

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

الأستاذة: العلمي سامية

محاضرات في مقياس:

مدخل علوم الإعلام والاتصال

موجهة لطلبة السنة الثالثة لغة إنجليزية - السادس -

السنة الجامعية: 2019 - 2020

بعد التطرق في المحاضرة الأولى للتطور التاريخي للتنظير في علوم الإعلام والاتصال، نخلص إلى أنها أي علوم الإعلام والاتصال، قد مرت بمرحلتين أساسيتين، على غرار كافة العلوم الأخرى وهما:

### المرحلة التجريبية

فيها يتم اختبار ذلك الكم المعرفي المجموع ميدانيا، من خلال استغلال مختلف المناهج والأدوات المستحدثة.

### المرحلة الفلسفية

وهو ذلك التراكم المعرفي حول مختلف الظواهر الإعلامية والاتصالية.

## مفهوم الإعلام والاتصال:

وهي تلك العلوم التي تهتم بدراسة وإنتاج ومعالجة وتأثير الرموز والإشارات، المنقولة والمتداولة بين أطراف عدة، عن طريق وضع نظريات تحليلية لها.

ويرجع القول بأن الإعلام الاتصال هي علوم وليست علم، كونها مفترق طرق (أو همزة وصل) لعلوم أخرى، ساهمت بشكل أو بآخر في ظهورها، حيث كان من أولها العلوم السياسية، علم النفس، علم الاجتماع، اللسانيات، وكذا العلوم الاقتصادية.

## اتجاهات البحث في علوم الإعلام والاتصال:

- **الاتجاه السياسي:** كان سباقا في الظهور على يد الأمريكي **هارولد لازويل** منذ حوالي 1927 وقد اهتم هذا الاتجاه بدراسة وسائل الإعلام وتأثيرها في المجتمع، بالتركيز على مختلف القيم الموجودة في مضامينها الإعلامية، هذا وتهتم بالقائمين بالاتصال من إعلاميين، سياسيين، ملاك، الذين يحاولون نشر أفكارهم عبر تلك الوسائل.

- **الاتجاه السيكولوجي الاجتماعي:** ظهر هذا الإتجاه إثر تدخل باحثين في علم النفس الاجتماعي، للتنظير في علوم الإعلام والاتصال، كان على رأسهم **بول لازارسفيلد، كورت لوين، كارل هوفلاند**، إذ ركز هذه الاتجاه على دراسة الجماهير وكذا الجماعات، وتغيير الاتجاهات فيها، وقياس الرأي العام.

- **التيار الاصطلاحي:** عني هذا التيار بدراسة المفاهيم الأساسية لعلوم الإعلام والاتصال، كالمرسل، المستقبل، التشفير، الرسالة... وصولاً إلى دراسات الجمهور وتحليل المحتوى، وغيرها من المفاهيم الطارئة على هذه العلوم.

- **الاتجاه الخاص بدراسة شبكات الاتصال:** يهتم هذا الأخير بدراسة كيفية البث الإعلامي (التقنيات) لشبكاتة المختلفة، وطرق العرض، والنشر، ومختلف الشبكات الاتصالية المؤسساتية.

## النظريات الكبرى في علوم الإعلام والاتصال:

- **مفهوم النظرية العلمية في علوم الإعلام والاتصال:**

لا توجد نظرية علمية محددة متفق عليها، في تفسير العملية الإعلامية والاتصالية، وإنما يوجد عدد غير محدود من النظريات العلمية، التي تحاول تقديم تصورات تفصيلية للعملية الاتصالية، وتأثيرها في ذات الوقت، كما تساهم هذه النظريات في تحديد مسارات بحثية تتناسب ومختلف العمليات الاتصالية.

كما يضيف بعض الباحثين بأن النظرية الإعلامية قادرة على شرح طرق تأثير وسائل الإعلام، في الجمهور أو العكس، كما تتجاوز ذلك إلى تقديم تصور استشرافي تنبئ، لمستقبل العملية الإعلامية.

لنخلص في الأخير إلى تعريف للنظرية العلمية الإعلامية بأنها: محصلة لدراسات وأبحاث وضعت في إطار نظري، تنطلق من فرضيات، نقيسها ميدانيا، باستخدام أدوات بحثية علمية لتفسير علاقات معينة بين مختلف متغيرات الظاهرة الإعلامية.

- **تصنيفات النظريات الإعلامية:**

يقسم الباحثون الباحثون النظريات الإعلامية من حيث طبيعتها وموضوع اهتمامها إلى ثلاثة أنواع أساسية، تمثلت في :

**(1) النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال (المرسل أو المصدر):** تتميز جل المؤسسات الإعلامية

في القرن الواحد والعشرين من نظم معقدة من سلطة، نفوذ، ومراكز، التي تكون مخولة لاتخاذ قرارات بالغة الأهمية، داخل هذه المؤسسات يوميا، إذ ينتج عنها مضمون إعلامي محدد

الأهداف (مخطط له)، ونظرا لأهمية هذه القرارات بالنسبة للجمهور، عمد العديد من الباحثين على دراسة الأسلوب الذي تتخذ من خلاله القرارات داخل المؤسسات الإعلامية، كما اهتموا بطبيعة القائم بالاتصال والمؤثرات والعوامل التي تتدخل في اختياره للمادة الإعلامية، وكذا القيم والاتجاهات التي يعتنقها والتي يحاول الترويج لها، وما هي الالتزامات المهنية والأخلاقية والاجتماعية، التي يفرضها الإعلاميون على أنفسهم.

وعلى إثر ذلك ظهرت العديد من النظريات في مجال دراسات القائم بالاتصال، نذكر من أهمها:

- **نظرية حارس البوابة الإعلامية:** والتي أصبحت نموذجا منهجيا في المجال محل الدراسة، ويقول كورت لوين وهو مؤسس هذه النظرية (أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور هناك بوابات تتخذ فيها قرارات بالحذف أو بالقراءة أو تعديل مكونات المادة، الإعلامية، وكلما طالت رحلة المادة تعددت البوابات، بتعدد السلطات والنفوذ).

- **نظرية ترتيب الأولويات:** تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام هي التي تقوم بترتيب أولويات واهتمامات الجمهور، وذلك من خلال إبراز وتكرار القضايا التي تستحق الإهتمام، إهمال قضايا أخرى.

ترجع أصول هذه النظرية، إلى دراسات ليب مان في عام 1922، من خلال كتابه الرأي العام، والذي صرح فيه أن وسائل الإعلام تساعد على بناء الصورة الذهنية، لدى الجماهير حول مختلف الحقائق، وتقدم لهم في كثير من الأحيان بيئات زائفة، تسيطر على عقولهم، كما تعمل على تكوين الرأي العام من خلال إبراز وتكرار قضايا بعينها دون أخرى.

(2) **النظريات المتعلقة بالجمهور:** تهتم مثل هذه النظريات المرتبطة بالجمهور المستخدم لوسائل الإعلام، وتكون في أغلبها بدراسة خصائص الجمهور، دوافعه وحاجاته النفسية والاجتماعية، كما أن بعضها يهتم بدراسة تلبية وسائل الإعلام لحاجات الجمهور، أو ما يعرف بالاشباع، نذكر من بينها ما يلي:

- **نظرية الاستخدامات والاشباع:** ترى هذه النظرية بأن الجمهور ليس مستقبل سلبي لرسائل الوسائل الإعلامية، وإنما يقوم أفرادهم عن وعي باختيار الوسائل والرسائل التي يتعرضون لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية وكذا الاجتماعية.

### 3) النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي التي تحدته وسائل الإعلام في الجمهور:

#### - نظريات التأثير المباشر/ القوي/ نظريات التأثير قصير المدى:

يعتقد أصحاب هذا الاتجاه بأن وسائل الإعلام تحدث لدى كافة أفراد الجمهور، آثار موحدة، من بين أهم هذه النظريات نظرية الرصاصة/ أو الحقنة تحت الجلد

#### - نظريات التأثير التراكمي/ أو نظريات التأثير طويل المدى:

يرى أصحابها أن تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة، وإنما بعد فترة زمنية طويلة، من تراكم التعرض لوسائل الإعلام، ومن أمثلة هذا الاتجاه نجد: نظرية دوامت الصمت للباحثة إليزابيل نورمن، التي تؤكد بأن وسائل الإعلام بقيامها بعرض آراء الأغلبية، داخل المجتمع، يقلل من ظهور المعارضين له.

#### - نظريات التأثير المعتدل:

يرى منظرو هذا الاتجاه أن وسائل الإعلام تعمل داخل نظام اجتماعي، تراعي فيه الخصائص النفسية والاجتماعية للجمهور، ولذلك فتأثيرها يصبح معتدل، وليس متطرف. من بين أهم هذه النظريات نجد البنائية الوظيفية، الاستخدامات والاشباعات ونظرية الاعتماد.