaliste**(,les Cahiers du journalisme n02 ,France, 1996.
- Charlie Beckett : **THE VALUE OF NETWORKED JOURNALISM**, published journalism and society, London, 2010
- 9. http://osmanabdelmhmoudosman.blogspot.com/2012/12/blog-post_1 A Voir17:**00**
- 10. Helsingin Sanomat: Mass media's Agenda setting function, at: www.valt.helsinki, available at: 20/4/2019
- 11. Matt Gleckler: Agenda Setting Function of Maxwell MC combs & Donald Shaw, at: http://oak.cats.ohiou.edu, available at: 15/4/2019
- 12. Werner J. Severin & James. Tankard: Communication Theories: Origins Methods and Uses in media, 3th edition, 1992, p .222
- J. Lull. Medea commnication . culture a global approch..polity press. Loldon. 1995. P9.