

## المحاضرة السابعة: نظريات الاتصال:

وهي خلاصة العديد من البحوث ونتائج كثير من الدراسات، التي هدفت التعرف على ظاهرة الاتصال والعلاقة بين النظام الإعلامي والسياسي، سواء من حيث التحكم والرقابة أو من حيث المحتوى والمضمون، وسنتطرق إلى أهم هذه النظريات حسب ظهورها الزمني.

أولاً: نظرية السلطة: نشأت وظهرت هذه النظرية في إنجلترا وذلك في القرنين السادس والسابع عشر، معتمدة على نظريات أفلاطون وأرسطو ومكيافيلي وهيغل، وتمثل فلسفتها في السلطة المطلقة للحاكم أو لحكومته أو كليهما معا، وغرضها الرئيسي توطيد ودعم سياسة الحكومة التي تتولى السلطة، وخدمة الدولة، وبمقتضى هذه النظرية لا يعمل في الصحف أو يصدرها إلا من يستطيع الحصول على ترخيص من الحاكم، ويتم الإشراف عليها -الصحف- وفرض الرقابة بواسطة الحكومات، ويحظر في إطار نظرية السلطة نقد السياسيين والموظفين الرسميين، وتعتبر هذه الصحف أداة لترويج سياسات الحكومة رغم أن ملكيتها قد تكون عامة أو خاصة<sup>1</sup>، وتعتبر هذه النظرية من أقدم النظريات التي بدأت منذ ظهور الاتصال الجماهيري، مع اختراع الطباعة في القرن الخامس عشر، ورغم ذلك مازالت النظرية تسيطر على العديد من المجتمعات، حيث تعتمد على سيطرة الحكومات على وسائل الإعلام وفي وظائفها وممارستها بشكل كامل، وذلك انطلاقاً من الفلسفة الاجتماعية والسياسية التي تسود وتتحكم في المجتمعات التسلطية، بحجة أن أهداف الفرد تتحقق في إطار العمل الجماعي مما يؤدي إلى تغلب المصلحة الجماعية على المصلحة الفردية<sup>2</sup>.

كما ترى نظرية السلطة أن الأشخاص يختلفون في قدراتهم العقلية، حيث يسيطر الحكام على رأس البناء الاجتماعي ولهم الفلاسفة والمفكرون، وهكذا فإن المعرفة تنطلق من الأعلى إلى الأسفل عن طريق الحكومة، فهي -المعرفة- مشتركة تهدف إلى مقاومة التغيير وجعله مرفوضاً، وتدعيم الاستقرار وجعله فضيلة في ذاته، مما يجعل الحكومة تلجئ للموروث الثقافي والقيم الاجتماعية لتبرر ذلك وتدعم الوضع القائم وتحافظ عليه<sup>3</sup>.

## المبادئ الأساسية للنظرية السلطوية.

من خلال ما سبق يمكن تلخيص تركز مبادئ نظرية السلطة في:

<sup>1</sup> ليلي عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، (2005)، ص 19.

<sup>2</sup> بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع: دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، (الجزائر: دار الخلدونية، 2007)، ص 47.

<sup>3</sup> بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع: دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، ص 47.

➤ تلتزم الصحافة بتأييد كل ما يصدر عن الحكومة ومؤسساتها والدفاع عن سياسة الحكم وبذلك فهي مطالبة بالدعاية للنظام الحاكم.

➤ يعتبر عمل الأفراد في الصحافة منحة وامتيازاً من الحاكم، وبالتالي يجب على العامل تأييد النظام السائد وإبراز امتيازاته، وفي حالة إخلاله بالالتزام يعرض لسحب الامتياز منه.

➤ ملكية الصحف لا تقتصر على الحاكم فقط، فقد يمتلك الأفراد مثل ذلك، لكن استمرارها يبقى رهن رغبة السلطة.

➤ درجة الحرية المسموح بها يجب أن تكون مناسبة للحالة السياسية التي توجد بالمجتمع الذي تصدر فيه هذه الصحف، ويبقى تقدير درجة الحرية راجعاً للسلطة الحاكمة.

من خلال المبادئ السابقة يتضح أن العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية في إطار النظرية السلطوية تدور في إطار الولاء للحاكم، لأنها - الصحافة - وجدت لخدمة السلطة الحاكمة وتدعيم سياستها وتأييدها، فهي بذلك لا يمكن لها أن تلعب أدواراً مهمة كمنقذ السلطة أو مراقبتها، بل يتحدد عملها في نقل المعلومات من الحاكم إلى المحكوم بهدف تكريس الأوضاع القائمة وإضفاء الشرعية على السلطة السياسية، أما من حيث الملكية فأياً كان نوعها فإنها تخضع للدولة وذلك من خلال نظم الترخيص والقيود التشريعية على الإصدار والتوزيع، والرقابة والضرائب، وهذا كله يضمن ولاء الصحافة ووسائل الإعلام للسلطة.

ثانياً: نظرية الحرية.

جاءت هذه النظرية نتيجة لحركة الإصلاح الديني التي قادها "مارتن لوثر كنج"، وتواصلت هذه الحركة لتظهر في كتابات مفكرين وكتّاب أمثال "توماس هوس، جون ملتون، دفيد هيوم، جون ستيوارت، جان لوك وجان جاك روسو" وغيرهم، وبعد الثورة الفرنسية تجلت مظاهر حرية الصحافة، وتستند هذه الأخيرة إلى وجوب توفير كافة المعلومات والحقائق للمواطنين، وذلك لتمكينهم من الإسهام في العمل الوطني من خلال إبداء الرأي واتخاذ القرارات الصائبة بالاستناد إلى المعلومات الصحيحة، وقد ركزت نظرية الحرية على استقلالية الصحافة، فلم تعد ملكاً للدولة بل أصبح كل شخص قادر على تحمل المسؤولية وحريصاً على تنوير المواطنين يمكنه امتلاك الوسيلة الإعلامية، كما ركزت على الربح المادي لهذه الأخيرة من خلال الإعلانات وبرامج الترفيه والدعاية، بالرغم من أن هدفها الأساسي مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف الفساد، وتتم عملية الإشراف على وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية من خلال التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة، باللجوء للمحاكمة والقضاء، وتدعو نظرية الحرية إلى

فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس دون قيود باعتباره حق مشروع من خلال جمعها أو نشرها وإذاعتها<sup>4</sup>.

تفترض هذه النظرية ضرورة وجود وسائل اتصال مستقلة من الناحية الاقتصادية، وقادرة على القيام بدور الحارس لمصالح الهيئات الرسمية في مواجهة الحكومة، حيث تعتبر هذه الوسائل أدوات للتعبير عن كافة وجهات نظر أفراد المجتمع، في ظل غياب سوق حرة للأفكار، وبحث عن الحقائق والسعي إليها، كما تعتبر أداة لتوجيه النقد للسلطة السياسية الحاكمة، وأي تجاوز تقع فيه هذه الوسائل يُلجأ فيه إلى القضاء في إطار حرية النشر والتوزيع دون إذن وترخيص<sup>5</sup>.

من خلال ما سبق ذكره أعلاه يمكن تلخيص أهم المبادئ الأساسية لنظرية الحرية فيما يلي:

ترتكز نظرية الحرية على جملة من المبادئ أهمها ما يلي:

➤ حق الفرد في المعرفة حق طبيعي، ومن أجل ممارسة هذا الحق لا بد للصحافة أن تتمتع بكامل حريتها دونما قيود خارجية.

➤ حق الفرد في المعرفة هو حق مواز لحقه في اختيار ما يريد أن يعرف، لذا لا بد من أن تتعدد مصادر المعرفة بتعدد الصحف ذات الاتجاهات المتباينة.

➤ من حق الأفراد إصدار الصحف ما داموا قادرين على ذلك، دونما حاجة لتصريح من السلطة.

➤ عدم فرض أي رقابة من جانب الحكومة على الصحافة، وأي تجاوز تقع فيه الصحيفة يكون من شأن القضاء وحده.

كما أن الممارسة الإعلامية في ظل هذه النظرية تعتمد على:

➤ ممارسة النقد البناء والقبول بأي فكرة أو طرح جديد من قبل الفرد مع تقبل مناقشته بأسلوب بناء وهادف.

➤ الشفافية الآلية في معرفة مفاصل الدولة وسياساتها وبرامجها، ووضع المعلومات أمام الفرد وعدم إخفائها إلا لأغراض أمن المجتمع.

➤ إتاحة الفرصة للفرد في الحصول على المعلومة التي يريد تعلمها والاستفادة منها وإضافتها لمعلوماته.

---

<sup>4</sup> محمد فلحي جاسم الموسوي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، مقرر في الفصل الثاني: مرحلة الماجستير، قسم الإعلام والاتصال، موقع مكتبة الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك.

<sup>5</sup> جعفر بن صالح، "الاتصال السياسي في الجزائر: المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية، جريدتي الخبر والشعب نموذجا"، رسالة ماجستير، (جامعة وهران، 2012، 2013)، ص 55

إذن الصحافة في ظل هذه النظرية تخلصت من القيود والرقابة التي تحد من حريتها في التعبير، كما أن العاملين في هذا المجال تحصلوا على استقلالهم المهني، وحريةهم في استقاء المعلومات ونشرها، أما الأفراد فاستفادوا في ظلها من حرية امتلاك وإصدار الصحف وتوزيعها.

ثالثاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية.

جاءت هذه النظرية بعد اهتمام الأوساط العلمية والبحثية في الوم أ وأوروبا الغربية بدراسة دور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري في هذه المجتمعات، وما الدور الوظيفي الذي يجب أن تقوم به اتجاه الفرد والمجتمع، وذلك عقب الانتقادات التي وجهت لنظرية الحرية، خاصة تلك المتعلقة بالمبادئ التي تقوم عليها إذ قال عنها الكثير أنها مبنية على قواعد غير سليمة، إضافة إلى أن بعضاً من مفاهيمها قابلة للتغيير، ولقد أكد العلماء أن الصحافة قد تحررت من قيود نظرية السلطة لكنها سقطت تحت حائل المال الإعلامي والسياسي بمعنى تحت سلطة الأقلية الاحتكارية.

ترى هذه النظرية أن الحرية تحمل معها التزامات، وحيث أن الصحافة تتمتع في ظل المجتمعات الديمقراطية بامتيازات فإنها مجبرة على أن تكون مسؤولة نحو المجتمع لتتحمل معها الوظائف الأساسية للاتصال الجماهيري في المجتمع المعاصر فإلى الحد الذي ستقوم الصحافة بالاعتراف بمسؤولياتها وجعلها أساس سياساتها العملية، فإن النظام الليبرالي سوف يشجع حاجات المجتمع، وإلى الحد الذي فيه لن تعترف الصحافة بمسؤولياتها الاجتماعية فمن المفروض أن تقوم جهات أخرى للتأكد بأن الوظائف الأساسية للاتصال الجماهيري يتم تحقيقها<sup>6</sup>.

الوظائف التي تركز عليها النظرية.

نذكر هنا أهمها فقط والمتمثلة في:

- ✓ خدمة النظام السياسي القائم وذلك عن طريق الإعلام وتوفير المعلومات والمناقشة والحوار المفتوح والمناظرات حول المسائل الهامة.
- ✓ تنوير الجمهور بالحقائق والأرقام كي يستطيع أن يحكم بنفسه على الأحداث.
- ✓ حراسة حقوق الأفراد، وذلك بأن تعمل وسائل الاتصال كرقيب عمومي على الحكومة.
- ✓ توفير الترفيه.
- ✓ خدمة النظام الاقتصادي عن طريق الإعلانات.
- ✓ رعاية المثل العليا للمجتمع.

**خصائص النظرية: تتميز بـ:**

<sup>6</sup> عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، (مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014)، ص 35-40.

- ✓ هي نظرية مختلطة حيث تحمل في طياتها الحرية والقيود، بمعنى أنها تدعو للحرية لكن بشرط تقيدها للحيلولة دون الوقوع في الانحراف.
- ✓ تنحصر فلسفة هذه النظرية في عدم إثارة الغرائز بقدر ما تثير عقولهم وتشجعهم.
- ✓ تعتمد إلى حد حاجة القارئ السريعة، وتبحث عن الحقيقة وتحاول توصيلها للجماهير.
- ✓ تتميز بكونها نظرية إصلاحية تربط بين العاملين بأجهزة الإعلام من خلال مواثيق الشرف الخالصة.

إذن يرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في الوقت نفسه، ولذلك على وسائل الإعلام القيام بالتزامات نحو المجتمع، وذلك من خلال وضع معايير مهنية للإعلام كالصدق والموضوعية والتوازن والدقة، وفي إطار قبول هذه الالتزامات من طرف وسائل الإعلام عليها أن تتولى تنظيم أمور ذاتها في إطار القانون والمؤسسات القائمة، ويجب أن تكون الوسائل تعددية تعكس تنوع الأفكار والآراء في المجتمع، من خلال إتاحة الفرصة للجميع في النشر والعرض، كما أن للجماهير العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليها، أضف إلى ذلك أن الإعلاميين يجب أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع وأمام مؤسساتهم الإعلامية.

#### رابعاً: نظرية الرصاصة السحرية.

تعتبر هذه النظرية من نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام، والتي نشأت في بيئة متأثرة بالنظريات النفسية التي تفترض وجود تأثيرات لكل فعل، أي ارتباط المنبهات بالاستجابة المباشرة. وتنطلق النظرية من مجموعة من الافتراضات وهي<sup>7</sup>:

- الإعلام عامل قوي في المجتمع، وله قدرة على ترسيخ القيم والنظم التي بدورها تؤسس للنظام الاجتماعي، وللسيطرة على هذه القوة يجب أن يكون الإعلام تحت سيطرة أقلية نخبوية.
- الإعلام قادر على التأثير بشكل مباشر في عقول عدد معين من الناس، كما أنه قادر على الإسهام في تغيير نظرتهم للنظام الاجتماعي.
- هناك نسبة من الأفراد منعزلون عن المؤسسات الاجتماعية، وهذه الفئات توصف بأنها هشة أمام قوة الإعلام.
- يعيش الأفراد في فوضى اجتماعية بسبب ما تنتجه الوسائل الإعلامية، لذا يجب التأسيس لنظام اجتماعي شمولي للحد من ذلك.

<sup>7</sup> Stanley j. Baran, Dennis K Davis, Mass Communication Theory Ferment and Future, Congage learning, (2011), p35.

● تؤدي الوسائل الإعلامية إلى تراجع الحضارة من خلال الثقافة الموازية.

وقد استندت هذه النظرية في ظهورها حسب الدراسات التي أجريت في المجال واستشهدت بالحادثة التي وقعت عام 1939م، عندما اعتقد سكان الولايات المتحدة الأمريكية أن هناك غزوا قادمًا من المريخ، فأصابهم الهلع والخوف؛ بعد استماعهم لتمثيلية في الإذاعة باسم (حرب الكواكب)؛ وكان للمؤثرات الصوتية التي أستمعت آنذاك دوراً فعالاً في الحالة التي وصل إليها المستمعون، خاصة وأنهم كانوا تحت تأثير حالة الإحباط من جراء الكساد الاقتصادي الذي سبق الحرب العالمية الثانية، إضافة إلى إنذار الحرب التي بدأت تدق طبولها أجهزة الدعاية النازية.<sup>8</sup>

تقوم إذن نظرية الحقنة تحت الجلد أو الرصاصة السحرية على افتراض سلبية المتلقي، وأنه يمكن التأثير عليهم حيث تكون الاستجابة فورية، فالقائم بالاتصال يمكن أن يزود المتلقي بمجموعة من الرسائل الاتصالية والإعلامية ليستجيب بالطريقة التي يريد - المرسل -، وبصورة مباشرة كما تفعل الرصاصة والحقنة، كما تفترض أن المرسل يتحكم بشكل كلي في العملية الاتصالية لكونه هو الذي يصممها ويختار لها الوسيلة المناسبة، إضافة إلى الوقت المناسب، وتكون عملية استقبال الرسالة تجربة فردية وليست جماعية؛ لأن الجمهور يتصف بالانعزال، وتلقي الرسالة دون وسيط، فتصل الرسالة إلى كل أفراد المجتمع بطريقة متشابهة بمعنى عدم وجود فوارق بين الأفراد في التفاعل معها.

خامساً: نظرية الحتمية التكنولوجية (النموذج الفني التاريخي لمارشال ماكلوهان).

يعتبر "ماكلوهان" أن كل وسيلة تحدث تعديلاً تحدث تعديلاً في محيطنا النفسي، وتفرض علينا نمطاً من التصور والتفكير الذي يراقبنا بكيفية لا نكاد ندركها، فاللغة المكتوبة المنتجة جماهيرياً أصبحت حزاماً ثقافياً لعدة أجيال، وقد تم أثناءها إنتاج المعرفة والأفكار في اتجاه تنازلي، وعلى نمط مرحلة - مرحلة وفق ما تتطلبه الوسيلة، مما دفع الإنسان بالتالي إلى التطبيع بنمط التفكير المتقطع، وهو أمر لا يضاوي بأي حال التعقد الذي يميز الاتصال الشفوي وجهاً لوجه، والمتسم بتقديم الكل مرة واحدة.<sup>9</sup>

وقد أكد "ماكلوهان" أن المحتوى يصل إلى الناس بواسطة الوسيلة التي تغيرت عبر التاريخ لمرات عدة؛ فانتقلت من اللسان إلى الطباعة إلى الصحافة ثم الراديو وبعده التلفزيون... إلخ، وهذه التغيرات انعكست على المجتمع وأوقعت تغيرات جذرية في السلوك، فالوسيلة وبعيدا عن محتوى الرسالة لها

<sup>8</sup> محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، ط2. (الرياض: مكتبة العبيكات، 1998).

ص17.

<sup>9</sup> سليمان بورحلة، "أثر استخدام الأنترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير، (جامعة الجزائر

يوسف بن خدة، 2007، 2008)، ص50.

تأثيرات هامة؛ لذلك تعتبر الوسيلة هي الرسالة<sup>10</sup>، تقوم نظرية "مارشال ماكلوهان" على ثلاث فرضيات وهي<sup>11</sup>:

(1) الوسيلة هي الرسالة: وذلك نظرا لقوة التأثير العام الذي تملكه الوسيلة الإعلامية بمعزل عن مضمونها، ويرى "ماكلوهان" أن مضمون الاتصال ليس له علاقة بالتأثير، فالذي يجعل هناك فرقا في حياة الناس هي الوسائل السائدة في عصر ما وليس مضمونها، ففكرة الوسيلة هي الرسالة تعني أن وسائل نقل المعلومات تؤدي إلى التأثير على السلوك البشري بغض النظر عن مضمون الرسالة، فالتقدم التكنولوجي يؤدي بالتدرج إلى خلق بيئة إنسانية جديدة تماما، فالتلفزيون أوجد بيئة جديدة للناس ذات توجه بصري ضعيف ودرجة عالية من الاندماج تجعل تكيف الفرد مع بيئته التربوية القديمة أمرا بالغ الصعوبة.

(2) الوسائل الاتصالية الساخنة والباردة: قسم "ماكلوهان" الوسائل الاتصالية إلى:

✓ الوسائل الساخنة: وهي التي تحوي معلومات كاملة وتفصيلات كثيرة، فالمتلقي أقل حاجة ليصبح معنيا باستعمال المعلومات الناقصة كما أنها تتصف بمشاركة ضعيفة، ومثل ذلك بالراديو والسينما.

✓ الوسائل الباردة: وهي تستدعي الأفراد للمشاركة في استكمال المعلومات الناقصة بإدراكهم الحسي كالهاتف والتلفزيون.

ويفرق "ماكلوهان" بين الوسائل الساخنة والباردة حيث يقول أن الساخنة هي التي تقوم بمد حاسة واحدة وتعطيها وضوحية آلية، إذ لا تترك الكثير للمتلقي كي يكملها أو يملأ فراغها؛ فهي تتطلب مشاركة قليلة من المتلقي، أما الباردة فهي ذات وضوحية منخفضة وتقدم معلومات قليلة فهي بذلك تستدعي من المتلقي قدرة عالية من المشاركة وإكمال الكثير، كما تختلف آثار الوسيلة الساخنة حسب استخدامها في حضارة ساخنة أو باردة، فاستخدام وسيلة الراديو الساخنة في حضارات باردة يؤدي إلى ردود فعل عنيفة تختلف عن الردود التي تحدثها في أمريكا، حيث يعتبر الراديو فيها من وسائل الترفيه، أما المجتمعات الباردة شبه الأمية فإنها عاجزة على أن ترى في الوسائل الساخنة كالسينما والراديو ترفيها خالصا، بالمقابل ماذا يحدث لو أدخلنا وسيلة باردة كالتلفزيون على مجتمع نام كالمجتمع العربي يتساءل البعض؟.

<sup>10</sup> زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ط2. (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2002)، ص78.

<sup>11</sup> بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، ص157.

(3) وسائل الاتصال امتداد لحواس الإنسان: يقول "ماكلوهان" أن وسائل الاتصال تقوم بتغيير البيئة وتثير فينا نسبة فريدة من ادراكاتنا الحسية فامتداد أي حاسة سيغير طريقة تفكيرنا، ونتصرف بناء على الطريقة التي بها ندرك العالم، وحينما تتغير هذه النسبة فإن الإنسان يتغير.

#### سادسا: نظرية الاستخدامات والاشباعات.

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات أهم النظريات التي أحدثت تحولا بينا وواضحا في مجال دراسة العلاقة القائمة بين وسائل الإعلام والاتصال والمستقبل المتمثل في الجمهور؛ إذ أسهمت النظرية في محاولة فهم هته العلاقة انطلاقا من اعتبار الجمهور أو المتلقي العنصر الأهم في العملية الاتصالية بوصفه عنصرا نشطا، فهذا المقترح يحاول إدراك ماهية العلاقة الموجودة بين حاجات الفرد ومدى تلبيتها من خلال استعماله للوسيلة الإعلامية.

تنطلق نظرية الاستخدامات والإشباعات من سؤال جوهري مفاده: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ إذ يبحث عن الحاجات التي تشبعها وسائل الإعلام لدى الجمهور، ومن ثم فهي تنصب على دراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة<sup>12</sup>، وقد كان "كاتز وبلومر" أول من طرحا هذه الرؤية لدراسة الاتصال الجماهيري، ومن ثم أصبح هذا المدخل أهم المداخل الرئيسية في دراسة الاتصال الجماهيري<sup>13</sup>، رغم أنه عرف بطئا في تطوره نظرا لعاملين<sup>14</sup>:

1- سيطرة اتجاهات بحوث التأثير على دراسات الاتصال الجماهيري قبل وبعد الحرب العالمية الثانية.

2- عدم وجود فرضيات أو فروض نظرية لمقرب الاستعمالات في مراحلها الأولى.

وقد أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي وعلاقته بالسلوك الاتصالي نحو وسائل الإعلام خلال الأربعينيات من القرن العشرين إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في

<sup>12</sup> جيهان رشدي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1978)، ص 568.

<sup>13</sup> منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط 1. (القاهرة: دار الفجر، 2003)، ص 215.

<sup>14</sup> حمدي حسن، وظائف الاتصال الجماهيري الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1991)، ص 13.



انتقاء أفرادها لمضمون مفضل من وسائل الإعلام<sup>15</sup>، إذ يقوم أفراد الجماهير باختيار واع للوسيلة الاتصالية ولمضمونها حسب مدى تلبيتها لحاجاتهم النفسية والاجتماعية<sup>16</sup>.

لقد فتحت النظرية مجالاً جديداً يختلف عن النظريات السابقة في مجال دراسة علاقة وسائل الاتصال بالمتلقي، إذ تركز على هذا الأخير كنقطة بدء باعتباره نشطا يقوم بتوظيف مضامين هاته الوسائل لإشباع حاجاته المسبقة انطلاقاً من اختياراته، ومن ثم فإن مقرب الاستخدامات والإشباع يتيح لنا مجالاً لدراسة السلوك الاتصالي للفرد نحو الوسيلة في محاولته لتلبية حاجاته استناداً إلى الفروقات الفردية والسياق الاجتماعي له.

ويرى "كاتز" و"بلومر" أن المرحلة الأولى من تطور مقرب الاستعمالات قد اهتمت بتقديم وصف عميق لتوجهات وسائل الإعلام والتي تتحكم في اختيار الأشكال المختلفة لمحتواها، وتتسم هذه البحوث في نقص بالمفاهيم ومناهج البحث الملائمة مما أدى إلى ظهور جيل جديد من الدراسات الوصفية ذات التوجه الميداني<sup>17</sup>، وفي ذات الفترة قام "لاسويل" بتوضيح وظائف وسائل الإعلام ودورها لتكون بذلك منطلقاً فكرياً فيما يخص دوافع ومتطلبات الجمهور في ظل المقرب.

لتأتي المرحلة الثانية مع الدراسة التي أجراها كل من "جاي بلومر" و"دينيس ماكويل" سنة 1969م؛ حيث قاما بتصنيف دوافع الجمهور لمشاهدة برامج سياسية معينة بهدف تصنيف الجمهور على أساسها وتبعاً لحاجاته، مما سيجتich دراسة التأثيرات الإعلامية المحتملة، وتتابع الأبحاث بانضمام "براون" ليتوصل الثلاثة إلى تصنيف استخدامات وسائل الإعلام إلى:

- الإلهاء: بمعنى الهروب من رتابة الحياة اليومية.
- العلاقات الشخصية: حيث يتم استبدال أو تعويض الرفقة بوسائل الإعلام.
- الهوية الشخصية: وتندرج تحته كل ما يؤدي إلى تقدير الذات.

---

<sup>15</sup> ميلفين ديفلير، ساندرابول روكيش، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992م)، ص266.

<sup>16</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص240.

<sup>17</sup> حسن حمدي، وظائف الاتصال الجماهيري الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، ص13.

- المراقبة: وهي تلك المعلومات التي يتحصل عليها المشاهد جراء استخدامه للوسيلة الإعلامية حول المحيط<sup>18</sup>.

وأخذت البحوث في إطار هذا المقرب تتواصل لتشمل كل الوسائل وتتوصل للعديد من النتائج، ومقرب الاستخدامات والإشباعات من أهم المداخل النظرية في الدراسات الإعلامية والتي تم تطبيقها لفهم العملية الإعلامية وصيرورتها، ولقد تطورت وتبلورت في إطار هذه النظرية مجموعة من المفاهيم والأسس والعناصر أهمها:

1/ افتراض الجمهور كعنصر نشط: لقد كانت النظرة السائدة قبل الحرب العالمية الأولى تقوم على أن الأفراد ينتمون لطبيعة بشرية موحدة مما يؤدي إلى استجابات متماثلة، فأعتبر الفرد سلبيا مستهلكا لمحتويات ووسائل الإعلام والتي تمتلك قدرة عالية على التأثير فيه وإحداث الهدف المرجو والمخطط له، ثم عرفت الدراسات الإعلامية حول الجمهور نقلة نوعية مع ظهور مقرب الاستخدامات والإشباعات؛ حيث أثبتت خطأ النظرة التقليدية بخصوص العلاقة الرابطة بين الجمهور ووسائل الإعلام والتي كانت نتاج الدراسات التجريبية والوظيفية.

أكد مقرب الاستعمالات والإشباعات أن الجمهور يعتبر نشطا ومشاركا ايجابيا وفعالا في عملية الاستقبال، إذ يسعى إلى تحقيق إشباعاته وتلبية حاجاته من خلال تعرضه للوسيلة الإعلامية<sup>19</sup>، هذا ما يجعل تأثيراتها على الأفراد مختلفة حسب خصوصيات الأفراد وانتظاراتهم من وسائل الإعلام وطرق إدراكهم لرسائلها<sup>20</sup>.

يعتبر افتراض الجمهور النشط من أهم مخرجات المدخل التجريبي والوظيفي؛ والتي ترى أن هناك عوامل اجتماعية ونفسية تحدد احتياجات الفرد الكامنة وراء اختياره للوسيلة الإعلامية ولمضامينها، وبماهية الإشباعات المتحققة والتي غالبا ما تكون مختلفة نظير اختلاف السياقات الاجتماعية التي ينتمي إليها وكذا الفروقات الفردية، ما يجعل التأثير الناجم عن ذلك مختلفا ومتباينا أيضا.

<sup>18</sup> Elhu Katz, Jay G. Blumer and Michel Guevitch, Uses and gratifications research, the public opinion quarterly<sup>4</sup>

<sup>ser</sup>(1973.1974) عبر الموقع <https://www.jstor.org>.24.08.2017

<sup>19</sup> حمدي حسن، وظائف الاتصال الجماهيري الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، ص15.

<sup>20</sup> هشام مكي، الاتصال الجماهيري وسؤال القيم دراسة في نظريات الاتصال الجماهيري المؤسسة، ص119.

2/ الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام: حاول "كاتز" وزملاؤه وضع مجموعة من الاتجاهات تمثل حاجات اجتماعية تستدعي من الأفراد التوجه للوسائل الإعلامية نظير تلبية حاجاتهم المنبثقة من تلك الحالات الخمس الآتية<sup>21</sup>:

- أ- حالة اجتماعية تؤدي إلى إحداث توتر يتم تطويقه من خلال استهلاك مضامين وسائل الإعلام.
- ب- حالة اجتماعية تخلق الإدراك بالمشكلات التي يتم البحث عن معلومات حولها لتكون الوسائل الإعلامية مصدرا لها.
- ج- حالة اجتماعية تقدم فرصا لإشباع حاجات معينة يتم توجيهها إلى الوسائل الإعلامية لإشباعها.
- د- حالة اجتماعية تزود الفرد بمعلومات وآفاق اجتماعية عن طريق تعرضه للمواد الإعلامية وتكسبه التقدير في الجماعات.
- هـ- حالة اجتماعية تخلق قيما معينة يمكن التأكيد عليها عن طريق استهلاك مواد إعلامية مناسبة.

كما وقد توصل "جون جوستون" في دراسة له حول التكامل الاجتماعي واستخدام وسائل الإعلام الجماهيري لدى المراهقين إلى أن أفراد الجمهور يتعاملون مع هذه الوسائل انطلاقا من كونهم ينتمون إلى جماعات اجتماعية وليسوا أفرادا معزولين عن واقعهم وبيئتهم الاجتماعية<sup>22</sup>، وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الأمبريقي على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام كالنوع والسن والمستوى المهني والدراسي<sup>23</sup>.

يؤكد هذا الافتراض أن العديد من احتياجات الأفراد ودوافعهم للتعرض للوسائل الإعلامية إنما يعود مكنهم للسياق الاجتماعي والنفسي الذي يتواجدون به؛ مما أدى إلى ظهور مفهوم الانتقاء وانعكاساته على التعرض والإدراك والتذكر، وحيث أن تلك الفروق الفردية والمتغيرات النفسية تؤدي إلى عدم تماثل الأفراد في اختياراتهم وتفسيراتهم وتأثرهم بالمحتويات الإعلامية.

<sup>21</sup> محمد فضل الحديدي، نظريات الإعلام، اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور، (القاهرة: دمياط، مطبعة نانسى، 2006)، ص، ص20، 37  
نقلا عن محمد الفاتح حمدي، "الإعلان في القنوات الفضائية العربية وانعكاساته على قيم الشباب الجزائري: طلبه بعض جامعات الجزائر  
أنموذجا" (رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر 03، 2013، 2014)، ص119.

<sup>22</sup> حمدي حسن، وظائف الاتصال الجماهيري الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، ص20.

<sup>23</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص244.

3/ دوافع الجمهور لاستخدام وسائل الإعلام: يقوم على أساس أن التعرض لوسائل الإعلام يخضع لدوافع تُنتج أساساً عن الحاجيات النفسية والاجتماعية لأفراد الجمهور، والتي ترتبط بمتغيرات متعددة تُؤدي إلى إحداث تأثيرات مختلفة، فالتعرض للوسيلة الإعلامية ولمضمونها عادة ما تكون عملية مقصودة تُترجم حاجات الجمهور.

وقد قسم الباحثون دوافع تعرض الجمهور للوسائل الإعلامية إلى قسمين أساسيين<sup>24</sup>:

أ/ دوافع أداتية: وهي تلك التي تستهدف الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والتثقيفية.

ب/ دوافع طقوسية: وهي دوافع تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات؛ وتعكسها البرامج الترفيهية والخيالية والدرامية والمنوعات.

وتؤكد النظرية على وجود علاقة بين السمات الاجتماعية والفردية والسلوك الاتصالي، ويهتم المدخل الوظيفي بدراسة وسائل الإعلام والاتصال باعتباره أنساق اجتماعية تتكون من بناءات ولها وظائف محددة، وينبغي لهذه البناءات الاتصالية والإعلامية أن تقوم بالوظائف المحددة لها، من أجل الإسهام في المحافظة على النسق العام، وهذه الوسائل تقوم بنقل رسائل إعلامية إلى جمهور أو مستقبلين معينين ذوي تطلعات مختلفة من أجل إشباع حاجاتهم.

4/ إشباعات الجمهور: اهتمت العديد من دراسات الاستخدامات والإشباعات منذ السبعينيات بضرورة التمييز بين تلك الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات التي تتحقق بالفعل<sup>25</sup>، وقد قدم "لورانس" و"وينر" نموذجاً للإشباعات ناتجة عن عملية الاتصال نفسها واختيار وسيلة معينة، كما قام "ماكويل" وزملاؤه بتصنيفها إلى:

\* إشباعات معلومات وأخرى لتحديد الهوية الشخصية والتي تشمل التعرف على نماذج مختلفة للسلوك وتعزيز قيم الشخص واكتسابه لحسن البصيرة.

\* وإشباعات التكامل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين وأخرى للتسلية والترفيه<sup>26</sup>.

<sup>24</sup> هشام مكي، الاتصال الجماهيري وسؤال القيم دراسة في نظريات الاتصال الجماهيري المؤسسة، ص 121، 122.

<sup>25</sup> حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص 248.

<sup>26</sup> محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ص 255، 256.

ومن ثم فالجمهور حسب هذا الافتراض يختار الوسيلة والمضمون الذي يلبي حاجاته ويُشبع رغباته، حيث إن المضمين الإعلامية والسياقات الاجتماعية يتم اختيارها حسب مدى تحقيقها لإشباع الفرد المتنوعة والمتعددة، ويمكن تحديد نوعين من الإشباعات:<sup>27</sup>

● إشباعات المحتوى: وهي تلك الناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى قسمين: الأول إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، والثاني إشباعات اجتماعية حيث يتم ربط المعلومات المتحصلة عليها بشبكة العلاقات الاجتماعية.

● إشباعات عملية: وهي إشباعات ناتجة عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط بخصائص الرسائل وتصنف إلى نوعين: الأول إشباعات شبه توجيهية وتتحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، والثاني إشباعات تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام؛ وكلما كان الفرد منعزلاً كلما زادت هذه الإشباعات.

يُلاحظ من خلال هذا الافتراض أن سلوك التعرض للوسيلة الإعلامية ولمضامينها ناتج عن حاجات محددة ورغبات معينة ومن ثم يتم إشباعها وفقاً لاختيارات الفرد.

5/ حاجات الجمهور: اعتبر "ابراهام ماسلو" سنة 1970م أن نظرية الاستخدامات والإشباعات ما هي إلا امتداداً لنظرية الاحتياجات والدوافع، وحاول تقديم الحاجات وترتيبها من الأكثر أهمية إلى الأقل؛ حيث أن الفرد لا ينتقل إلى الحاجة الثانية إلا بعد تحقيقه للحاجة الأولى<sup>28</sup>، فكانت الحاجات البيولوجية هي الحاجة الأساسية والحاجة إلى تحقيق الذات هي الحاجة النهائية والسامية.

أما "كاتز" فقد قدم خمساً وثلاثين حاجة يسعى الجمهور لإشباعها من خلال وسائل الإعلام وتم تصنيفها إلى خمس مجموعات: حاجات معرفية كالحصول على المعرفة والمعلومات، وحاجات عاطفية كالمتعة والمشاعر، وحاجات تكامل الشخصية كالمصداقية والاستقرار، وحاجات الاندماج الاجتماعي كالترافع مع العائلة والأصدقاء، وأخيراً حاجات تفرغ التوتر كالهروب من التوتر والإلهاء<sup>29</sup>، كما حاول "كاتز" تصنيفها إلى أربع فئات أساسية تندرج ضمنها مجموعة من الحاجات وهي<sup>30</sup>:

<sup>27</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص 249.

<sup>28</sup> Maslow abaham, Religion, Values and peak exprience, (new work :penguin1970).

<sup>29</sup> Elhu Katz, Jay G. Blumer and Michel Guevitch, On the use of mass media for important things, American sociological Review, (n38, 1973), pp164, 181.

<sup>30</sup> Mcquail (Denis). Mass Communication Theory, ((1<sup>st</sup> ed) London, sage, 1983), p73.

أ- المعلومات: وتشمل التعلم والتعليم الذاتي، اكتساب الشعور بالأمن من خلال المعرفة، استعلام الجمهور حول الأحداث التي تهمه ضمن محيطه والمجتمع والعالم، محاولة البحث والتماس المشورة في مسائل اتخاذ القرار، اشباع الفضول والاهتمامات العامة.

ب- الهوية الشخصية: تعزيز القيم الشخصية، التماهي مع قيم الآخرين الذين يظهرون بوسائل الإعلام، تعلم واكتساب تقدير الذات، التعرف على نماذج سلوكية جديدة.

ج- الاندماج والتفاعل الاجتماعي: الشعور بالانتماء من خلال التماهي مع الآخرين، التعاطف الاجتماعي وتفهم ظروف الآخرين، التفاعل الاجتماعي والدخول ضمن جماعات من خلال المحادثات، الحصول على بدائل عن الأصدقاء بالواقع الحقيقي، المساعدة في ممارسة أدوار اجتماعية، الحصول على أساليب للتعامل والتفاعل مع الأسرة والأهل والأصدقاء.

د- التسلية: التفرغ العاطفي، المتعة والاسترخاء، الإثارة الجنسية، الهروب والإلهاء من المشاكل والتوتر، ملء الفراغ، الحصول على متعة جمالية وثقافية.

كل الحاجات السابقة يمكن تعديلها وإضافة أخرى نظرا للسياقات الاجتماعية والمحددات النفسية للأفراد، والمدرجات العقيدية والعاداتية والثقافية.