

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الموصل
كلية الآداب
قسم الإعلام



اسم المادة : نظريات الاتصال
اسم التدريسي : أ. م. د. عبد الرزاق صالح محمود
المرحلة الدراسية: الثانية
العام الدراسي: 2024 - 2025

اسم المحاضرة : نظريات الاتصال

نظريات الإعلام الجديد نظريّة المجال العام:-

ظهرت نظرية المجال الاتصالي العام كنظرية اجتماعية وسياسية على يد الفيلسوف وعالم الاجتماع الألماني يورغن هابرماس عام (١٩٦٢) والذي يعد أهم رواد مدرسة فرانكفورت (النظرية النقدية) والذي وضع نظرية الفعل الاتصالي، وبرزت فكرة هابرماس للمجال الاتصالي العام من تحليله التاريخي لظهور الفراغات الاتصالية على مدار الوقت، وأصبح مفهوم المجال الاتصالي العام مؤثراً في المناظرات التي تتعلق بكيفية خلق هيكل واحتواها لضمان حرية الاتصال لدى الناس. والمجال الاتصالي العام المثالي هو الفراغ المؤسس المضمون الذي يستطيع فيه الناس أن يتصلوا

دون أن يكون اتصالهم مشوهاً لا بالتهديد ولا بالقوة. وكانت الأماكن الاجتماعية في القرن التاسع عشر مثل المقاهي والحانات في كل أنحاء بريطانيا تشبه ما أسماه هابرماس المجال الاتصالي العام، لأنها كانت أماكن يتم فيها مناقشة الأمور التجارية المهمة وغير المهمة، دون المحادثات السياسية التقليدية. ولم يكن مسموحاً للنساء ارتياز هذه الفراغات الاتصالية بشكل خاص، وإذا سمح لهن كن يعملن كمضيفات، ولا يتدخن في المحادثة.

ويكون المجال العام وفقاً لرؤيه هابرماس من مجموعة من الأفراد يجتمعون معاً لمناقشة القضايا العامة في الأماكن العامة كالمقاهي والنواحي وغيرها، وهذا المجال قد يكون اجتماعي أو سياسي، وبعدها تحول المجال العام مع ظهور وسائل الإعلام التي استبدلت التفاعلات الشخصية بنموذج آخر أحادي الاتجاه، أو بعبارة أخرى اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الإذاعية بدلاً من المشاركة في المنظمات المجتمعية العامة، ولكن هابرماس أعرب عن انتقاده لتمثيل وسائل الإعلام للمجال العام، لأنه رأى أن تدفق المعلومات من خلالها يتم بشكل أحادي الاتجاه، لأنها لا تعطى للجمهور فرصة حقيقة للمشاركة في الحوار والتفاعل. ومع تطور وسائل الاتصال وظهور شبكة الإنترن特 بُرِزَ على الساحة مجال عام جعل الأفراد يصلون بشكل مباشر لمنتدى عالمي يمكنهم من التعبير الحر، والمناقشة المفتوحة دون وساطة أو اختيار أو رقابة. وساهمت الشبكات الاجتماعية وتطبيقاتها كالفيسبوك وتويتر ويوتوب في خلق مجال عام سهل تبادل المحتوى الإلكتروني، كما أصبحت وسيلة للتعبير عن الاحتجاجات الطلابية والجماهيرية كما حدث في بريطانيا عام (٢٠١٠)، إلى جانب الدور الهام الذي لعبته أثناء اندلاع ثورات الربيع العربي، فالمناقشات السياسية التي تجري عبر وسائل الإعلام الاجتماعي ركزت على قوة الاحتجاجات الجماهيرية، لذا فالشبكات الاجتماعية عملت على دعم المجتمع المدني والمجال العام إذ أشارت العديد من الدراسات لأهمية الشبكات الاجتماعية في متابعة الأداء الحكومي من قبل الأفراد والحصول على المعلومات السياسية، وفهم الواقع السياسي بأبعاده المختلفة، إلى جانب تمكين المواطنين من اتخاذ القرارات بشأن أحد المرشحين أو السياسيين أو القضايا والمشاركة بفاعلية في المناقشات السياسية.

ويعتقد هابرماس أن المجال العام في المجتمعات الغربية نشأ أول الأمر في الصالونات والمقاهي في لندن وباريس وعدد من المدن الأوربية الأخرى، وكان الناس يلتقيون في هذه الأماكن يناقشون قضايا الساعة من خلال ما يقررون في النشرات والصحف التي بدأت بالصدور آنذاك. واكتسبت المناقشات السياسية أهمية خاصة رغم قلة عدد المشاركين فيها، إلا أن الصالونات أدت دوراً حيوياً في نمو الديمقراطية في مراحلها الأولى، لأنها أتاحت الفرصة لتداول الآراء وتبادلها حول

القضايا السياسية من خلال النقاش العام والواقع الجديد الذي يتتألف من صور خليطة ومتدخلة تكتسب معانيها ودلائلها من صور مشاهد أخرى ترتكز مرجعيتها الأساسية إلى واقع خارجي. وأدى انتشار وسائل الإعلام الجماهيرية وسطوة صناعة الترفيه الجماهيرية إلى تشويه طبيعة المجال العام إلى حد بعيد، إذ أن المجال الاتصالي العام الحديث يقع تحت سيطرة المصالح التجارية والتلفيقي الجماهيري والتكنوقراط، ولم تعد مناقشة القضايا السياسية مرهونة بما يدور في وسائل الإعلام والبرلمانات في ظل تجذر سطوة المصالح التجارية والاقتصادية وهيمتها على الصالح العام.

وأشارت نظرية المجال الاتصالي العام إلى أن هناك أربعة فرضيات لتشكل المجال العام وهي:
الفرضية الأولى: إتاحة حيز ما للأفراد يمكنهم من المناقشة وال الحوار حول القضايا الهامة، وتبادل المعلومات والآراء، بناءً على مبدأ المساواة، فالمستوى الاجتماعي والاقتصادي لديهم لم يمثل شرط من شروط المشاركة في الحوار.

الفرضية الثانية: ترى أن كثرة وتعدد الجماهير في مجالات عامة متعددة بيتعد عن فكرة المجال العام الديمقراطي الذي ينبغي أن يكون مجال عام واحد شامل يربط بين جميع الأفراد في المجتمع.

الفرضية الثالثة: ترى أن النقاش الذي يتم في المجال العام، ينبغي أن يقتصر على الاهتمام بالحوار عن القضايا العامة الشائعة المعنية بالصالح العام.

الفرضية الرابعة: ترى أن إطار العمل الديمقراطي للمجال العام يتطلب انفصال تام بين المجتمع المدني والدولة.

مفهوم المجال العام:

ينص مفهوم المجال العام على أنه المساحة التجريبية التي يتتقاض من خلالها المواطنين والجماعات المجتمعية المتباينة، ويتجاذبون حول مختلف القضايا والاهتمامات العامة، ووفقاً لهذه الرؤية فإن المجال العام يفترض وجود مناقشات مفتوحة لكل الاهتمامات العامة، التي يمكن من خلالها أن يوظف الجدل العقلاني المنطقي للتأكد من تحقيق المصالح العامة، فالمجال العام يحث على حرية التعبير وال الحوار والمناقشة، ويفكك على حق المشاركة بحرية في صنع القرار السياسي في المجتمع، ويشجع المهمشين على الانخراط في الحوار العام حول مختلف القضايا والمواضيع.

وحدد هابرماس ثلاثة سمات أساسية لتعريف المجال العام هي: أن المجال العام يتشكل من خلال المناقشات حول قضية أو موضوع ما، كما أنه يتيح مساحة من الحرية بما يسمح للأفراد الذين

تم استبعادهم من المشاركة في تلك المناقشات والتعبير عن الرأي، كما أن القضايا المطروحة عبر المجال العام يتم مناقشتها بناءً على أهميتها بصرف النظر عن المكانة الاجتماعية للفرد المشارك. ويقسم هابرماس النظام الاجتماعي إلى ثلاثة أنظمة فرعية هي: النظام السياسي ثم الأنظمة الوظيفية كالتعليم والصحة والخدمات، وأخيراً المجتمع المدني، ويعمل المجال العام هنا على ربط وتوثيق حالة التفاعل بين هذه الأنظمة إذ يتمتع هذا المجال بالاستقلالية.

معايير تشكّل المجال العام: أشار هابرماس أن نجاح المجال العام يعتمد على:

- ١- مدى الوصول والانتشار قريبة من فكرة العالمية.
- ٢- درجة الحكم الذاتي: يجب أن يكون المواطنون أحرازاً، ويخلصون من السيطرة والهيمنة والإجبار.
- ٣- فض الهيكلية: فكل فرد يشارك على قيم المساواة.
- ٤- أن يكون دور القانون واضح وفعال.
- ٥- المساواة في المشاركة.
- ٦- وجود سياق اجتماعي ملائم.
- ٧- الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي.

كما تؤكد نظرية المجال العام على مفهومين أساسيين هما:

- ١- مفهوم عدم انفصال الفرد عن الجماعة: فذات الفرد في المجال العام غير منفصلة عن الجماعة التي يستطيع الاندماج معها عبر الشبكة، فالفرد العقلاني المستقل هو لُب فكرة المجال العام.
- ٢- تشتت الخطاب: فالخطاب المُقدم عبر ساحات النقاش حول المجال العام يتميز بقدر من التجزؤ، وأحياناً التشتت، ويمكن أن يعتمد على مقولات وأطروحات لا ترتبط بعضها البعض ليعبر بشكل واضح عن فكر ما بعد الحداثة الذي يعلي من قيمة الفرد في مواجهة المؤسسة.

الانتقادات الموجهة لنظرية المجال العام:

- وقد تعرضت رؤية هابرماس حول المجال العام إلى العديد من الانتقادات ومنها ما يأتي:
- أن نظرية المجال العام تنطبق على فترات بعينها من التاريخ الأوروبي، قبل أواخر القرن الثامن عشر، وهذا بدوره جعل من تصور هابرماس للمجال العام ضيق للغاية.

- ركز هابرماس في تكوين المجال العام على الطبقة البرجوازية، وتجاهل الطبقات الشعبية الأخرى التي وُجدت من القرن السابع عشر للقرن التاسع عشر، مثل طبقة العمال، والبوليتاريا، فقد شمل المجال العام المتعلمين والأغنياء، واستبعد المرأة والجماعات المهمشة، وبالتالي لم تكن هناك فرص متساوية في التعبير.

- إن تطور النظام الرأسمالي قد كشف عن العديد من المشكلات التي ترتبط برأيه هابرماس للمجال العام، فمن الملاحظ أن نمو الرأسمالية قد صاحبها العديد من المشكلات والتناقضات الاقتصادية، وهذه الأخيرة تمثل في حد ذاتها صعوبات أمام نموذج المجال العام، فالبرجوازية التي استخدمت المجال العام كوسيلة للتحرير والتغيير السياسي، تُظهر الآن ميلاً إلى تكيف المجال العام مع الظروف المتغيرة من أجل إخفاء التناقضات القائمة بين مصالحها الخاصة ومصالح المجتمع العامة، فضلاً عن أنه بمجرد ظهور التناقضات الاجتماعية داخل المجال العام، فإن الحوار يفقد سمة المناقشة العقلانية الخالية من السلطة والسيادة، وهنا تظهر عملية اختراق ما بين كل من الدولة والمجتمع وبشكل متزايد وبالتالي فإن هذا الاختراق يُدمِّر أساس المجال العام الليبرالي.

- إن هابرماس قدم صورة مثالية مبالغ فيها عن المجال العام البرجوازي، إذ أنه قائم على المناقشات العقلانية المنطقية، وتجاهل اللاعقلانية التي تؤثر على المناقشة، كما أن الخطابات المقدمة عبر هذا المجال تُعبر عن السلطة الاجتماعية للمشاركين المحملة بأيديولوجياتهم مثل النخب الثرية والبرجوازيين، مما يتولد عنه خطابات مهيمنة تعبَّر عن المصالح الخاصة بالفئات الاجتماعية الأكثر نفوذاً، فهو يمجِّد المجال العام باعتباره عالم تواصلٍ ذاتي قائم على التفاعلات التواصلية.

-أن مصطلح الفصل بين المجالين العام والخاص هو إجراء تعسفي، فالمجال العام يتشكل عبر المجالات الخاصة، كما أن المجال الخاص يتكون من المجالات العامة، ونجد أن بناء المجال الاجتماعي يعتمد على التفاعل والتكامل بين المجالات العامة وال الخاصة أياً كانت درجة الاختلاف داخل هذا الهيكل الاجتماعي المُشكَّل، فترتبط النظام الاجتماعي ببنية من ترابط الأعمال الاجتماعية بداخله، فالأعمال متعددة السياق تتجاوز التفرقة بين الجمهور العام والخاص، وبالتالي تُسهم في البناء الاجتماعي متعدد الأقطاب لهذا الواقع الاجتماعي.

الحتمية التكنولوجية والعلمة المفرطة:

يمكن تلخيص الحتمية التكنولوجية بأنها الإيمان بالเทคโนโลยيا كقوة حاكمة رئيسية في المجتمع، مع وجود فرضية أن التطور التكنولوجي يحدد التغيير الاجتماعي، ويغير طريقة تفكير

الناس وكيفية تفاعلهم مع الآخرين، ويمكن وصفه بأنه اقتراح منطقي من ثلاث كلمات التكنولوجيا تحدد التاريخ، والتقدم الاجتماعي مدفوع بالابتكار التكنولوجي، الذي يتبع مساراً حتمياً، وتتحول فكرة التقدم أو عقيدة التقدم حول إمكانية حل المشكلات الاجتماعية بالتقدم التكنولوجي، وهذه هي الطريقة التي يتقدّم بها المجتمع السوي إلى الأمام، ويعتقد مُتبني الحتمية التكنولوجية بأنه لا يمكن لأحدٍ إيقاف التقدم، بمعنى أننا غير قادرين على التحكم في التكنولوجيا أي أننا ضعفاء إلى حدٍ ما، وأن المجتمع يسمح للتكنولوجيا بإحداث تغييراتٍ اجتماعيةٍ نوعيةٍ في حين تفشل تلك المجتمعات في إدراك البدائل للقيم المضمنة فيها كالتكنولوجيا.

يمكن تعريف الحتمية التكنولوجية على أنها نهج يحدد التكنولوجيا أو التقدم التكنولوجي، كعنصرٍ سببيٍّ مركزيٍّ في عمليات التغيير الاجتماعي مع استقرار التكنولوجيا، يميل تصميمها إلى إملاء سلوكيات المستخدمين وبالتالي تقليل الفاعلية البشرية، لكن هذا الموقف يتجاهل الظروف الاجتماعية والثقافية التي تم فيها تطوير التكنولوجيا، وسبق لعالم الاجتماع كلود فيشر (١٩٩٢) أن حدد أبرز أشكال الحتمية التكنولوجية بأنها مقاربات "كرة البلياردو"، إذ يُنظر إلى التكنولوجيا على أنها قوةٌ خارجيةٌ يتم إدخالها في موقفٍ اجتماعيٍّ، مما ينتج عنه سلسلة من التأثيرات المرتدة.

تفترض نظرية الحتمية التكنولوجية أن تكنولوجيا المجتمع تتقدم باتباع منطقها الداخلي الخاص بالكفاءة، مع تحديد تطور البنية الاجتماعية والقيم الثقافية، وبالتالي فإن التقدم التكنولوجي هو في الأساس قوةٌ مناهضةٌ للديمقراطية، ويُعتقد أن هذا المصطلح يعود إلى عالم اجتماع واقتصادي أمريكي هو ثيرستون فيبيلين (١٨٥٧-١٩٢٩)، مع ملاحظة أن أول تفصيل رئيسٍ لوجهة نظر الحتمية التكنولوجية للتنمية الاجتماعية والاقتصادية جاءت من الفيلسوف والاقتصادي الألماني كارل ماركس، الذي جادل في أن التغيرات في التكنولوجيا وبالتالي التكنولوجيا الإنتاجية تحدث من خلال التأثير الأساس على العلاقات الاجتماعية البشرية والهيكل التنظيمي، وأن العلاقات الاجتماعية والممارسات الثقافية تدور في النهاية حول القاعدة التكنولوجية والاقتصادية لمجتمع معين، وبذلك أصبح موقف ماركس جزءاً لا يتجزأ من المجتمع المعاصر، وانتشرت فكرة أن التقنيات سريعة التغير تغير حياة الإنسان على الرغم من أن العديد من المؤلفين ينسبون هذا الرؤى للتاريخ البشري تقنياً إلى كارل ماركس، رغم أن بعضهم يتساءل إن كان ماركس نفسه حتمياً.

وكان كلارنس أيريس أحد أكثر منظري الحتميات التكنولوجية تطرفاً، وكان من أنصار نظرية فيبيلين في القرن العشرين، واشتهر بتطوير الفلسفات الاقتصادية، لكنه عمل أيضاً بشكلٍ وثيقٍ مع فيبيلين الذي صاغ نظرية الحتمية التكنولوجية، ومن نظرياته البارزة مفهوم "السحب التكنولوجي" إذ

يشرح التكنولوجيا كعملية ذاتية التوليد والمؤسسات على أنها احتفالية وهذا المفهوم يخلق حتمية تكنولوجية مفرطة في هذه العملية، تسعى إلى إظهار التطورات التقنية أو وسائل الإعلام أو التكنولوجيا ككل، على أنها المحرك الرئيس في التاريخ والتغيير الاجتماعي، إنها نظرية يؤيدها أصحاب مبدأ "العلمة المفرطة" الذين يزعمون أن التوافر الواسع للتكنولوجيا، يجعل العولمة المتسرعة أمراً لا مفر منه، لذلك يصبح التطور التكنولوجي والابتكار هما المحرك الرئيس للتغيير الاجتماعي أو الاقتصادي أو السياسي، في حين لا يعتقد الملتزمون الصارمون بالحتمية التكنولوجية أن تأثير التكنولوجيا يختلف بناءً على مقدار التكنولوجيا المستخدمة أو التي يمكن استخدامها، بدلاً من اعتبار التكنولوجيا جزءاً من طيف أكبر من النشاط البشري، بل ترى أن التكنولوجيا هي الأساس لجميع الأنشطة البشرية.

ويعتقد مارشال ماكلوهان أن الطباعة ساعدت في إنتاج الدولة القومية، إذ تم نقل المجتمع البشري من ثقافةٍ شفهيةٍ إلى ثقافةٍ متعلمةٍ مدونةٍ ولكنها قدم أيضاً مجتمعاً رأسمالياً يؤكد وجود تمييز طبقيٍ واضحٍ وفرديٍ ظاهرٍ، إن المطبعة والكمبيوتر والتلفزيون ليست مجرد آلات تنقل المعلومات، إنها استعارات يمكننا من خلالها تصور الواقع بطريقةٍ أو بأخرى، وهذا ما غير عمليات تصنيف العالم من أجلنا وتسلاسله وتأطيره وتكبيره وتصغيره، مثلاً أحدث تغييراً فيما هي عليه المجتمعات الآن، من خلال هذه الاستعارات الإعلامية، لذا فنحن لا نرى العالم كما هو في حقيقته، بل نراه وفق أنظمة الترميز لدينا، هذه هي قوةٍ شكل المعلومات في حياتنا اليوم وغداً.

مارشال ماكلوهان ونظرية الحتمية التكنولوجية في وسائل الإعلام:

تعد نظرية ماكلوهان التكنولوجية لوسائل الإعلام من النظريات الحديثة التي ظهرت عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، وفي الوقت الذي يؤمن فيه ماكلوهان بما أسماه بـ(الحتمية التكنولوجية)، يبقى السؤال هل تلغي هذه الحتمية شعور الإنسان بأنه مخلوقٌ له كيانٌ مستقلٌ قادرٌ على التغلب على هذه الحتمية التي تنشأ نتيجة تجاهل الناس لما يحدث حولهم، إذ توثر الاحتراعات التكنولوجية المهمة تأثيراً كبيراً على المجتمعات، هذا الاتجاه المعاكس بين حتمية التكنولوجيا والاستقلالية عنها، يطرح استفهاماً آخرًا: هل يمكن اعتبار التغير التكنولوجي حتمياً لا مفر منه؟، ليجيب ماكلوهان عن ذلك في أنه إذا فهمنا عناصر التغير يمكن السيطرة على التكنولوجيا واستخدامها في الوقت الذي نريده بدلاً من الوقوف في وجهها، ولكن السؤال الأهم الذي يجيب عليه ماكلوهان: هل يمكن أن تعالج وسائل الإعلام مشكلات المجتمع، فيوضح أن وسائل

الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعته (أي المجتمع) وكيفية معالجة مشكلاته، وأي وسيلة أو امتداد للإنسان تشكل ظروفاً تؤثر على الطريقة التي يفكر بها ويعلم وفقاً لها.

وترى نظرية ماكلوهان بين الرسالة والوسيلة الإعلامية، ففي الوقت الذي يرى فيه بعض الباحثين الإعلاميين أن الوسيلة هي المحددة لنوعية الاتصال وتأثيره، فإن ماكلوهان يرى أن الوسيلة هي الرسالة، مبيناً أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تقنيات الوسائل الإعلامية، فال الموضوعات والجمهور يؤثرون على ما تقوله تلك الوسائل، ولكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال، وإذا تطرقنا إلى المراحل الأربع المطروحة من قبل ماكلوهان حول تطور التاريخ الإنساني: الشفوية ما قبل التعلم أي: مرحلة ما قبل التعليم أو المرحلة القبلية، والكتابة أو النسخ التي ظهرت في اليونان القديمة واستمرت لنحو ألفي عام، وعصر الطباعة الذي استمر من عام (١٥٠٠) وحتى عام (١٩٠٠) تقريباً، وعصر وسائل الإعلام الإلكترونية الذي بدأ عام (١٩٠٠) تقريباً ولم يزل مستمراً حتى الوقت الراهن، سنرى أن ماكلوهان يشير إلى أن طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة تساعده على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على التشكيل، ويرى ماكلوهان في نظريته أن الكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات والجمهور الذي توجه له رسالتها يؤثرون على ما تقوله تلك الوسائل، ولكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال.

ويقسم ماكلوهان وسائل الاتصال إلى (باردة، وساخنة)، ويقصد بالأولى: التي تتطلب من المستقبل جهداً إيجابياً في المشاركة والمعايشة والاندماج فيها مثل الكتابة والهاتف والتلفزيون، والتي تتطلب من المستقبل جهداً إيجابياً للمشاركة والمعايشة والاندماج معها، ويقصد بالثانية: هي الوسائل الجاهزة المحددة نهائياً فلا يحتاج من المتلقى بذل جهد أو مشاركة أو معايشة، مثل: الطباعة والإذاعة والسينما، إذن فهي الوسائل الجاهزة ومحددة الأبعاد نهائياً، وهي لا تحتاج من المشاهد أو المستمع إلى أي جهد بذله للمشاركة أو المعايشة.

ماكلوهان وتوضيح الحتمية التكنولوجية:

لقد أعطى ماكلوهان مثال المصباح الكهربائي لتوضيح ذلك وباستخدام تعريفٍ واسعٍ، زعم ماكلوهان أن المصباح الكهربائي هو شكلٌ من أشكال الوسائل ولكنه بلا محتوى، فلا توجد رسالة

موجّهة إلى المصباح الكهربائي ولكنه يغير العالم من حوله بشكلٍ جزئي، وبالتالي يمكن ويشجّع و يجعل أشكالاً مختلفةً من التفاعل البشري قديمةً، فالمصباح الكهربائي هو شكلٌ من أشكال الوسائل بلا محتوى إذ يخلق شكلًا جديداً من البيئة دون قول أي شيءٍ يغيّر المصباح الكهربائي منا وكيف ننظم وقتنا ومستوى سلامتنا، ولكنه يغير أيضاً المعرفة والمهارات التي نعتقد أنها مهمة لسؤال دائماً (أيما أسهل إشعال النار أم تغيير المصباح الكهربائي).

ينتقل ماكلوهان من وسائل الإعلام كأدلة لنقل المحتوى إلى بيئة ذات تأثير اجتماعي كبير، ومن هذه النقطة يزعم ماكلوهان في دراسات الإعلام أن التاريخ البشري قد تم تحديده ودفعه إلى الأمام إلى حدٍ كبيرٍ من خلال التغييرات في وسائل الإعلام التي تم بناء المجتمع حولها، وهذا يعني أن التاريخ لا يحرّكه الفعل البشري بل التغيير التكنولوجي، مما جعل ماكلوهان حتمياً تكنولوجياً، شخصٌ يعتقد أن التاريخ والسلوك البشريين يتهددان إلى حدٍ كبيرٍ من خلال التغييرات في التكنولوجيا.

عندما نقترب من الإنترن特 ووسائل التواصل الاجتماعي يسألنا ماكلوهان كيف غير الإنترنط التاريخ والسلوك البشري أكثر من كيفية استخدامنا له، إنه مهمٌ أكثر بكيفية تأثير التكنولوجيا علينا بدلاً من كيفية تأثير البشر عليها من منظور المهنة، قد نفكر في الإنترنط على أنه يوفر مجموعةً متنوعةً من الاستخدامات مثل الوصول إلى المعلومات وزيادة رأس المال الاجتماعي والسامح لنا بتقديم هوياتنا بطرقٍ جديدةٍ وما إلى ذلك، سيطرح علينا ماكلوهان مجموعةً مختلفةً من الأسئلة التي لا تقل أهميةً، ولكن غالباً ما يتم تجاهلها، مثل.. كيف تؤثر السرعة المتزايدة للمعلومات على حياتنا؟، ما هو التأثير النفسي لكوننا معرضين باستمرار؟، ما هي تجربة العيش داخل عصر المعلومات الجماهيرية؟، إن فهم تجربة التواجد داخل بيئة عصر الإنترنط أمرٌ حيويٌ لتطوير المهنة مثل الأدوات الجديدة التي يمنحك إياها عصر الإنترنط، قد يشير هذا إلى احتياجاتٍ جديدةٍ للدعم إذ يغير الإنترنط العالم من حولنا وبالتالي من نحن؟، قد يطرح علينا أيضاً سلسلةً جديدةً إذا نظرنا إلى الإنترنط كاحتمالٍ جديدٍ لكيفية تقديم محتوى المهنة والتفاعل مع عملائنا.

وبما أن الكرة الأرضية أصبحت (قريةً عالميةً) فإن ماكلوهان يؤكد أن ذلك أدى إلى ما أسماه (عصر القلق)، إذ توضح نظرية ماكلوهان أن وسائل الإعلام الإلكترونية ساعدت في انكماس الكرة الأرضية وتقلصها في الزمان والمكان حتى وصفت بـ(القرية العالمية)، فزادوعي الإنسان بمسؤوليته إلى درجةٍ قصوى، وهذه الحالة أدت إلى ما يمكن تسميته بعصر القلق، لأن الثورة الإلكترونية الفورية الجديدة تجبر الفرد على الالتزام والمشاركة بعمقٍ.

هذه الرؤية من قِبَل ماكلوهان كانت موضع انتقادٍ وتشكيكٍ من بعض الباحثين في الأعوام الأخيرة، فيرى البعض منهم أن القرية العالمية بحاجةٍ لتعديلٍ يتناسب مع العصر ويتسق مع معطياته، وأشار ريتشارد بلاك إلى أن القرية العالمية لم يعد لها وجودٌ حقيقيٌ في المجتمع المعاصر، موضحاً أن التطور التقني الذي استند إليه ماكلوهان عند وصفه للقرية العالمية استمر في مزيدٍ من التطور، وأدى إلى تحطيم هذه القرية العالمية وتحويلها إلى شظايا، مبيناً أن العالم الآن أقرب ما يكون إلى البناء الضخمة التي تضم عشرات الشقق السكنية يقيم داخلها أناسٌ كثيرون، وكلُّ منهم يعيش في عزلةٍ ولا يدرى عن جيرانه الذين يقطنون معه في البناء.

ويشير ذلك إلى أن التطور التقني كما يؤكد بعض الباحثين، تحول من (التجميع) إلى (التفتيت)، إذ أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة عدداً من خدمات الاتصال المتعددة (اندمجت جميعها في الشبكة العالمية "الإنترنت") مخاطبة الأفراد وتلبية رغباتهم الذاتية، وقد نتج عن هذه التقنية الجديدة تقلصُ أعداد الجماهير التي تشاهد برامج الشبكات الرئيسية وخدمات الإذاعة المسموعة والتلفزيون التي تعمل بنظام البث الهوائي التقليدي، وتقسيراً لرؤية التجميع والتفتيت، فإن الاتجاه الجديد للاتصال وتدفق المعلومات عالمياً بدأ يتجه نحو اللامركزية في الاتصال، إذ يقدم رسائل متعددة تلامع الأفراد والجماعات، من خلال مظهرٍ يتحكم فيه المرسل آخر يتحكم فيه المستقبل، بعد أن ظل الاتجاه السابق لوسائل الاتصال الجماهيرية يميل إلى توحيد الرسائل وتعدد الجماهير المستقبلة، هذه الرؤى حول ما طرحته المعارضون لبعض روئي ماكلوهان لا تلغى أن نظريته تعد من أكثر النظريات الإعلامية وضوحاً في الرابط بين الرسالة والوسيلة الإعلامية.

نظريَّة انتشار الابتكارات لإيفرت روجرز

مقدمة:

على مرِّ العصور ظهرت العديد من الابتكارات والنظريات التي ساعدت في تقدم وتنمية المجتمعات، فمنذ القِدَم والمجتمعات تتتطور بسبب أفكار وابتكارات مفكرين ومخترعين ساهموا في تنمية المجتمعات وكان بعض هؤلاء المبتكرین يواجهون صعوبات في الطريقة التي يعرضون فيها أفكارهم وابتكاراتهم على المجتمع فبعض المجتمعات لا تقبل هذه الأفكار والابتكارات ويصررون على بقاءهم في الخلف دون الأخذ بهذه الأفكار والابتكارات ويعتقدون أنها أفكار دخيلة على المجتمع تتعارض مع عاداتهم وتقاليدهم، وهناك مجتمعات أخرى تقبَّلت هذه الأفكار وساهمت بانتشارها في

المجتمع، لكن السؤال الذي يطرح نفسه هو كيف تنتشر هذه الأفكار والابتكارات في المجتمع وكيف يستقبلها.

المحتوى:

درست هذه الظاهرة من قبل العديد من المفكرين منذ أواخر القرن التاسع عشر للميلاد، ومن هؤلاء المفكرين غابرييل تارد الفرنسي و فريديريك راتزل الألماني وليو فوربينيوس النمساوي، إلى أن أتى ايفرت روجرز البروفسور في علم الاجتماع وألف كتاباً يُدعى انتشار الابتكارات بعد أن اعتمد على (٥٠٨) دراسة، تشرح نظرية الابتكار كيف ولماذا وبأي سرعة تنتشر الابتكارات والتطورات العلمية والاجتماعية في المجتمعات، وبني أفكاره على الأمثلة التي قدمها أحد الباحثين مثل انتشار طوابع البريد وتوحيد الأعراف الأخلاقية في المدارس.

العناصر الأساسية في انتشار نظرية الابتكارات:-

أولاً: التعاون:-

قدم روجرز التعريف الآتي للابتكار: بأنه "فكرة أو ممارسة أو مشروع يراه فرد أو وحدة أخرى من التبني على أنه جديد"، وربما تم اختراع الابتكار منذ وقت طويل، ولكن إذا عد الناس جديداً، يظل ويبقى ابتكاراً، وترتبط حادة التبني ارتباطاً وثيقاً بالخطوات الثلاث لعملية قرار الابتكار ألا وهي (المعرفة، والإقناع، والقرار).

علاوة على ذلك أكد روجرز أن هناك نقساً في أبحاث النشر حول مجموعات التكنولوجيا، ووفقاً لكلامه "ت تكون المجموعة التكنولوجية من عنصر واحد أو أكثر من عناصر التكنولوجيا التي يمكن تمييزها والتي يُنظر إليها على أنها مترابطة بشكل وثيق"، "عدم اليقين هو عائق كبير أمام تبني الابتكارات الجديدة"، "يمكن أن تكون عواقب الابتكار غير متوقعة"، "النتائج هي التغييرات التي تحدث في الفرد أو النظام الاجتماعي نتيجة لاعتماد أو رفض الابتكار"، ويجب اطلاع الأفراد على مزايا وعيوب الابتكار حتى يكونوا على دراية بجميع عواقبه، فضلاً عن تأكيد روجرز أنه يمكن تصنيف النتائج على أنها مرغوبة مقابل غير مرغوب فيها، ومبشرة مقابل غير مباشرة، ومتوقعة مقابل غير متوقعة.

ثانياً: قنوات الاتصال:-

وهي العنصر الثاني في عملية نشر الابتكارات، والتواصل وفقاً لروجرز هو "عملية يخلق فيها الأشخاص المعرفة ويشاركونها مع بعضهم البعض من أجل الوصول إلى فهم مشترك"، ويتم هذا الاتصال عبر القنوات بين المصادر، والمصدر وفقاً لما يذكره روجرز "هو إنسان أو كيان يُنشئ رسالة"، والقناة هي مسار تأخذه الرسالة من أصلها إلى وجهتها، ويؤكد روجرز أن الانتشار هو نوع من الاتصال يتضمن عناصر الاتصال الآتية (الاختراع ، شخصان أو وحدات أخرى للتبني ، وقناة اتصال).

وهناك طريقتان للاتصال هما وسائل الإعلام والتواصل بين الأشخاص، تشمل قنوات الإعلام الجماهيري وسائل الإعلام مثل التلفزيون والراديو والصحف، ومن جهة أخرى تتضمن القنوات الشخصية اتصالاً ثنائياً الاتجاه بين شخصين أو أكثر.

ثالثاً: الزمن:-

يشير روجرز (٢٠٠٣) إلى أن معظم الأبحاث السلوكية تتجاهل عامل الوقت، وهو يدعى أن دمج البعد الزمني في دراسات الانتشار يوضح إحدى مزاياها، فالبعد الزمني موجود في عملية نشر الابتكار، وتصنيف المتبني، ومعدل التبني.

رابعاً: النظام الاجتماعي:-

وهو المرحلة الأخيرة من عملية الانتشار، ووصف روجرز النظام الاجتماعي بأنه "مجموعة من الوحدات المتربطة المنخرطة في حل المشكلات بشكل تعاوني لتحقيق هدف مشترك"، ويرى روجرز أن انتشار الابتكارات يتأثر بالبنية الاجتماعية للنظام الاجتماعي لأنها تحدث في النظام الاجتماعي (الهيكل)، الذي يُعرِّفه روجرز على أنه التجمعات النمطية لمكونات النظام، ومضى يقول أن طبيعة النظام الاجتماعي تؤثر على إبداع الناس، وهو المعيار الأساسي لتحديد المتبنيين. وقد قال روجرز في كتابه انتشار الابتكارات أن انتشار الابتكارات تمر على خمسة مراحل لاتخاذ القرار، وتحصل هذه القرارات في سلسلة من القنوات الاتصالية على فترة من الوقت بين مجموعة وحدات في نظام اجتماعي مشابه، وقد يرفض الشخص الابتكار في أي مرحلة من هذه المراحل، وتتقسم هذه المراحل إلى خمسة أجزاء هي:-

المعرفة أو العلم	في هذه المرحلة الشخص يتعرض لمعلومات مبسطة للاختراع ولكن ليس لديه أي قابلية للبحث عن المزيد من المعلومات للاختراع.
------------------	---

<p>في هذه المرحلة يبدأ اهتمام الفرد بهذا الاختراع ويبدأ بالبحث عن معلومات وتفاصيل حوله.</p>	الاقتناع
<p>يفكر الفرد في هذه المرحلة في مبدأ التغيير ويدرس المزايا والسيئات الناتجة عن استخدام هذا الابتكار ويقرر بعدها تقبل أو رفض الابتكار.</p>	اتخاذ القرار
<p>يستخدم الفرد الابتكار في هذه المرحلة بطريقة تختلف تبعاً للموقف، ويحدد على هذا الأساس مدى فائدة الابتكار وربما يبحث عن معلومات أكثر أيضاً.</p>	التطبيق
<p>يقرر الفرد بشكل نهائي في هذه المرحلة الاستمرار في استخدام الابتكار، كما أن هذه المرحلة تأكيد ذاتي، لذا ربما تخلق تناشراً معرفياً، وتأكيداً بين عدة أشخاص أيضاً على أن المجموعة اتخذت القرار الصائب</p>	التأكد

وقد ذكر روجرز أيضاً خمسة خصائص تسهم في اتخاذ القرار ويجب التفريق بين خصائص اتخاذ القرار ومراحل اتخاذ القرار، وهذه الخصائص هي:-

- ١- **الأفضلية**: مدى تطور الابتكار على الابتكار السابق له.
- ٢- **التوافق**: مدى توافق الابتكار في حياة الشخص المستخدم له.
- ٣- **الصعوبة أو السهولة**: إذا كان الابتكار معقداً جداً فلن يلقى الاهتمام الكبير وإن كان مبسطاً جداً فلن يلقى الاهتمام الكبير أيضاً.
- ٤- **التجربة**: مدى سهولة تجربة الابتكار فإن كان سهلاً للتجربة سوف تزيد فرصة التبني لهذا الاختراع أو الابتكار.
- ٥- **الملاحظة**: مدى سطوع هذا الابتكار في المجتمع فإن كان ظاهراً سوف يحدث ضجةً في قنوات الاتصال بين الأفراد.

وعرف روجرز مجموعةً لمستخدمي الاختراع كتصنيفٍ شخصيٍ في النظام الاجتماعي، وقسم هذا التصنيف إلى خمسة أقسام كي يوحّد أقسام المستخدمين في أبحاث انتشار الابتكارات وهذه الأقسام هي:-

- ١- **المخترعون (المبتكرون)**: وهم أولئك الذين على استعدادٍ لتحمل المخاطر وأول من جرب أفكاراً جديدة.

- ٢ - المستخدمون الأوائل (**المتبنيون الأوائل**): وهم الأفراد المهتمون بتجربة التقنيات الجديدة وتحديد فائدتها في المجتمع.
- ٣ - الغالبية الأولى (**سن الرشد المبكر**): أولئك الذين هم جزء من عامة السكان ويمهدون الطريق لاستخدام الابتكار في المجتمع السائد.
- ٤ - الغالبية المتأخرة: وهم مجموعة فرعية من عامة السكان تتبع الأغلبية المبكرة في تبني الابتكار كجزء من حياتهم اليومية.
- ٥ - المتأخرن (**المتقاعسون**): هذه الفئة آخر من يستخدم الاختراع على عكس الفئات السابقة كلها ولا تظهر هذه الفئة أى من علامات القيادة، وهؤلاء الأشخاص لا يحبون التغيير ويكونون عادةً كباراً في السن ومتمسكون بالعادات والتقاليد وعلاقتهم مع أقربائهم وأصدقائهم فقط.

الخلاصة:-

ما لا شك فيه أن هذه النظرية تفسّر ظاهرة مهمة وهي كيف يتعامل المجتمع مع الابتكارات والاختراعات أو كل ما هو جديد يظهر على الساحة وكيف تمر هذه الابتكارات في مراحل منظمة ومقسمة ذكرها البروفيسور ايفرت روجرز في نظريته، وهذه النظرية تتوافق مع كيفية تقبل الناس للأفكار والاختراعات وأي شيء جديد يظهر سواءً أكان في شبكات التواصل الاجتماعي أو الإعلام أو غيره، وهذه النظرية ترتبط بعدة علوم مثل علم المعلومات وعلم الاجتماع وعلم النفس وحتى التسويق، ويجب أن يتم تدريسيها أو ذكرها في عدة تخصصات من العلوم الاجتماعية، وحتى يجب أن يتم التركيز عليها في الأبحاث العلمية فهي توضح ظاهرة مهمة في المجتمعات في الوقت الحالي مع ظهور العديد من الاختراعات الجديدة والمتعددة.

نظريّة تحليل الإطار الإعلامي:

وهي من النظريات التي تدرس ظروف تأثير الرسالة، وتقوم على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها، إلا إذا وُضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية، هذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة، وتأطير الرسالة الإعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات، بما يعني أنه عندما يقع حادث معين فالحدث قد لا تكون له دلالة كبرى عند الناس ولكن وسائل الإعلام تصفه في إطار إعلامي من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين حتى يصبح هاماً في قلب الإطار الاجتماعي كله، فعلى سبيل المثال لا الحصر تفسير الحدث في

سياق نزيف الدم المستمر لأرواح الشباب، استهتار السائق أو القيادة بدون رخص، أو في حالة تعاطيه المخدر فوضى الشارع، إهمال رجال الشرطة، فهكذا يستخدم الإعلام جزء من المضمون لوضعه في أساق اجتماعية عامة وهامة ليحدد ويضخم الحدث ثم يبسطه ويضع له الحل.

ويعرف جوفمان الإطار الإعلامي بأنه: بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقتٍ ما، فهي إذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية.

والإطار الإعلامي يحاول أن يشابه ويماثل بين ما يدركه الناس في حياتهم اليومية وبين بناء الرسالة وتشكيلها كما تفعل الوسيلة الإعلامية، بمعنى أن الوسيلة الإعلامية لا تهدف إلى التغيير أو بناء قيم جديدة ولكنها تهدف أكثر إلى الاستفادة من الفهم العام الموجود وكما يرى إنتمان فإن المنظر الأبرز لهذه النظرية هو تأثير الأطر الإعلامية على الرسالة إذ لا يتم عبر تشكيل الإطار بشكل متعمد فقط بل يتحقق بالحذف والتجاهل والإغفال المقصود وربما غير المقصود من القائم بالاتصال أي أن عملية التأثير تؤثر في: (القائم بالاتصال، نص الرسالة، جماهير المتلقين، الإطار الثقافي والاجتماعي).

تلعب وسائل الإعلام ذات الدور الذي تمارسه بعض الأمهات حين تخبر طفليها، ما رأيك... هل تذهب لفراش الساعة الثامنة أو التاسعة؟، وسوف يختار الطفل الساعة التاسعة، وهو ما تريده الأم مسبقاً دون أن يشعر أنه مجبرٌ على فعل ذلك، بل يشعر أنه هو من قام بالاختيار، ونفس الأسلوب يُستخدم في السياسة والإعلام.

إذ تلعب وسائل الإعلام نفس اللعبة في مجتمعاتنا المنكهة بالجهل وانعدام الوعي، ويعود هذا واحداً من الأساليب الكثيرة التي يجعلك لا ترى إلا ما يريده الآخر، وهو أسلوب قوي في قيادة المجتمع والرأي العام من خلال وضع خيارات وهمية تقييد تفكير الطرف الآخر وهكذا الإعلام، دائماً ما يضع الحدث في إطارٍ يدعم به القضية التي يريدها، انتبه لكل سؤالٍ يقال لك أو خبرٍ أو معلومة تصلك فإنه قد يسلبك عقلك وقرارك وقناعاتك، سوف يقيدك كثير من المذيعين إذ يضع ضيفه في الزاوية والصف الذي يريده، فكلما زادوعي الإنسان ومعرفته استطاع أن يخرج من هذه الأطر والقيود، وهذه الأطر هي لعبة الإعلام والسياسة والخطباء والكتاب لكي يقودونك إلى ما يريدون هم لا ما تريده أنت، وخلاصةً فإن هذا الأسلوب يندرج تحت مفهوم أو ما يُعرف بنظرية التأثير.

إن نظرية تحليل الإطار الإعلامي هي نظرية تدرس ظروف تأثير الرسالة، وتقوم هذه النظرية على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها إلا إذا

وُضِعَتْ في تنظيم وسياق وأطر إعلامية، هذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة، وتأطير الرسالة الإعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات، يعني أنه إذا ما وقع حادث معين والحدث لم تكن له دلالة كبرى عند الناس، ولكن وسائل الإعلام وصفته في إطار إعلامي من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين تراه يصبح هاماً في قلب الإطار الاجتماعي كله.

ويعرّف الإطار الإعلامي بأنه: بناءً محدّد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقتٍ ما، فهي إذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية.

والإطار الإعلامي يحاول أن يشابه ويماثل بين ما يدركه الناس في حياتهم اليومية وبين بناء الرسالة وتشكيلها كما تفعل الوسيلة الإعلامية، بمعنى أن الوسيلة الإعلامية لا تهدف إلى التغيير أو بناء قيم جديدة ولكنها تهدف أكثر إلى الاستفادة من الفهم العام الموجود.

أنواع الأطر الإعلامية:

قدّم العلماء عدة أنواع للأطر الإعلامية المرتبطة غالباً بتغطية وسائل الإعلام للأخبار ومن هذه الأطر ذكر ما يأتي:-

١ - **الإطار المحدد بقضية:** إذ يتم التركيز على قضية أو حدث جوانبه واضحة عند الجمهور لأنه حدث مرتبط بوقائع ملموسة عندئذ يركز الإطار على المدخل الشخصي أو تقديم عناصر الحدث وتداعياته (مثل أنفلونزا الطيور، الحدث: انتشار مظاهر الإصابة، نصائح: إجراءات سلوكية وطبية، أدوار وقرارات المسؤولين).

٢ - **الإطار العام:** يرى الأحداث في سياق عام مجرد يقدم تفسيرات عامة للواقع، يربطها بالمعايير الثقافية والسياسية، وقد تكون تقيلة على نفسية المتلقى من الناحية المهنية إلا أنها هامة لفهم المشكلات وتقديم الحلول والإقناع على المدى البعيد.

٣ - **إطار الإستراتيجية:** يرى الأحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر على أمن الدولة القومي، يتلاءم هذا الإطار مع الأحداث السياسية والعسكرية ويركز على قيم عديدة ومتغيرة في المعاني والأفكار ومنها مثلاً:

- مبدأ الفوز والخسارة والتقدم والتأخر والنهضة أو الانهيار.
- لغة الحروب والصراعات والتنافس الوطني والدولي.

- مبدأ النفوذ والقوة ومصادره وأشخاصه ومظاهره.

- تقديم الانجازات الضخمة أو الإخفاقات والانتقادات الكبرى.

٤- **إطار الاهتمامات الإنسانية:** يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية العامة، تُصاغ الرسائل في قوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة.

٥- **إطار النتائج الاقتصادية:** يضع هذا الإطار الواقع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث، يشير للتأثير المتوقع أو القائم على الأفراد والدول والمؤسسات القائمون بالاتصال، يستخدمون الناتج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الناس وأكثر ارتباطاً بمصالحهم مثل (بيع إحدى شركات القطاع العام تتأثر في: علاج الخسائر المادية الحالية، تشغيل رأس المال الفردي، إيجاد فرص عمل جديدة للشباب).

٦- **إطار المسؤولية:** يضع القائم بالاتصال الرسالة للإجابة عن السؤال "من المسئول عن؟"، فالأفراد والمؤسسات والدولة معنيون بمعرفة المسئول عن الحدث وتحديد في شخص أو مؤسسة أو قانون أو سلوك أو حكومة محددة.

٧- **إطار الصراع:** تقدم الأحداث في إطار تنافسي صراعي حاد، فقد تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر هامة في سبيل إبراز سياق الصراع، فتبرز الفساد وعدم النقاوة في المسؤولين، وترى الأشخاص قبل أن ترى الأحداث، وترصد المصالح قبل أن ترصد الأهداف وتقيس الرسالة غالباً بمقاييس الخاسر والرابح والمنتصر والمهزوم وهو بعده يبالغ الصحفيون والمذيعون كثيراً في جعله إطاراً للأحداث.

٨- **إطار المبادئ الأخلاقية:** عرض الواقع في السياق الأخلاقي والقيملي للمجتمع، يخاطب المعتقدات والمبادئ الراسخة عند المتلقين، القائم بالاتصال يرد الحدث ردًا مباشرًا لوعاء المجتمع الأخلاقي، قد يستشهد بالاقتباسات والأدلة الدينية التي تدعم سوقه للواقع أو بالمصادر والجماعات المرجعية التي تؤكد هذا الإطار.

إن وسائل الإعلام تمارس التأثير النفسي عن طريق خلق أنماط مقبولة وهمية هدفها الضغط الفكري والذهني على الجماهير باستعمال المعرفة السيكولوجية لاكتشاف النفسية الاجتماعية من الظواهر والأحداث واستغلال الانفعالات عن طريق العواطف، وبسبب كثرة وسائل الإعلام تملأ عقول المشاهدين بكثيرٍ من المعلومات التي لا ترقى كلها إلى الحقائق.

فالتضليل الإعلامي الذي تتبعه اليوم العديد من القنوات ينبع لأغراض سياسية أو جهل العاملين في وسائل الإعلام أو الضغوطات التي تمارس على الإعلاميين.

وأخيراً يمكن القول أن هذه النظرية كغيرها من النظريات التي يمكن توظيفها بشكل إيجابي أو سلبي، إذ تلعب وسائل الإعلام دوراً أحياناً في توجيه المجتمع نحو فكرة أو هدف محدد تخدم فيه أهداف الدولة وتحقق نتائج مهمة في مسيرتها، أو قد تمارس تأثيراً سلبياً عندما تسعى في رسالتها الإعلامية إلى خدمة أهداف معينة أو نشر الفوضى لخدمة أجندات خارجية.

عناصر الإطار الإعلامي:

يشير إيتمان إلى أن العناصر الأربع في العملية الاتصالية هي: القائم بالاتصال (الصحفى)، والنص، والمتنقى، والثقافة.

١- القائم بالاتصال (الصحفى): قد يُقدم -عن عَمَدٍ أو غير عَمَدٍ- أحکاماً من خلال أطر تَحْكُمها تسمى (مخطوطات) تنظم قيمه ومعتقداته، ويمارس دوراً هاماً في بناء وتشكيل الأخبار من حيث الاختيارات اللغوية، والاقتباسات، والمعلومات التي تقود للتأكد على عناصر أو جوانب معينة في القصة الخبرية، ويؤثّر الصحفيون القصص الخبرية من خلال اختياراتهم التي يقومون بها أثناء كتاباتهم وتحريرهم لتلك القصص، وهذه الاختيارات تؤثر بدورها في الطريقة التي يفسّر القراء القصص من خلالها.

٢- النص: يتضمن الأطر التي تبرز من خلال حضور أو غياب كلمات أساسية، وتراكيب معينة، وصور نمطية، ومصادر المعلومات، والجمل التي تتضمن حقائق وأحكاماً معينة.

٣- المتنقى: إذ قد يعكس تفكير المتنقى واستنتاجه الأطر في النص، ونية أو قصد التأثير لدى القائم بالاتصال، وقد لا يعكس.

٤- الثقافة: وهي مجموعة من الأطر المشتركة المقدمة في خطاب الأفراد أو تفكيرهم في جماعة اجتماعية معينة، وهي كما عرّفها إيتمان بأنها (مجموعة من الأطر التي يتم الاستشهاد بها)، ومن الممكن أن تعرّف إمبريقياً بأنّها (مجموعة من الأطر الشائعة التي تظهر في خطاب وتفكير معظم الناس، أو جماعة اجتماعية معينة)، ويدرك الأخير أنّ التأثير في العناصر أو الواقع الأربع يتضمن وظائف متشابهة هي: الاختيار والإبراز، واستخدام تلك العناصر لبناء الجدل حول المشكلات ومسبباتها، انتهاءً بتقييمها وتقديم حلولٍ لها.

وبصفةٍ عامة تُعد وسائل الإعلام مشاركاً نشطاً في اختيار وتأثير العالم، إذ تنقل ذلك الاختيار من خلال ممارساتٍ ثقافية، وتمثّل شبكاتٍ اتصاليةٍ لتطور الخطاب، مؤديةً ذلك بطرقٍ تبني على أساس عمليات نفسية لغوية مهمة في المعرفة الإنسانية، وتخلق الضغوط الخارجية التي

تعرض لها هذه الوسائل الحاجة إلى تسوية الاختلافات -ليس فقط على مستوى المهنيين في غرف الأخبار- ولكن أيضاً على مستوى ثقافة غرف الأخبار، وقد تمثل الضغوط الخارجية في (المالكين الذي ينطلق حافزهم من الاعتبارات السياسية والاقتصادية).

خطوات تكوين الإطار: تتم عملية التأثير الإعلامي للمضمون من خلال أربع خطوات رئيسة وهي كما يأتي:

- ١- يصدر القائمون بالاتصال أحكاماً واعيةً أو غير واعيةٍ وبطريقةٍ متعهدةٍ أو غير متعهدةٍ على الرسالة من خلال البناءات المعرفية والإدراكية للإعلاميين.
- ٢- تتشكل الرسالة في إطارٍ مهنيةٍ من ناحية الشكل أو المضمون في عباراتٍ ومفاهيم واقتباسات المصدر، ويكون هنا ضمن إطاره المتحكم ليس في ذاته.. بل في الرسالة، فوجود أو عدم وجود صور للحدث أو مساحة النشر والإذاعة، يُسر أو عدم يُسر الحصول على المعلومة والجزء الناتج عن العمل كل هذا وغيره يؤثر في خطوات بناء الإطار.
- ٣- يتوقع المرسل أطراً خاصةً للمتلقي فترشده وتؤثر في عملية التأثير الحالية والمتواعدة.
- ٤- الرسالة المؤطرة تمثل المخزون المشترك لكل خطوات وضع الإطار، هي في الغالب التمثيل المشترك للإطار الاجتماعي العام.

إذن فالإطار الإعلامي ليس الوسيلة الإعلامية (التلفزيون مثلاً) بل هو وليد السياسات والممارسات الإعلامية الموجودة وثقافة القائم بالاتصال ونوع ومصادر الأخبار والاتجاهات الأيديولوجية والثقافية الشائعة ودرجة الحرية السياسية الحاكمة وطبيعة الأحداث وحجمها وارتباطها بالجماهير.

وظائف الأطر وأهميتها: تبرز أهمية الأطر الإعلامية وأهميتها فيما يأتي:

- أ- كشف اهتمام الباحثين بدراسة إنتاج الأخبار والخطاب الإخباري عن أنَّ الصحفيين يعتمدون على التأثير في إنتاج القصص الخبرية، ووفقاً لأولئك الباحثين فإنَّ الصحفيين يحاولون كتابة تقارير إخبارية موضوعية، وتنظيم المادة الإخبارية بطريقة فاعلة، ويسعون إلى المشاركة في عملية التأثير من خلال البناء والتركيب، وإبراز جانب معينة من الواقع، وعزل جوانب أخرى، ويسألُ الباحثون الذين يستخدمون تحليل الإطار بأنَّ علاقاتِ القوة غالباً ما تنعكس في تلك الأطر المبنية، وتفترض بعض بحوث التأثير أنَّ الإطار يمكن أنْ يسيطر على التغطية لفتراتٍ طويلةٍ من الوقت.

ب- تُعرِّف الأطر المشكلات، وتشخّص الأسباب، وتحدّد قوتها التي تخلق المشكلة، وتضع الأحكام أو التقييمات الأخلاقية، وتقيّم العوامل غير المقصودة وتأثيرها، وتقترح المعالجات وتوسّعها، كما تتبنّى بتأثيراتها المختلفة.

ج- يحدد الإطار مدى ملاحظة وفهم الأفراد للمشكلة، وكيفية تقييمهم لها وتصريفهم إزاءها، ويُذكر أنَّ تأثير الأحداث والأخبار في وسائل الإعلام يمكن أن يؤثّر بشكلٍ منظَّمٍ في كيفية فهم المتلقين للأخبار المتعلقة بهذه الأحداث، كما أنَّ تركيز الإطار على إبراز معلوماتٍ معينةٍ يزيد من إمكانية إدراك المتلقي لها، وإدراك معناها ومن ثمَّ معالجتها وتخزينها في ذاكرته.

د- أوضحت أدبيات التأثير تأثيراته القوية في الإدراك الاجتماعي والتفضيلات السياسية للأفراد، ونبع هذا الأمر من خلال دراسة التقارير الصحفية والتلفزيونية، و اختيار الأطر مهم في تحديد مدى قارئية الموضوعات الصحفية.

هـ- توّكّد نظرية الإطار على أنَّ تأثير الأخبار يتّسّطط الطريقة التي يستخدم فيها الناس المعرفة الاجتماعية والخبرات السابقة، ولهذا فإنَّ الافتراض الأساسي في تركيب الرسالة في النصوص الإخبارية قد يُقْدِّم الطريقة التي يستخدم بها الأفراد معرفتهم في تفسيرها.

و- لا يتّسّطط التأثير الصافي للقضايا والأحداث من فراغ، بل يتّشكّل من خلال التأثير بعوامل اجتماعية متعددة تتضمّن العوامل السياسية، ودور المنظمات والحركات الاجتماعية.

ز- تؤثّر الأطر في الاتجاهات من خلال التركيز على قيم وحقائق معينة واعتبارات أخرى، وتمحّها صلة أكبر بالموضوع أو القضية، كما أنَّ وسائل الإعلام تبني أطراً متعددة لتغطية أحداث مختلفة، ويتأثّر ذلك باتجاهات المحرّرين وتأنّير القيم في الأسلوب الذي يكتبوه به.

ح- تقوم الأطر بأدوارٍ إستراتيجية في المؤسسات والحركات الاجتماعية، وتأثّر في السلوك وتجذب الأعضاء والمصادر، كما تساعده في ربط الفرد بالجماعة وقيمها وأيديولوجيتها، وهو الأمر الذي يتوافق مع أنَّ الفكرة التي تقول أنَّ الإطار له قوة اجتماعية.

تُستخدّم المؤسسات والحركات الاجتماعية الأطر في محاولة التأثير في إدراك مبادئ ومعتقدات وأفعال المجموعات المستهدفة على اختلافها، وجزءٌ من هذه القوة يأتي من خلال قدرة وسائل الإعلام على تحديد الإطار دون معرفة الجمهور به، إلا أنَّ تعدد الأطر قد يشوب القوة الكامنة في تأثير أي إطار في التغطية الإعلامية أو إخضاع الرأي العام.

العوامل المؤثرة في الإطار الإعلامي: هناك خمسة عوامل داخلية وخارجية تؤثر في كيفية تأثير

الصحفيين لموضوع معين وهي:

١- العادات والتقاليد الاجتماعية.

٢- القيود والضغوطات المؤسسية أو التنظيمية.

٣- جماعات الضغط والمصالح.

٤- القيود الصحفية الروتينية.

٥- الاتجاهات الأيديولوجية والسياسية للصحفيين.

وفقاً لنموذج غانز (١٩٧٩)، دراسة شوماخر ورايس (١٩٩٦) هناك على الأقل ثلاثة مصادر للتأثير في الإطار الإعلامي تتمثل بـ:

أولاً: التأثيرات التي مصدرها الصافي: إذ أنَّ تشكيل الأطر تتوسطه متغيرات مثل: الأيديولوجية، والاتجاهات، وتعكس الطريقة التي يُؤطر بها الصحفيون التغطية الإعلامية.

ثانياً: للتأثير: اختيار الأطر كنتيجة لعوامل مثل: نوع الاتجاه السياسي للوسيلة، والقيود المؤسسية أو التنظيمية.

ثالثاً: للتأثير: العوامل الخارجية المتمثلة في العوامل السياسية مثل: السلطة، وجماعات المصالح، والنخب الأخرى، و"البيئة الاقتصادية بما فيه من ضغوط عناصر الملكية والتمويل والإعلان، فضلاً عن الأنماط والقيم الاجتماعية والثقافية الموجودة في المجتمع".

معالم القوة في نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

أ- وفقاً لـ(باران وديفينز) تتجلى معلم القوة في النظرية من خلال:

١- تركيزها على الأفراد في عملية الاتصال الجماهيري.

٢- رغم تركيزها على مجتمع واحد في الدراسة فهي من الدراسات الصغيرة، إلا أنها أسهل وأقدر على الوصول إلى موضوعات أو قضايا التأثيرات على المستوى الأوسع والأشمل.

٣- مرونتها الشديدة، إذ يمكن تطبيقها في مجالات عدة سياسية وثقافية واجتماعية واقتصادية.

٤- تتناسبها مع النتائج الحالية لدراسات علم النفس المعرفي.

ب- يُعد مفهوم تحليل الإطار من أبرز المفاهيم الحديثة التي تفسّر دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة، وبذلك يمكن دراسة الاتجاهات والمعارف من خلال تلك النظرية.

ج- تتمثل نقاط القوة في النظرية بما يأتي:

- ١- إمكاناتها في اقتحام مجال رصد وقياس التأثيرات السلوكية للتأثير الإعلامي في الجمهور.
 - ٢- ثراء وخصوصية التطبيقات البحثية لها بالتوابع مع محاور عملية الاتصال الجماهيري متمثلة في القائم بالاتصال، الرسالة الإعلامية، الجمهور، السياق الثقافي، ورجم الصدى.
 - ٣- مرونتها، إذ يمكن جمعها بأطر إعلامية أخرى، أو اعتماد مدخل نظري تكاملی من جهة، وصلاحيتها للتطبيق في فروع العلوم الإعلامية على اختلافها مثل: التحرير، الإعلام الدولي، الإعلان، العلاقات العامة، ودراسات الصورة من جهة أخرى.
 - ٤- يمكن تطبيقها في أنواع مختلفة من الدراسات مثل: الدراسات التاريخية والآلية.
 - ٥- يمكن لتطبيقاتها البحثية الاستعanaة بأي كمٍ أو نوعٍ من المناهج والأساليب والأدوات في جمع وتحليل وتقسيم البيانات المختلفة.

د- تقدم النظرية فوائد لدراسات الرأي العام، والسلوك الانتخابي، والدراسات المعرفية والثقافية ودراسات علم الاجتماع.

٢- معالم الضعف في نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

أ- يرى كل من باران وديفizer أن نقاط الضعف في النظرية تمثل فيما يأتي:

- ١- مرونتها تجعلها تفتقر إلى التحديد.
 - ٢- ليست لديها القدرة على تحديد مدى وجود أو غياب التأثيرات.
 - ٣- تحول دون التقسيرات السببية بسبب اعتمادها الأكبر على المناهج الكيفية.
 - ٤- تنقص من قيمة قدرات الأفراد إذ تفترض أنَّ الأفراد يرتكبون أخطاء كثيرة في التأطير.

بـ- يؤخذ على النظرية عدم وجود نموذج فكري مشترك متافق عليه من قبل الباحثين في دراسة النظرية، نظراً للجدل القائم حول مفهوم الإطار وطرق قياسه.

جـ- هناك عدد من الاتجاهات في بحوث التأثير تجاهلت العلاقة بين أطر وسائل الإعلام والعوامل المتعلقة بالسلطة السياسية والاجتماعية، وهذا الإغفال ناجم عن عوامل عدة تتضمن مشكلة تعريف الأطر، والفشل في دراسة سياقات التأثير من سياقات اجتماعية وسياسية أوسع، والتقليل من شأن التأثير كشكل للتأثيرات الإعلامية.

دـ- غزارة وتنوع العناصر ومصادر المؤثرات في عملية بناء الأطر، وأليات التأثير والفهم والإدراك للمتقين، وصعوبة حصرها وضبطها وتفسيرها، يطرح الكثير من التساؤلات حول مدى قابلية نتائج دراسات النظرية للتعديم.

هـ- عدم وجود تحديد دقيق للحدود الفاصلة بين أنواع الأطر المختلفة مما يجعلها مسألة تخضع لانطباعات الباحثين.

وـ- الإطار يبقى قائماً بتأثير عوامل مختلفة.

نظريّة السلطة المطلقة:-

السلطة المطلقة هي من أنظمة الحكم، وتمثل في حكم الحاكم غير المؤمن بالحرية أو الديمقراطية ولا يسمح بمشاركة الشعب في الحكم على الإطلاق، و تستند السلطة لعدّها نظاماً من أنظمة الحكم على فكرة (الحق الإلهي المقدس) وعلى الفكرة القائلة (بأن الحاكم ظل الله وخليفته في الأرض).

مدخل نظرية السلطة المطلقة:-

من المتفق عليه أن عام (١٤٥٠) كان تاريخاً لولادة الإعلام المطبوع إذ تشير المصادر إلى أنه كان تاريخاً لظهور الطباعة، وكان الإعلام المطبوع خاضعاً للسلطة، ومقدار هذا الخضوع مرتبط بطبيعة المجتمع الذي يتواجد فيه، فإما أن يكون المجتمع خاضعاً للسلطة المطلقة، أو أن الفلسفة التي تحكم هذا المجتمع تدعو إلى ذلك.

وشهد العالم من هذه الفلسفات شتى أنواع السلطة المطلقة، فعلى سبيل المثال سيطرة الكنيسة ورجال الدين في المجتمع الأوروبي خلقت من النظام السائد مجتمعًا خاضعاً للسلطة المطلقة، تحتل فيه الدولة درجة أعلى من الفرد في سلم القيم الاجتماعية ولا يستطيع الفرد في مثل هذا المجتمع أن يحقق أهدافه أو ينمي قدراته وملكاته إلا عن طريق خضوعه للدولة خضوع الخانع الذليل، وأن يكون أسمى تفكير عنده التفكير التابعي الذي يلغى الوعي والعقل والشخصية.

وفي دولة السلطة المطلقة، يشغل رجل أو رجال قليلاً مراكز القيادة، ويتمتعون بسلطات مطلقة، وعلى الآخرين الطاعة والخنوع لها ولا وجود للتمثيل الشعبي في مثل هذه الدول، ولكن ما هو مصدر الحقيقة في مجتمع السلطة المطلقة؟.

وللجواب على هذا السؤال يمكن أن نعتمد على حقيقة التقويض الإلهي أو على الإدعاء العنصري في مثل هذا المجتمع، الذي يقول بوجود جنس معين يعُد نفسه أعلى من الأجناس الأخرى ويتمتع بحكمة أكثر منهم، وباختصار فالحقيقة تتمثل في قدرة القائد أو الجماعة المعنية على تقدير الظروف وتقدير المخاطر وتشخيص إمكانيات تخطيها، وتعدُّ الحقيقة في هذا المجتمع حكراً لهذه القلة التي تنظر إلى نفسها على أنها الأكثر حكمةً، وترى أن من حقها أن توجه الجماهير الغفيرة، أي أن الحقيقة تتركز حول مراكز القوة والسلطة، وليس من المهم في هذه الحالة البحث عن مصدر الحقيقة التي تستمد منها الدولة المتسلطة فلسفتها وسياستها، إذ أنها مقصورة على فئة محدودة من الناس، ولا يحق لأي فرد من الأفراد أن يتخذ إليها سبيلاً، لأن من أهداف الدولة المتسلطة الحفاظ على وحدة الفكر والعمل حسب اجتهادات السلطة، لإبقاء الجماهير في حالة معينة حسبما شاء.

أسس نظرية السلطة المطلقة:-

أ- **مذهب الحق الإلهي**:- ترجع هذه النظرية إلى أقدم عصور التاريخ، وهي النظرية التي اعتمد عليها الأباطرة في الحكم وتوارثها النبلاء للاحتفاظ بأوضاعهم ومراتبهم وأمتيازاتهم في السياسة والحكم، وجاء الإسلام ليلغى هذه النظرية ولتحل الشورى والشرع الإلهي مكانها، وترجع سيادة هذه الفلسفة أو النظرية إلى الإمبراطوريات الشرقية والغربية على حد سواءٍ عدا بعض الاختلافات الجزئية الطفيفة التي تحدث بين حاكمٍ وآخر في ممارسة السلطة على المجتمع، فبعضهم كان يؤمن بالحق والفضيلة وتبادل الرأي والمشورة، وبعضهم كان يمارس الاستبداد والقسوة تطبيقاً لفلسفة (ظل الله وخليفته في الأرض)، وابتعدت أوروبا في نظام حكمها هذه الفلسفة خلال العصور الوسطى فتحول خالها الشعب إلى عبيد أقنان خاضعين بصورة مطلقة لهذا الحكم أو ذاك.

ب- **الصحافة والسلطة المطلقة**:- لم تستطع الصحافة وأساليبها من تغيير شيءٍ في نظرية السلطة المطلقة، بل أن سطوة هذه النظرية ازدادت وظلت تمارس سلطتها جوهرياً على الصحافة وعلاقتها

بالمجتمع ووظيفتها الإعلامية التي مارستها تحت سيطرة الحكم المطلق، وأدّت السلطة على تعزيز نظرية السلطة المطلقة للحفاظ على سلطانها المطلق وأخذت تحيط نفسها، بالعقلاء والحكماء وأصحاب الامتيازات الفكرية القادرين على إدراك أهداف الدولة في السيطرة والاستقرار، وأخذت تمنحهم المناصب المرموقة في المجتمع ليعملون كمستشارين لقادة الحاكمين ويحتكرون كل الحقائق الفكرية لأنفسهم وليسخروا فلسفتهم وأفكارهم لخدمة الطبقة المسيطرة على جهاز الدولة، التي تعطيهم حق مخاطبة الشعب، وأن يكونوا أئمة للحكام تتصل بالجماهير عن طريق وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري المتاحة، ومنها الصحافة المطبوعة التي يحظرون عليها كل الآراء التي توقف الشعب من سباته العميق، للبقاء على الأوضاع القائمة.

وارتبطت هذه النظرية في العصر الحديث ارتباطاً وثيقاً بأنظمة الحكم الشيوعية والفاشية والنازية، كالنظام الهتلري في ألمانيا النازية، ونظام موسوليني الفاشي في إيطاليا، إذ سيطرت الدولة المستبدة سيطرةً تامةً على أجهزة وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري وفرضت عليها تعبئة الشعب تعبئة عدوانية خدمة للأهداف التوسعية التي رسمتها لنفسها وتسببت في قيام الحرب العالمية الثانية التي أرهقت ملايين الأرواح البريئة لبني البشر.

ج- الرقابة وسيطرة الأجهزة المسؤولة على الصحفة: - تعد الرقابة من الركائز الهامة في نظرية السلطة المطلقة، ويمكن أن ترجع تاريخها إلى الرقابة الدينية في العصور الوسطى بأوروبا، عندما كانت الكنيسة الرومانية في أوج قوتها كمصدر للتفويض الإلهي، واستطاعت الكنيسة أن تسيطر في بلاد كثيرة، على الرأي العام وحرية التعبير لعدة قرون، واستفادت من اختراع الطباعة، إلى أن قامت الحكومات بالسيطرة على الوسيلة الإعلامية الجديدة.

وكانت السيطرة عن طريق إصدار التراخيص للطبعين والناشرين ومن ثم تحكمت الحكومات على من مارس هذه المهنة بشكل عام، وقد كان التراخيص آنذاك يعُدُّ امتيازاً يلزم الناشر بطبع وتوزيع ما يرغبه الحاكم، غير أن هذا الأسلوب لم يجد نفعاً، مما أدى إلى فرض الرقابة المسقبة وفحص جميع الأصول المخطوطة من قبل ممثلي الحكومة قبل الطبع والنشر لإصدار التراخيص بالطبع، بقصد السيطرة على ما تنشره الصحف ودور النشر بشكل محكم.

وأضحت الحكومات الاستبدادية دائرة الاتصال بالجماهير لقيود وعقبات ومعوقات كثيرة جعلت الطريق مفتوحاً أمام الدولة فقط، وأغلقته في وجه الأفراد لاغية بذلك أي نوع من أنواع حرية الإعلام، بحجة تحقيق أمن وسلامة الدولة، وبهذه الذريعة ألغت كل الحريات، وهو ما استقت منه الفلسفات الفاشية والعنصرية كل المبررات لإهانة حقوق الإنسان.

د- **التاريخ الطويل للأيديولوجية السياسية لنظرية السلطة المطلقة**: - يرى أفلاطون أن تقسيم السلطة بالتساوي داخل الدولة يعُد بداية تفكك وانهيار تلك الدولة، وكانت حجة أفلاطون في ذلك أنه ما دام الإنسان يتحكم بغرائزه وشهواته عن طريق العقل، فإنه على الحكام في الدولة بالمقابل أن يمنعوا المصالح المادية والعواطف الأنانية للجماهير من أن تسيطر على المجتمع.

وأكَّد أكثر الفلاسفة في العصور اللاحقة على قوة السلطة كميافيلي الذي دعا إلى إخضاع كل شيء لأمن الدولة، وجورج هيجل الذي لقب بأبي الفاشية والشيوعية الحديثة، فقد أعطى فلسفة السلطة المطلقة صورتها حين قال بأن الدولة هي (روح الأخلاق، الإرادة، العقل) والدولة كسلطة هي هدف في حد ذاته لتتمتع بأكبر قدر من الحقوق وتكون فوق المواطنين.

وهكذا فرضت نظرية السلطة المطلقة طرفاً فكريّاً صارماً، تتبع من الإسهام الفكري للحكماء شريطة أن تخدم نظرياتهم المجتمع، الذي تسهر عليه الدولة بالرعاية والرقابة، وهو ما صاغه الفلاسفة الأقدمون أمثال: سocrates وأفلاطون وأرسطو من نظريات فلسفية تخدم السلطة الاستبدادية، بدليل أن أفلاطون خلع صفة المثالية على الشكل الإرستقراطي للدولة معتقداً أن طبيعة الإنسان وإهتماماته المادية وعواطفه الأنانية تتسبب في تدهور الحكم من الإرستقراطية إلى الديمقراطية، أي إلى الفقارة والإحلال، واعتبر أن الدولة لا تجد الأمان إلا في أيدي الحكماء من رجالها، ورجال القانون من أنصارها، أصحاب المثل الأخلاقية العليا التي يتم فرضها على كل عناصر المجتمع، ليظلوها على الطريق القويم الذي رسموه لهم. معتبراً أن هذه الصفة من البشر يجعل العقل يسيطر على عواطف القلب وغرائز الجسم.

نظرية الاستخدامات والإشباعات:-

هي النظرية التي تلعب دوراً رئيساً في تفسير العلاقة بين المرسل (أي: القائم على الوسيلة)، والمستقبل (أي: الجمهور أو المتلقى) وتعد من أهم النظريات التي تنظر إلى الجمهور على أنهن مشاركين إيجابيين، ينتقون ما يريدون مشاهدته بناء على حاجاتهم النفسية والاجتماعية. ظهرت هذه النظرية عام (١٩٧٤)، في كتاب (استخدام وسائل الاتصال الجماهيري) لكاتز وبلومر، غير أن البداية الفعلية لنشأة نظرية الاستخدامات كان من خلال دراسة اليهو كاتز (١٩٥٩).

فروض النظرية:-

تلخص الفروض في خمسة نقاط رئيسية تسهم في تحقيق أهداف النظرية:-

- ١- يعد الجمهور عنصراً فعالاً في عملية الاتصال الجماهيري، واستخدامهم لوسيلة معينة يلبي حاجات مقصودة يطمحون للوصول إليها.
- ٢- تختلف الرغبات بين الجمهور وفقاً لأسس كثيرة منها الطبقة الاجتماعية والنوع وغيرها، إذ أن الرغبة هي التي تحدد اختيار الوسيلة الإعلامية وفقاً لاحتياجاتهم.
- ٣- الوسيلة الإعلامية لا تستخدم الجمهور بل الجمهور هو من يستخدمها، فالأفراد يختارون وسائل الإعلام التي تشبع رغباتهم.
- ٤- يختار الجمهور وسائل إعلامية محددة وفقاً لاحتياجاتهم ورغباتهم.
- ٥- يمكن التعرف على القيم السائدة في المجتمع وفقاً لاستخدام الجمهور للوسائل الإعلامية، وليس من خلال المحتوى الذي يتبعه فقط.

أهداف النظرية:-

تحدد الأهداف في ثلاثة نقاط أساسية هي:

- ١- التعرف على كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.
- ٢- التعرف على دوافع استخدام الفرد لوسيلة إعلامية محددة دون غيرها.
- ٣- فهم عملية الاتصال الجماهيري من خلال التعرف على نتائج استخدام الفرد لوسائل الإعلام.

دowافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:-

يُعرف الدافع بأنه حالة نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوكٍ محددٍ بهدف إشباع حاجةٍ محددةٍ، وتصنف نظرية الاستخدامات والإشباعات دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام إلى دافعين رئисين هما: (دوافع نفعية) وهي دوافع اكتساب المعرفة والمعلومات والتعرّف على الذات، وكسب الخبرات في مجالات الحياة، مثل مشاهدة نشرة الأخبار، (دوافع طقوسية) وتتمثل بكسر الملل، وتمضية الوقت، والاسترخاء، والتهرب من واقع الحياة ومشكلاتها، مثل مشاهدة الأفلام والمسلسلات والبرامج الكوميدية.

إشباعات تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:-

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على أن الفرد يسعى إلى إشباع حاجات معينة، من خلال اختيار نوع الوسيلة والمحتوى الذي يرغب فيه.

وقد قسم لورانس وينر الإشباعات إلى نوعين رئисين هما:

أ- إشباعات المحتوى:- والتي ترتبط بالمحتوى الذي يقدم في الوسائل الإعلامية، وتنقسم إشباعات المحتوى بدورها إلى قسمين هما (إشباعات توجيهية) تتمثل في مراقبة البيئة المحيطة بالفرد والحصول على المعلومات، (إشباعات اجتماعية) تتمثل في ربط المتلقي للمعلومات التي يحصل عليها بعلاقاته الاجتماعية.

ب- إشباعات العملية:- والتي ترتبط بالوسيلة الإعلامية نفسها، وتنقسم إلى (إشباعات شبه توجيهية) مثل الحد من الخوف والقلق وتعزيز الشعور بالذات والدافع عنها. (إشباعات شبه اجتماعية) وتتمثل بزيادة علاقة الفرد بالشخصيات الإعلامية، وتزيد للأشخاص المنعزلين اجتماعياً.

نظرية الغرس الثقافي:-

تعد نظرية الغرس الثقافي إحدى النظريات التي قدمت مبكراً لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام، كما تهتم بالتأثير التراكمي طويلاً المدى لوسائل الإعلام، إذ يشير الغرس إلى تقارب إدراك جمهور التلفزيون للواقع الاجتماعي، وتشكيل طويلاً المدى لتلك الإدراكات والمعتقدات عن العالم نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام.

وتصنف نظرية الغرس الثقافي ضمن نظريات الآثار المعتدلة لوسائل الإعلام، بحيث لا تضم في وسائل الإعلام ولا تقلل من هذه القوة، ولكنها تقوم على العلاقات طويلة الأمد بين اتجاهات وأراء الأفراد من ناحية، وعادات مشاهداتهم من ناحية أخرى.

لذا فقد أكد جربنر وزملاؤه على أن نظرية الغرس ليست بديلاً وإنما مكملاً للدراسات والبحوث التقليدية لتأثيرات وسائل الإعلام، ففي الغرس لا يوجد نموذج قبل أو بعد التعرض، ولا نموذج لاستعدادات المسبقة كمتغيرات وسيطة لأن التلفزيون يشاهد الأفراد منذ الطفولة، كما أنه يشكل دوراً كبيراً في هذه الاستعدادات المسبقة التي تعد متغيرات وسيطةً بعد ذلك.

جذور نظرية الغرس الثقافي:-

في أواخر السبعينيات، شهد المجتمع الأمريكي فترات الإضرابات بسبب ظاهر العنف والجريمة وذلك في أعقاب اغتيال مارتن لوثر كينج وكيندي وتزايد الاهتمام بتورط الدولة في حرب فيتنام، وفي عام (١٩٦٨) تم تشكيل لجنة قومية أمريكية لبحث أسباب العنف والوقاية منه وعلاقة التلفزيون بذلك، لذلك يمكننا القول أن نظرية الغرس الثقافي ترتبط بالجهود التي قام بها جربنر وكروس من خلال مشروع المؤشرات الثقافية الذي بدأ في السبعينيات بجامعة بنسلفانيا للتعرف على تأثير العنف التلفزيوني على المجتمع الأمريكي بعد فترة الإضرابات والعنف هذه، فطالَّب على أثرها الرئيس (ليندون هونسون) بتشكيل اللجنة لدراسة أسباب العنف وكيفية اتخاذ تدابير وقائية ضده، ومن خلال مشروع المؤشرات الثقافية توصل جربنر إلى أن كثيرون المشاهدة التلفزيونية يختلفون في إدراكيهم للواقع ورؤيتهم للعالم عن قلييل المشاهدة، مما يؤكد دور وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون في التأثير على معتقدات الجمهور وتشكيل الصور الذهنية لديهم.

وقام الباحثون بأبحاث عديدةً منذ هذه الفترة ركزت معظمها على تأثير مضمون برامج التلفزيون التي تُقدَّم وقت الذروة وفي عطلة آخر الأسبوع على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي وكان العنف هو الموضوع الرئيس محل البحث.

بدأ الباحث الأمريكي جورج جربنر دراساته، وأكد على أن التلفزيون أصبح قوة مسيطرة للكثير ومصدراً رئيساً لبناء تصوراتهم عن الواقع الاجتماعي، وبالتالي فإن العلاقة بين التعرض للتلفزيون والأفكار المكتسبة، يكشف عن مدى إبراز أهمية دور التلفزيون في القيم والتصورات المدركة للواقع الاجتماعي، وبذلك أصبح الواقع الإعلامي المدرك من التلفزيون هو ما يعتمد عليه الفرد في علاقته مع الآخرين، مما يستلزم استخدام مدخل مختلف عن المداخل التي تستخدم في دراسة تأثير تلك الوسائل، ويرجع ذلك في رأي جربنر إلى أن التلفزيون أصبح المركز الرئيسي للثقافة الجماهيرية، وأن تأثيره قد أصبح أساسياً في التنشئة الاجتماعية للغالبية العظمى من المشاهدين، بما يعرضه من نماذج متكررة ونمطية للسلوك والأدوار الاجتماعية المختلفة.

تجربة جاربتر الاستطلاعية:-

في عام (١٩٦٨) أجرى جاربتر عملية استطلاع لإثبات نظرية الغرس، فوضع مشاهدي التلفزيون في ثلات فئات (المشاهدون بمعدل بسيط لأقل من ساعتين يومياً)، و(المشاهدون بمعدل ساعتين إلى أربع ساعات يومياً)، و(المشاهدون لأكثر من أربع ساعات يومياً)، فوجد أن المشاهدين بمعدل غزير تكون معتقداتهم وأرائهم مماثلة لتلك التي تم تصورها على التلفزيون بدلاً من العالم الحقيقي، مما يدل على تأثير مركب من تأثير وسائل الإعلام.

ووضع جربنر وزملاؤه من خلال هذه الدراسات مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية، والتي اهتمت بثلاث قضايا متداخلة هي:

أ- تحليل العملية المؤسسية: أي دراسة سياسات الاتصال في علاقتها بمضمون واختيار وتوزيع الرسائل الإعلامية.

ب- تحليل محتوى الرسائل الإعلامية: وهي عبارة عن دراسة الأنماط السائدة للصور الذهنية والسلوك الأكثر تكراراً التي تعكسها الرسالة الإعلامية، مثل تصوير العنف والأقليات والنوع والمهنة وغيرها من القضايا.

ج- تحليل الغرس الثقافي: والتي تدرس العلاقة بين التعرض للرسائل التلفزيونية وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.

ترى نظرية الغرس أن التلفزيون من بين وسائل الإعلام الأخرى يعد الأساس الثقافي المركزي للمجتمع، وأنه يقدم القصص والحوادث والمصمم الأساسي للصور الرمزية التي تساهم في تكوين المعتقدات عن العالم الحقيقي، وبالتالي فإن كثيفي المشاهدة سيدركون الواقع الحقيقي الذين يعيشون فيه بصورة تتفق مع الصور الذهنية المقدمة في العالم التلفزيوني، ولكن يعمل الغرس التلفزيوني على تغيير بعض المعتقدات عند الأفراد كثيفي المشاهدة، ويحدث ذلك من خلال التعرض التراكمي للتلفزيون، في حين الإبقاء على هذه المعتقدات لدى آخرين.

مفهوم الغرس:

إذا كانت الثقافة حسب تعريف "تايلور" هي "كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات، وأنماط السلوك"، ويحددها المنظور المعرفي بأنها "الأفكار والمعتقدات وأنواع المعرفة بصفة عامة عند شعب من الشعوب، وأن الثقافة ليست ظاهرة مادية، وليس أشياء وسلوكيات وإنفعالات، وإنما هي تنظيم لهذه المكونات وهي ما يوجد في العقل من صور وأشكال لهذه الأشياء".

عليه يمكن القول أن الغرس هو زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لها، وقد أصبح مصطلح الغرس منذ منتصف السبعينيات يرتبط بالنظيرية التي تحاول تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون، والغرس حالة خاصة من عملية أوسع هي التنشئة الاجتماعية.

وتعد عملية الغرس نوعاً من التعلم العرضي الناتج عن التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية وخاصة التلفزيون، إذ يتعرف الجمهور على حقيقة الواقع الاجتماعي نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، كما أن مداومة التعرض لوسائل الإعلام ولا سيما التلفزيون لفترات طويلة تتمي لدى المشاهد اعتقاداً بأن العالم الذي يراه على شاشة التلفزيون ما هو إلا صورة مماثلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه.

الدعائم الأساسية التي تقوم عليها نظرية الغرس: وضع جرينر مجموعةً من الدعائم الأساسية لنظرية الغرس تمثل فيما يأتي:-

أولاً: يعد التلفزيون وسيلةً فريدةً للغرس بالمقارنة مع وسائل الاتصال الأخرى:-

ترجع أهمية التلفزيون وتفرده عن غيره من وسائل الاتصال لشيوع وجوده في المنازل وسهولة التعرض له، كما يساهم في تنشئة الأطفال بدرجة لا تحدث مع الوسائل الأخرى، إذ يجد الطفل نفسه مستعرقاً في بيئه التلفزيون منذ ولادته نظراً لتوافر عناصر الصوت والصورة والحركة واللون، كما يقضي الطفل معظم أوقاته أمام التلفزيون نظراً لسهولة استخدامه، كما يختلف التلفزيون عن الوسائل المطبوعة لعدم احتياجه للقدرة على القراءة والكتابة، إذ أنه يتميز عن الراديو في إمكانية توفير الرؤية بجانب السمع ويختلف عن السينما في كونه وسيلة مجانية تعمل طوال الوقت وليس في أوقات محددة ولا تحتاج إلى مغادرة المنزل، فالتلفزيون يعد من أهم وسائل الإعلام التي ترك أثراً في تقديم الأفكار والقيم والصور الإعلامية المختلفة لجميع فئات وشرائح وقطاعات المجتمع.

ثانياً: يقدم التلفزيون عالماً متماثلاً من الرسائل والصور الذهنية تعبر عن الاتجاه السائد:-

فالgres عبارة عن عملية ثقافية تؤدي إلى خلق مفاهيم عامة توجّد الاستجابة لأسئلة وموافق معينة، ولا ترتبط بالحقائق والمعتقدات المنعزلة، وتأتي هذه المفاهيم من التعرض الكلي لبرامج التلفزيون وليس من خلال بعض البرامج المنتقة.

ويقوم التلفزيون بدور مهم في حياتنا لأنّه يعكس الاتجاه السائد لثقافة المجتمع، ويقلل أو يضيق الاختلافات في القيم والاتجاهات والسلوك بين المشاهدين، إلى الحد الذي يعتقدون معه أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة التي يعبر عنها العالم التلفزيوني، ولذلك ينظر إلى التلفزيون على أنه أداة الربط بين الصفة والجمهور العام، إذ تقدم الرسائل التلفزيونية المختلفة العديد من الثقافات والأراء والصور الذهنية التي يشاهدها كل الفئات والمستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة للمجتمع.

ثالثاً: تحليل مضمون الرسائل الإعلامية يقدم مفاتيح لgres:-

يجب أن تعكس أسئلة المسح المستخدمة في تحليل gres ما يقدمه التلفزيون في الرسائل التلفزيونية لجماعات كبيرة من المشاهدين على فترات زمنية طويلة، مع الاهتمام بالتركيز على قياس المشاهدة الكلية.

وأسئلة المسح المستخدمة في تحليل gres يجب أن تتجه نحو اعتبارات العالم الواقعي وهو المطلب الأول لعملية gres وكذلك توجد أهمية موازية للعالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون وهو المطلب الثاني لعملية gres.

رابعاً: تحليل gres على مساعدة التلفزيون في نقل الصور الذهنية على المدى البعيد:-

تهتم نظرية gres بأهمية التغيير الذي يحدثه التلفزيون نتيجة للأشكال المتكررة والقصص لجذب الجماهير، وبهذا يعد التلفزيون أداة للتنشئة الاجتماعية.

وبالتالي يستطيع التلفزيون خلق حالة من التوافق والتجانس بين المشاهدين، من خلال ما يقدمه من الأشكال والنماذج المتكررة، ليخلق وجهة نظر مشتركة موحدة بين الجمهور وتذوب الفروق الاجتماعية التقليدية والفرق الأخرى.

إذاً فهذه النظرية تهتم بالتأثير التراكمي وليس التأثير الفجائي وفي هذه الحالة يستطيع التلفزيون أن يخلق لدى المشاهد ما يسمى "بالاتجاه السائد" وخاصة لدى كثيفي المشاهدة الذين يستبطون معاني مشتركة بنسبة أكبر من قليلي المشاهدة.

خامساً: تساهم المستحدثات التكنولوجية على زيادة قدرة الرسائل التلفزيونية:-

تقديم نظم الكابل، والمحطات الجديدة المستقلة والفيديو، سيطرت أكثر على تلقي البرامج ويمكن أن تحل محل قراءة المجالات والذهاب للسينما، وتشير الدلائل إلى أنه برغم أن التكنولوجيا الجديدة تقدم طرقة بديلة للتلقي البرامج والأفلام، فإنها لا تبدل تعرض الجماهير فعلياً لأنواع البرامج، بل يزيدون مثل هذا التعرض.

وتؤكد النظرية على أن المستحدثات التكنولوجية تساعد على زيادة قدرة الرسائل التلفزيونية بشتى أشكالها وأهدافها وصورها لتدعم في مجموعها عملية الغرس وأهدافها.

سادساً: يركز تحليل الغرس على النتائج العامة والمتجانسة:-

يعد العالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون من خلال الرسائل المتكررة والصور النمطية المصدر المهم في تحقيق التنشئة الاجتماعية وتنمية المفاهيم والسلوكيات في المجتمع، ومساهمة التلفزيون المستقلة تكون متجانسة داخل الجماعات الاجتماعية المختلفة، كما يقوم أيضاً على تدعيم هذا التجانس وثبات المفاهيم الخاصة بالواقع الاجتماعي بدلاً من التغيير أو ضعف هذه المفاهيم والمعتقدات.

فروض نظرية الغرس:- تقوم نظرية الغرس على الفرض الرئيس الذي يقول:-

إن الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجةٍ كثيفةٍ يكونوا أكثر قدرةً لتبنيِّ معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والنماذج والأفكار التي يقدمها التلفزيون عن الواقع، أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة.

تعتمد هذه الفرضية على فكرة مفادها أن التعرض المتزايد للمحتوى التلفزيوني، الذي يتميز بأنماط متكررة من الرسائل والصور، يؤدي إلى حدوث تحولات في تصورات الأفراد، وتمتد هذه العملية التحويلية إلى ما هو أبعد من مجرد الترفيه، إذ تلعب دوراً محورياً في تشكيل النسيج الثقافي من خلال تعزيز الافتراضات المشتركة حول العالم، ولذلك تسعى نظرية الثقافة إلى كشف

الдинاميكيات المعقدة لكيفية تأثير المشاركة الطويلة في البرامج التلفزيونية على وجهات النظر الجماعية، وترى هذه النظرية أن التلفزيون أخذ الدور الذي كانت تؤديه الأسرة والمدارس والكنائس سابقاً في المجتمع، وهي وظيفة التثقيف.

ومنها تطلق مجموعة من الفروض الفرعية وهي:

- أ- يتعرض الأفراد كثيرو المشاهدة للتلفزيون أكثر، بينما يتعرض الأفراد قليلاً المشاهدة على مصادر متعددة مثل التلفزيون ومصادر شخصية.
- ب- يختلف التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى، بأن الغرس يحدث نتيجة التعرض والاستخدام غير الانقائي من قبل الجمهور.
- ج- يقدم التلفزيون عالمًا متماثلاً من الرسائل الموحدة والصور الرمزية عن المجتمع بشكلٍ موحدٍ أو متشابهٍ عن الواقع الحقيقي.
- د- يزيد حدوث الغرس عند اعتقاد المشاهدين بأن الدراما واقعية، وتسعى لتقديم حقائق بدلاً من الخيال في النماذج المفقرة لعملية الغرس.

مفاهيم مرتبطة بنظرية الغرس الثقافي:

١- مفهوم الاتجاه السائد:-

يقصد بالاتجاه السائد التجانس بين الأفراد ذو درجة الكثافة الواحدة في اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة للمجتمع التي يقدمها التلفزيون كقناة ثقافية حديثة والصور التي يراها وبالتالي يمكن الكشف عن التباين في إدراك العالم الخارجي بين الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة أقل وبين الذين يشاهدونه بكثافة كبيرة، وبالتالي فإن الاتجاه السائد عبارة عن نسيج من المعتقدات والقيم والمارسات التي يقدمها التلفزيون في صور مختلفة ويتوحد معها كثيرو المشاهدة ولا تظهر بينهم فروق كبيرة في اكتساب هذه الصور أو الأفكار باختلاف خصائصهم الاجتماعية أو السياسية وبالتالي فإن الاتجاه السائد يشير إلى سيطرة التلفزيون في غرس الصور والأفكار بشكل يجعل الفوارق تقل أو تخفي بين الجماعات ذات الخصائص المتباينة، ويشير أيضاً إلى الاتساق بين الاتجاهات والسلوك إذ يكون التلفزيون أكثر تأثيراً من أية وسائل أخرى.

إذن فمفهوم الاتجاه السائد يعني أن وسائل الإعلام تخلق وجهة نظر مشتركة بين المشاهدين، فالمشاهدة الكثيفة تؤدي إلى إذابة الفروق في إدراك الواقع الاجتماعي التي تسببها العوامل.

- ٢- مفهوم الصدى أو الرنين:-

يُقصد بالصدى أو الرنين تلك التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلاً لدى المشاهدين، وبذلك فإن المشاهدة يمكن أن توفر هذه الخبرات من خلال استدعائهما بواسطة الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات بكثافة أعلى، ورَكَّز جرينر في هذا المجال على زيادة إدراك العنف في الأعمال التلفزيونية ووصف العالم الخارجي به لدى المشاهدين الذين يعيشون في ظروف عنف غير عادية وي تعرضون للتلفزيون بكثافة أعلى، وهذه النتيجة أكدتها أيضاً الدراسات النفسية إذ انتهت إلى أن التلفزيون يؤثر في مجال العدوانية على من لهم الميل المبكر للعدوانية ولكن بطريق مختلف.

الانتقادات التي وُجهت لنظرية الغرس الثقافي:-

على الرغم من أن نظرية الغرس حظيت بتأييد كثير من الباحثين، إلا أنها واجهت العديد من الانتقادات منذ نهاية السبعينيات وحتى نهاية التسعينيات، وهذه الانتقادات كما يأتي:-

- ١- يرى أنصار مدخل الاستخدامات والإشباعات أن نظرية الغرس الثقافي تجاهل متغير الدافع، إذ أنهم يرون أن جرينر لم يبذل جهداً للتفرق بين الذين يشاهدون التلفزيون بطريقة روتينية والذين يشاهدون التلفزيون بطريقة انتقائية نشطة، وهنا يصبح الغرس متغيراً تابعاً لمتغير الدافع وليس التعرض للتلفزيون.
- ٢- انتقد هيرش نظرية الغرس لعدم التحكم الدقيق والكافي للمتغيرات الأخرى، وذلك لاختلاف نتائج البحث عندما تم تحليلها مرة أخرى بمعامل الارتباط المتعدد خاصة بعد أن تم إدخال متغيرات ديمografية، فتأثرت العلاقة بين التعرض للتلفزيون وتأثيرات الغرس. وفي محاولة من مؤيدي الغرس لشرح وتفسير هذه المتغيرات demografie تم عمل ضبط إحصائي بكل المتغيرات في نفس الوقت، كما قاموا بتطوير مفهومي الاتجاه السائد والتضخم.

- ٣- أخذ بعض الباحثين على نظرية الغرس أنها تنظر إلى التأثير التلفزيوني بشكل عام، من خلال عدد ساعات المشاهدة الكلية دون النظر إلى نوعية البرامج التي يتعرض لها المشاهد، إذ أن التعرض لنوعية معينة من البرامج الترفيهية الدرامية يكون أكثر تأثيراً في حدوث الغرس وليس المشاهدة الكلية.
- ٤- تسائل عدد من الباحثين عن مدى مصداقية بحوث الغرس، إذا أظهرت معظم الدراسات ما يدل على ضعف العلاقة بين المشاهدة وتأثيرات الغرس أو عدم وجودها أصلاً، وذلك يرجع إلى ضعف معاملات الارتباط التي خرجت بها العديد من الدراسات عن مثل هذه الموضوعات.
- ٥- يأخذ بعض الباحثين على بحوث الغرس الثقافي أن معظمها ترتكز على نتائج الغرس أكثر من اهتمامها بالعملية الميكانيكية التي تتم من خلال عملية الغرس.
- ٦- ترتكز إحدى الانتقادات الحديثة التي وجهت للنظرية على تأثير مشاهدة التلفزيون على إدراكات الواقع الاجتماعي، إذ يهتم بعض الباحثين بالتأثيرات الكامنة التي تؤثر على الصلة القائمة بين مشاهدة التلفزيون وأحكام الواقع الاجتماعي.
- ٧- يشكّك كثيرون في إمكانية حدوث الغرس في أي مكان آخر غير الولايات المتحدة الأمريكية وذلك لأن استخدام التلفزيون ومحتواه يكون مختلفاً عادةً.