

## المحاضرة السادسة: تابع المداخل النظرية للدراسات الإعلامية

### محتوى المحاضرة:

- المدخل اللغوي
- المدخل الوظيفي
- المدخل السلوكي
- المدخل الاجتماعي

### أهداف المحاضرة:

- تعريف الطالب بالمداخل الإعلامية ليكون على دراية بالأطر النظرية عند اختياره موضوع بحثه
- تمكين الطالب من معرفة خصائص كل مدخل نظري من المداخل الإعلامية

### 1- المدخل اللغوي:

لا يتم دراسة الرسالة الإعلامية بمعزل عن القوائم بالاتصال والمتلقي لأن الدراسة الإعلامية ليست مجرد عنصر من عناصر العملية الإعلامية لكنها نقطة اللقاء بين عناصر العملية الإعلامية فهي التي تربط بين المرسل والمتلقي، وتعد عنصر فعال لإكمال العملية الاتصالية، وهي المنبع الحقيقي للغة قصد القيام بالاتصال باعتبارها المنبه الرئيسي لحدوث الاستجابة من قبل المستقبل لها.

وتظهر أهمية الرسالة الإعلامية في أنها وعاء اللغة التي لا يقف دورها عند حدود الوساطة بين أطراف عملية الاتصال في نقل المعلومات، ولكنها تعمل كمثير ومنبه للفرد لتحقيق استجابة معينة، وهذا المنبه لا يتوفر في شكل الرموز اللغوية سواء كانت لفظية أو غير لفظية، ولكن في المعنى والدلالة الخاصة بهذه الرموز عند أطراف العملية الإعلامية وقدرتها على نقل المعنى المستهدف الى الآخرين واستقبالها بدلالاتها حتى يحدث التوافق في إدراك المعنى والدلالة.

قام الكثير من الباحثين والمفكرين خاصة في مجال اللغة وعلم النفس اللغوي الذي يدرس السلوك الإنساني الإتصالي (اللغوي) بعدة افتراضات ونتائج قصد تفسير عملية الترميز التي تقام بين المرسل والمستقبل، ولعل أهم النظريات التي أعتد عليها في مجال الإعلام والاتصال نظريات المعرفة الإدراكية:

وتعني مدى وعي وإدراك الفرد بمحيطه وهذا ناتج عن التراكم المعرفي لدينا وعن خبرات معرفية وعملية سابقة، ولذلك تأتي صياغة الفرد للرموز اللغوية وتفسيره لها في إطار المدركات المختزنة لدى الفرد والتي تسقط دلالاتها على الأشياء والرموز التي يتعرض لها ويستجيب لها كمنبهات على هذا الأساس .

**نظرية معالجة المعلومات:** والتي تشير إلى أن الفرد لا يتمسك بكل المعلومات التي يتعرض لها ولكنه يتجنب البعض منها بناء على آليات التقديم والتقييم لهذه المعلومات وتجعل الفرد يختار منها البعض وينسى البعض الآخر، وبناء على هذه النظريات نجد الفرد مدركا وواعيا لجزء مميز من المعلومات المصورة التي تتعامل مع ما يسمى بالذاكرة المصورة.

**النظريات الخاصة بالجانب الوجداني للفرد :**

كالإقناع والاستمالة والتشويق ، وهي المداخل الخاصة ببناء الرسالة الإقناعية وما يرتبط بها من اتجاهات مختلفة في اختيار الرموز والمعاني التي تؤثر في البناء المعرفي أو الوجداني للفرد.

ولعل من أشهر النظريات النظرية التفاعلية الرمزية التي جاء بها هاربرت بلومر حيث اهتم بطبيعة العلاقة بين المرسل والمستقبل عن طريقة الرموز ومدى تواصل العمليات الاجتماعية التفاعلية، مما يؤدي حتما إلى نجاح العملية الاتصالية الاجتماعية (ولعل أهم الدراسات الاجتماعية التي تعتمد على هذا المدخل هي تحليل المضمون).

## 2- المدخل الوظيفي:

يعتمد المدخل الوظيفي على المسلمات الخاصة بالنظرية البنائية الوظيفية التي ترى أن المجتمع يتكون من عناصر متزاوجة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها التي تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام . وعلى ذلك اتفق الخبراء على ضرورة تحديد عدد من الوظائف لكل نشاط من الأنشطة المتكررة في المجتمع التي تحافظ على وجوده واستقراره، ومن هذه الأنشطة النشاط الاتصالي الذي يرتبط استمراره بتحقيق لعدد من الوظائف. فالمدخل الوظيفي يرى أن المجتمع يتكون من العديد من الأنظمة والأنساق نظام اجتماعي إقتصادي، تربوي، إعلامي، فالنظام الإعلامي أحد النظم الفرعية أو العناصر الفرعية لبناء المجتمع الذي يقوم بتحقيق عدد من الوظائف الاجتماعية في إطار مفهوم البنائية الوظيفية ، ولعل أول الباحثين الإعلاميين الذي حدد وظائف الاتصال هو **هارولد لازويل 1948** ثم جاء بعده **تشارلز رايت** في التحليل الوظيفي للوسائل الاجتماعية والاتصالية خاصة من ناحية الترفيه مما أدى إلى ظهور باحثين آخرين من بينهم (كاتز، ستيفنسون، ماكويل) كلهم اعتمدوا على تفسير وظائف الاتصال من الناحية النفسية اشباع الحاجات والتسوية لدى الأفراد داخل المجتمع. ولعل من أهم الدراسات الإعلامية التي تعتمد على المدخل الوظيفي هي التي تطرح مشكلات الإشباع والاستخدامات والدوافع والإرضاءات التي تريد تحقيقها وسائل الإعلام والاتصال.

## 3- المدخل السلوكي:

يهتم هذا المدخل ب: خصائص والسمات النفسية لجمهور المتلقين والتي تتمثل في التعرف على (الدوافع والحاجات الخاصة بالمتلقين)، وكذلك يهتم بأنماط السلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام خاصة (خصائص التعرض ومستويات الاهتمام والتفضيل) ثم بناء العلاقة بين الخصائص والسمات النفسية وأنماط السلوك مع وسائل الإعلام والتي يمكن تلخيصها في الأسئلة التالية:

1- لماذا يتعرض الأفراد إلى وسائل الإعلام؟ ولماذا تختلف خصائص التعرض من فرد إلى آخر أو من فئة إلى أخرى من جمهور المتلقين.

2- لماذا يهتم جمهور المتلقين بوسيلة أو وسائل معينة من وسائل الإعلام؟ وكذلك لماذا يهتم بمحتوى معين من محتوى الإعلام؟ ولماذا تتباين مستويات الاهتمام والتفضيل من فرد إلى آخر؟ .

## 3- ماهي أسس بناء العلاقة بين جمهور المتلقين والقائم بالاتصال؟

ونظرا لارتباط هذه الأسئلة بالسلوك الإنساني لكل من القائم بالاتصال وجمهور المتلقين فإن إجاباتها نجدها في علم النفس وعلم النفس المعرفي وعلم النفس الاجتماعي التي تعالج نظرياتها الأبعاد النفسية لهذه العلاقات وبنائها مثل نظريات التعلم ونظريات التوازن المعرفي ونظريات المعرفة الإدراكية ونظريات الدوافع.

ولعل نظريات التعلم هي أول النظريات التي درست السلوك الملاحظ لدى الفرد ، ومن هذا المنطلق اعتمد الباحثون الإعلاميون على هذا المدخل خاصة المدرسة السلوكية بقيادة **الباحث واسطن** الذي يفسر السلوك على أنه

مثير واستجابة ، ولكن كانت هناك العديد من النظريات الإعلامية التي اعتمدت على المدخل السلوكي وأكدت على الأنماط السلوكية للمتلقي مختلفة من وسيلة الى أخرى، ويعود ذلك الى اختلاف على مستوى الإدراك والمعرفة والعقل، مما يؤدي حتما إلى الاختلاف على مستوى التعرض والاستخدام والاشباع التي يمكن أن تحققها وسائل الإعلام والاتصال، ومن أهم الدراسات الإعلامية التي تعتمد على هذا المدخل نجد الدراسات المتمحورة حول وصف السمات النفسية (السلوكية) لجمهور وسائل الإعلام والاتصال.

#### 4 - المدخل الاجتماعي:

حسب دوركايم الإنسان كائن اجتماعي بطبعه وانطلاقا من هذه المقولة يمكن القول أن الفرد في جمهور وسائل الإعلام هو عضو في جماعة اجتماعية يخضع في عملياته الإدراكية لمفهوم الجماعة ويتخذ قراراته في إطار المعايير الاجتماعية لها.

وأصبح مفهوم البعد الاجتماعي في بناء مدركات الفرد وعلاقته بوسائل الإعلام منذ بداية الأربعينيات مدخلا لتفسير السلوك والاستجابة إلى وسائل الإعلام، وبدأت تستقر في الإعلام الفروض الخاصة بتدفق المعلومات على مرحلتين وتأثيرات قادة الرأي في انتقال المعلومات من وسائل الإعلام الى الأفراد وأصبح هذا المدخل إطارا نظريا ، ولعل العديد من الباحثين في جل المجالات خاصة الاتصال يعتبرون أن علاقة المتلقي بوسائل الإعلام والاتصال لها بعد اجتماعي اتصالي ينتج من خلال مختلف أنماط السلوكيات الحاصلة للمتلقي، واهتموا أغلبهم بالمدخل الاجتماعي وتحديد تفسير السلوك الاجتماعي وبالتفاعل الاجتماعي ومن بينهم " وبلبورشرام وكذا ريلبي وريلي ، اليكس تان ..... "كلهم اهتموا بتفسير تأثير وسائل الاتصال على السلوك الاتصالي للمتلقي في إطار اجتماعي (البيئة الاجتماعية).

ومن بين النظريات نجد النظريات الاجتماعية منها نظرية البناء الاجتماعي بالإضافة إلى نظريات ثقافية ساهمت في تفسير بعض السلوكيات الخاصة بالجمهور، ولعل أهم الدراسات الإعلامية التي تعتمد على هذا المدخل هي حل الدراسات التي تطرح مشكلات حول السمات الاجتماعية للمتلقي، أو بمعنى آخر ظاهرات إعلامية في إطار اجتماعي.