**وزارة التعليم العالي والبحث العلمي**

**جامعة 8ماي 1945- قالمة -**

**كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية**

**قسم علم اجتماع**

**المستوى:1ماستر علم اجتماع الاتصال**

**المقياس:نظريات الاتصال الاجتماعي**

**بحث:**

**نموذج الخطوتين لازار سفيلد**

**ونموذج جاربنر**

**من إعداد الطلبة: أستاذ المقياس:**

* **جحودي شيماء أ. بن فرحات غزالة**
* **لعويسي هاجر**
* **خيروني روفيدة**
* **طلحاوي عمار**

**السنة الجامعية:2023/2024**

**خطة البحث:**

**-مقدمة-**

**أولا:** مفهوم نموذج الاتصال

**ثانيا:**أنواع نماذج الاتصال

**ثالثا:** وظائف النماذج

**رابعا:**مبررات استخدام نماذج الاتصال

**خامسا:**اعتبارات نماذج الاتصال

**سادسا:**تعريف النظرية

**سابعا:**علاقة النموذج بالنظرية

**ثامنا:**نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين

**تاسعا:**نموذج لازار سفيلد وكاتز

**عاشرا:**النقد الموجه للنظرية

**إحدى عشر:**نموذج جاربنر

**-خاتمة-**

**قائمة المصادر والمراجع**

**المقدمة :**

تكتسب الأزمان مسمياتها من إحداثها و تطوراتها لتميزها على العهود التي سبقتها فكان عصر الزراعة ثم عصر الثورة الصناعية ثم عصر ثورة الاتصالات التي أصبحت تشكل عصب الحياة المعاصرة فقد تطورت بشكل مذهل و ازدادت أهميتها بشكل كبير الاتصال نشاط يستطيع من خلاله الإنسان أن يتفاعل مع الآخرين و أن يؤثر و يتأثر بهم و يعبر عن أفكاره عن شخصيته و ثقافته و حرية فكره و بما أن الاتصال علم فإن من أهداف التي يسعى إليها أي علم زيادة فهمنا للظواهر التي تحيط بنا و الوصول إلى تعميمات عن الظروف المحيطة تدعمها أدلة علمية موضوعية و الهدف هو مساعدتنا على التنبؤ بالنتيجة وقد قسم باحثو الاتصال العملية الاتصالية إلى أقسام صغيرة أو عناصر أو متغيرات مرسل,رسالة ,مستقبل ,استجابة ثم وضعوا هذه العناصر في نماذج رمزية نستخدمها جميعا في تفكيرنا لكي تسهل علينا استيعاب وفهم الظواهر ومكوناتها الأساسية والعلاقات بين تلك المكونات.

**أولا:*مفهوم نماذج الاتصال* :**  
 أ- **لغة:** كلمة «نموذج» كما يراها المسيرى معربة، من كلمة نموذه الفارسية، وجمعها نموذجات و نماذج. ونموذج البناء نسخة مبسطة مجردة من بناء، ومن ثم فهو يحتوي على العناصر الأساسية للبناء ولكنه يختلف عن الأصل. وقد استعيرت هذه الكلمة في اللغة العربية وتستخدم للإشارة إلى النموذج بوصفه أداة تحليلية ونسقاً كامناً يدرك الناس من خلاله واقعهم ويتعاملون معه ويصوغونه[[1]](#footnote-2).

**ب -اصطلاحا:** ويمكن أن تعرف مصطلح النموذج على أنه وسيلة تصويرية أو استخدام الرسم الشرح أو تسهيل فهم عملية الاتصال المجردة، وقد يستخدم البعض مصطلح نموذج ليشير إلى وصف نموذج عام أو اتجاه سائد في التفكير البحثي، مثل نموذج التأثيرات القوية والذي ساد في بداية الدراسات العملية في الاتصال، والتي ترى أن تأثير وسائل الاتصال قوي ومباشر وفعال، ومن ثم أطلق البعض على هذا الاتجاه نظرية الرصاصة أو نموذج الرصاصة، وهناك نموذج التأثيرات المعتدلة أو نموذج التأثيرات المحدود. [[2]](#footnote-3)

أما نموذج الاتصال هو عبارة عن محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثا أو نظاما معينا في شكل رمزي . أي أن النماذج عبارة عن أدوات رمزية تساعدنا على فهم الظاهرة أو النظام وإدراك العلاقات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة . [[3]](#footnote-4)

إن نموذج الاتصال مصطلح مرادف النظرية الاتصال فهو يعتبر صورة تصورية أو إطار ذهني يعكس الواقع من خلال تبسيطه باستخدام رموز تساعد على فهم وتفسير العلاقة بين الأجزاء المكونة لظاهرة ما أو نظام معين

كما يمكن تعريف النموذج على أنه تمثيل مبسط ونظري للعالم الحقيقي، فالنموذج يساعد على فهم النظرية لأنه يقترح بعض العلاقات بين المتغيرات وهذا ما تقوم به النظرية.

يعرف دويتش Deutsch النموذج بأنه: «بناء الرموز والقواعد التي تعمل، ومن المفترض أنها تتلاءم وتتوافق مع مجموعة النقاط المتصلة ببعضها في بناء موجود أو عملية موجودة. [[4]](#footnote-5)

**ثانيا: *أنواع نماذج الإتصال:***

تقدم النماذج في أشكال عديدة وتختلف النماذج في أحجامها كما تختلف في المتغيرات التي تظهرها أو تؤكدها و لكن هناك فئتين رئيسيتين حسب تصنيف بارتلند هما:[[5]](#footnote-6)

1. **النماذج البنائية :**وهي النماذج التي تظهر الخصائص الرسمية للحدث أو الشيء أي المكونات وعدد و حجم ترتيب الأجزاء المتصلة بالنظام أو الظاهرة التي تصنعها.
2. **النماذج الوظيفية:** تحاول أن تقدم صورة طبق الأصل للأسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام وهي نماذج تشرح طبيعة المتغيرات التي تؤثر على النظام أو الظاهرة.

* و تقسم كذلك حسب تصنيف آخر إلى نوعين رئيسيين|::

1. **النماذج الخطية أحادية الاتجاه:** بمعنى من المرسل إلى المستقبل دون وجود التغذية العكسية أو رد فعل فهي أحادية الاتجاه.
2. **النماذج الثنائية أو التفاعلية (ثنائية الاتجاه):** و تكون على هذا النحو من المرسل إلى المستقبل و من المستقبل إلى المرسل، بمعنى وجود للتغذية العكسية، أي أن هناك نماذج تحتوي على عنصر رد الفعل وهناك نماذج تفتقد إلى هذا العنصر.

**ثالثا: *وظائف النماذج : [[6]](#footnote-7)***

1. **الوظيفة التنظيمية :** النموذج هو محاولة لإعادة خلق العلاقات التي يفترض وجودها بين الأشياء أو القوى التي ندرسها و ذالك في شكل مادي أو رمزي ولا يستطيع الفرد بسهولة أن يصف عملية الاتصال التي تتغير باستمرار ولكن النموذج بتجميده للعملية يوفر إطار يسمح للدارس بعزل المتغيرات العامة ووصف دورها في العملية كلها كذالك فإنه يساعد على إعادة بناء أو تشييد الحدث أو الظاهرة و تحديد عناصرها من مزايا النموذج إذن إعادة تقديم الخصائص الرئيسية للنظام الذي نخضعه للملاحظة.
2. **الوظيفة التطورية :**تساعد النماذج على تطوير الأبحاث العلمية في مجال علم الاتصال كونه من العلوم الحديثة فالنماذج تجعل نظريات الاتصال أسهل و ابسط في الفهم والنموذج يصور أو يقدم أفكار الشخص الذي قام ببنائه كما يعتقد انه المتغيرات الهامة في العملية في شكل يمكن القارئ من تحليل الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات كذالك يوضح النموذج للباحث أي متغير من تلك المتغيرات يمكن تجاهله.
3. **وظيفة التنبؤ :** هنالك علاقة قوية بين الفهم و التنبؤ فلتنبؤ مبني على الفهم كما أن الفهم هو نقطة البداية التي تنفذ منها إلى المجهول التنبؤ يساعد على زيادة الفهم بلا شك الآن التنبؤ يصبح جزء من خطة التحقق التي نختبرها صحة معلوماتنا عندما نقوم بالتنبؤ نقيم في الواقع علاقات جديدة ليس من السهل التحقق من وجودها فعلا بناء على معلوماتنا الماضية وحدها
4. **وظيفة التحكم :**هو الهدف الأخير من إقامة النماذج فعن طريق تطوير المعرفة سيعمل الإنسان على السيطرة على الظواهر إذ يستخدمها في صالحه التحكم معناه معالجة الظروف التي تحدد حدوث الظاهرة بشكل يحقق لنا الوصول إلى هدف معين

**رابعا:*مبررات استخدام نماذج الاتصال:***

اعتبر خبراء البحث العلمي بشكل عام والبحث الإعلامي والاتصال بشكل خاص أن أي علم من العلوم يهدف إلى تحقيق هدفين اثنين :[[7]](#footnote-8)

* زيادة فهمنا للظواهر التي تحيط بالإنسان للوصول إلى تعميمات عن الظروف المحيطة مدعمة بالأدلة والحقائق العلمية الموضوعية.
* التنبؤ للوصول إلى النتائج، وعملية الفهم تتم من مراحلها الأولى إلى النهائية بواسطة نماذج رمزية نستخدمها في حياتنا لكي تسهل علينا فهم واستيعاب الظواهر ومكوناتها والعلاقات والتشكيلات بين كل مكونات الظاهرة بكل يسر وسهولة.

فالنظرية أو النموذج هي محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تضع هدفاً أو نظاماً معيناً في شكل رمزي أي أن النماذج هي أدوات ثقافية تساعدنا على فهم أي ظاهرة أو نظام وإدراك العلاقات والصلات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة أو ذلك النظام، كما أن تجربة الفرد مع الآخرين تجعله يتعرف على الدوافع والأنماط التي تنظم العلاقات الاجتماعية، ومن هنا نجد أن الباحث أو العالم يحاول أن ينظم المعلومات التي يحصل عليها من ملاحظته لنفس الأحداث، ويجعل لها نمطاً معيناً.

وفي هذا الصدد يقول كارل دويتش إننا نستخدم نماذج الاتصال سواء أردنا أم لم نرد حينما نحاول أن نفكر في أي شيء بشكل منتظم، ولهذا تتوقف نتائج تفكيرنا في كل حالة على العناصر التي ستدخل في النموذج الذي نصنعه أو البناء الذي تفرضه على تلك العناصر، وعلى الاستخدام الفعلي الذي نشتغل به جميع الاحتمالات التي يوفرها النموذج الذي نضعه.

**خامسا: *اعتبارات نماذج الاتصال:[[8]](#footnote-9)***

* إن كل نموذج يمثل فكرة مستقلة ( نظرية أو مبدأ ) تتأثر بالدرجة الأولى باتجاه البحث والدراسة ، ولا يشترط في النموذج أن يكون جامعا مانعا لشرح عملية الاتصال بكل أبعادها وعلاقاتها
* تعكس النماذج في علاقاتها ببعضها تطور النظرية في هذا المجال ، فغالبا ما نجد النموذج وقد تم بناؤه استكمالا لنموذج سابق ، رأى فيه الباحث عدم كفايته أو جوانب ضعف أو قصور في تقديمه .
* وإذا كان هناك اتفاق في معظم النماذج على تحديد العناصر وعلاقتها ببعضها واتجاه حركة هذه العلاقات إلا انه في مجال دراسة اتجاهات التأثير يفضل عدم الاكتفاء بنموذج واحد بل من الأفضل دراسة النماذج في إطار متكامل .
* إذا كانت النماذج الخاصة بعملية الاتصال من منظور علم النفس أو علوم اللغة تهتم بالدرجة الأولى بالاتصال المواجهي أو اتصال الجماعات الصغيرة ، وكذلك النماذج التي يقدمها علماء الاتصال بالجماهير تهتم بوسائل الإعلام وجماهير المتلقين بالدرجة الأولى ، فليس هناك ما يمنع من استخدام النماذج الأولى قاعدة أولية لبناء نماذج الاتصال في عملية الاتصال بالجماهير والإعلام .
* وهذا ما عكسه تطور عرض هذه النماذج عبر منظور الاتصال بالجماهير والإعلام الذي لا يعمل بمعزل عن إسهامات العلوم الاجتماعية الأخرى في مجالات الاتصال.

**سادسا: *تعريف النظرية:***

اختلفت وجهات النظر حول تعريف النظرية، حيث يمكن تعريفها كما عرفها كير لنجر 1973 Kerlinger) النظرية بأنها "مجموعة من البني أو المفاهيم المتفاعلة، والتعاريف والافتراضات، والقضايا التي تمثل وجهة نظر منتظمة لتفسير ظاهرة ما والتنبؤ بها من خلال إيجاد

علاقات بين متغيرات بهدف تفسيرها وفهمها وضبطها".[[9]](#footnote-10)

وتعرف النظرية بشكل عام، على أنها مجموعة من المقولات العامة المترابطة التي تستخدم في

تفسير حقائق محدده إما أن تكون نتيجة الملاحظة أو من القياس). وتدعى هذه المقولات العامة

عادة: مسلمات النظرية، أو الافتراضات فروض النظرية أو المبادئ والقوانين، ويعتمد استخدام أي من

هذه المصطلحات في النظرية على كون هذه المقولات العامة جاءت من استنتاجات منطقية (مثل

الافتراضات والمسلمات وكونها تعميمات تستند إلى نتائج الدراسات العلمية (مثل القوانين والمبادئ

العلمية).

إن النظرية تعد محاولة ذهنية يسعى الباحث فيها إلى تنظيم وتنسيق المعرفة للإجابة عن السؤال لماذا؟ كما أنها تنظم وتوضح كيف تبنى القوانين والمبادئ والحقائق في مجال دراسة أو بحث ما.

يعرف كل من Bryant and Thompson النظرية بأنها تفسيرات منظمة وتنبؤات تتعلق بالظواهر المختلفة ، كما أنها مجموعة من التعميمات المنظمة والمنطقية التي تفسر بعض الظواهر المعروفة من خلال الربط بين جوانبها ومتغيراتها باستخدام مصطلحات تضع قواعد وأسس يوجد بينها اتساق داخلي كما تعرف بأنها تعميمات حول الكيفية التي يفكر بها الأفراد ، وأنها تقدم لنا فهماً جيداً للعلاقة بين الأشياء والأحداث المختلفة ، أي أنها بناء معرفي يجمع خلاصة ما توصلت إليه البحوث العلمية كذلك فإنها تصف وتشرح وتفسر العلاقة بين الأشياء.[[10]](#footnote-11)

والنظرية العلمية هي ( تحديد نهائي للعلاقة بين الحقائق والمتغيرات يقدم تفسيراً للظاهرة ويتوقع اتجاهات الحركة فيها ) . وإذا كانت النظرية تمثل مستوى أعلى للتحديد النهائي للعلاقات بين المتغيرات قائماً على التفسير العلمي ، فإنها من ناحية أخرى تمثل وعاء فكرياً لفروض أخرى يتم اشتقاقها عن طريق هذه النظريات ، بل إنها تعتبر بعد ذلك إطارا تفسيرياً للعلاقات يمكن استخدامها في مجالات علمية أخرى .

وتظهر أهمية النظرية في أنها توجه الباحث إلى التساؤلات الصحيحة التي يطرحها ، وتعد أساسا في اختيار الباحث للظاهرة محل الدراسة ، وبدون النظرية تظل العلاقات بين المتغيرات مجرد رؤى أو حقائق تم تجميعها ، ولكنها توحد الحقائق في إطار واحد يفسر ويساعد على التنبؤ .ولا يعني ارتفاع مستوى النظرية ثباتها وعدم تغيرها ، بل أنها تكون قابلة للتغير متى تغيرت المجالات والظروف التي تم تأكيدها خلالها ، ولذلك فإنها يجب إن تتغير بتغير المعرفة والعلوم التي تم صياغة النظرية في إطارها لان النظرية جزء من كل يمثل إطار المعرفة المنظمة أو إطار العلوم في تخصصاتها المختلفة والنظرية الجيدة لها مجموعة من الخصائص الأساسية التي يجب إن تتميز بها أهمها :[[11]](#footnote-12)

* .يجب أن تكون النظرية متسقة اتساقاً داخلياً ، بمعنى أن تكون مختلف الفروض التي تشتق منها متوافقة معاً وليست متناقضة .
* يجب أن تتفق النظرية مع الحقائق الموجودة في العالم فضلا عن كونها منبئة بأحداث المستقبل .
* يجب أن تتميز النظرية بالبساطة والاختصار
* أن يتحدد قبول النظرية أو رفضها بمقدار نفعيتها ، والنفعية لها مكونات هي القابلية لاختبار صدقها والتيقن منها والشمول ملائمة النظرية للعالم الحقيقي بمشكلاته الاجتماعية .

**سابعا: *علاقة النموذج بالنظرية :[[12]](#footnote-13)***

يعد النموذج خطوة أولى لبناء النظرية , والنموذج نظرية لم تكتمل بعد , فالوصول إلى نظرية يتطلب وضع العديد من التصورات النظرية في شكل نماذج بنائية أو وظيفية هذا من جانب , كذلك تساهم النظرية في تنشيط الباحث على تخيل ووضع النماذج المناسبة ومحاولة اختبارها وتطويرها , و من ثم فالعالقة بين النموذج والنظرية عالقة ديناميكية وايجابية ومتبادلة .وتتضح حدود عالقة مصطلحي النظرية و النموذج إذا أخذنا في الحسبان انه يمكن اعتبار النموذج هيكل تفسيريا متكامل في ذاته لكنه يساعدنا في صياغة النظرية ,فضلا عن أن دور النظرية في التوصل لتعميمات وتنبؤات قد يتشابه مع ما تقوم به

بعض النماذج , والنظرية تشمل عناصر ومحتويات الكثير من النماذج باعتبارها أداة تصورية وتحليلية وتفسيرية , وبإيجاز تهدف النماذج إلى تزويد النظريات بالأطر المرجعية التي ترتبط بالمشكلة قيد البحث والدراسة , وبناء على ذلك تأتي النظرية من فراغ بل يتطلب الوصول إليها المرور بنماذج متعددة ومتكاملة ومتحدة في الهدف , ويعد النموذج خطوة لبناء النظرية فالنموذج نظرية لم تكتمل بعد والعالقة بينهما هي عالقة الجزء بالكل.

**ثامنا: *نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:***  
**أ- محتوى النظرية:** أن الأفراد من قادة الرأي في المجتمع يستقبلون المعلومات من وسائل الإعلام والاتصال، ويقوم هؤلاء بتمريرها إلى زملائهم أو أتباعهم، ومن المهم بأن ندرك من أن قيادة الرأي تتغير من وقت لآخر ومن موضوع إلى آخر وتبعا لتغيير المواقف[[13]](#footnote-14). تقوم على أن الأفكار غالبا ما تنتقل من الراديو أو الصحف إلى قادة الرأي ومن هؤلاء إلى القسم الأقل نشاطا منهم في قطاعات الشعب، وسميت بعد ذلك نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، فأكدت هذه النظرية أن الجمهور ليس عبارة عن أفراد منفصلين عن بعضهم البعض، ولكنهم متصلون ببعضهم، من خلال قنوات متعددة يتم بينهم الإقناع وتبادل المعلومات من خلال المناقشات النشطة، كما أكدت أن تأثير الاتصال الشخصي أكثر من تأثير وسائل الإعلام  
**ب - نشأة نظرية تدفق المعلومات على المرحلتين:**  
في بداية الأربعينيات من القرن الماضي بدأ الباحثون في الولايات المتحدة يتحدثون عن التدفق الإعلامي على مرحلتين حيث تمر الرسالة الإعلامية قبل وصولها إلى أفراد الجمهور على قادة الرأي، ومن ثم إلى الأفراد العاديين الأقل نشاطا في المجتمع، وقد ظهرت هذه النظرية نتيجة لدراستين قام بهما لازرسفيلد وزملاؤه دراسة حول نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1940، وكان من أهم نتائج تلك الدراسة أن قادة الرأي كان لهم الأثر الأكبر في اتجاهات الناخبين أكثر من الأثر الذي كان متوقعا أن تحدثه وسائل الإعلام الجماهيرية وبخاصة الإذاعة والصحف في تلك الفترة، وفسر الباحثون هذه النتيجة بقولهم إن الرسائل الإعلامية لم تكن ذات تأثير مباشر في الناخب، وإنما يكون التأثير عبر متغير وسيط هو قادة الرأي. فقادة الرأي يتعرضون لمضامين وسائل الإعلام ويتأثرون بها، ثم ينقلون هذا التأثير بدورهم إلى الجماهير عبر قنوات اتصالي ة متنوعة أهمها الاتصال الشخصي.[[14]](#footnote-15)  
**ج -فروض نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين:**  
إن قادة الرأي والأتباع ينتمون إلى نفس الجماعة الأساسية سواء أكانت أسرة أوأصدقاء أو زملاء عمل.  
يمكن لقادة الرأي والأتباع أن يتبادلوا الأدوار في ظروف مختلفة.  
إن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تنقل إلى الجمهور عبر مرحلتين قادة الرأي الذين يتعرضون غالبا للرسائل الإعلامية ومن ثم تنتقل الرسالة من قادة الرأي إلى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية وبخاصة من خلال الاتصال الشخصي  
فالجمهور حسب هذه النظرية يتأثر بطريقة غير مباشرة، وهذا التأثير يرجع إلى تفسير قادة الرأي للرسالة الإعلامية أكثر من التفسير المقصود للرسالة من مصدرها الأصلي وهي وسائل الإعلام.

كما تؤكد فرضية هذه النظرية اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة وسائل اتصالية تمثل ضغوطا على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوكي والتدعيم الاجتماعي.

**تاسعا *:******نموذج لازرسفيلد وكاتز:***

جاء هذا النموذج نتيجة إشكالية مفادها أن المعلومات المقدمة عن طريق الوسائل الجماهيرية لا تصل كما ينبغي، وأن تأثير الرسائل السياسية المذاعة والمطبوعة ضئيل على قرار الناخبين في عملية التصويت، وأنهم يتأثرون عادة بمن حولهم من الناس أكثر مما يتأثرون بالمعلومات التي تقدم عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية.

ونشر هذا النموذج على مرحلتين الأولى عام 1948 والثانية عام 1955 في كتاب لكل من الباحثين لازرسفيلد وكاتز، وهما كالآتي:[[15]](#footnote-16)

**-1- مرحلة دراسة خيار الشعب:**

نشر الباحث لازرسفيلد دراسة عام 1948 بعنوان The People choice، واستغرقت عشر سنوات بالتعاون مع مجموعة من الباحثين في جامعة كولومبيا، والتي أجراها خلال الحملة الانتخابية الرئاسية الأمريكية التي شارك فيها الرئيس الأمريكي السابق روزفلت الذي كان مريضاً وكانت البلاد مقبلة على حرب عالمية، حيث ناشدت أغلب وسائل الإعلام بعدم ترشيحه إلا أن نتائج الانتخابات كانت معاكسة لتأثير الإعلام على الشعب حيث كانت نتائج الدراسة تشير إلى أن تأثير الاتصال الشخصي أكبر من تأثير الاتصال الجماهيري، وأن قادة الرأي Openion Leaders الذين يتواجدون ضمن جماعات لهم تأثير أكبر على الاتباع Openion Followers حيث يعمل قادة الرأي وسيطاً بين وسائل الاتصال والأتباع.

**-2- مرحلة دراسة لازرسفيلد وكاتز:**

كان الهدف من هذه الدراسة التي تمت عام 1955 التعرف على التأثير النسبي لكل من الاتصال المواجهي والجماهيري في اتخاذ القرارات في مجالا التسويق واختيار الأفلام، وقد أوضح بحثهما أن الرسائل السياسية المذاعة والمطبوعة تبدو ذات تأثير ثانوي ضئيل على قرار الناخبين في عملية التصويت ويوضح هذا النموذج أن تأثير المصدر على الجمهور لا يكون بشكل مباشر وإنما يكون من خلال قادة الرأي، وكان هذا النموذج المدخل الأساسي لظهور نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين،

**نموذج لازار سفيلد**

**الوسائل الجماهيرية**

**المصدر**

**الرسالة**

**قادة الرأي**

**الجمهور**

يرى كاتز Katz وزملاؤه أن لدى كل فرد عدداً من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد من خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات، فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة، وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية. وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملا في إشباعها.[[16]](#footnote-17)

**ويعكس هذا النموذج الفروض الأساسية التي تقوم عليها النظرية والتي يمكن تلخيصها في الآتي:**

1. إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية، ويكون استخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه وحاجاته، وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، ومن ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته
2. يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
3. تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة تجعل الفرد يتجه إلى مصدرها لإشباع حاجاته دون الآخر.
4. الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة، بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

**عاشرا:*النقد الموجه للنظرية:***

1. إنها تتجاهل حقيقة مهمة، أن القدر الكبير من المعلومات يصل إلى الجماهير مباشرة وان ما يصلهم عن طريق قادة الرأي أقل.
2. أنها لا تميز بين أنماط نشر المعلومات وبين التأثير فقائد الرأي قد ينقلها ويؤثر وقد ينقلها دون أن يؤثر.
3. تقول النظرية إن قادة الرأي نشطون في البحث عن المعلومة وان الجماهير سلبية والواقع أن القادة في تغير مستمر ويختلفون من حيث القوة والقبول.
4. تقول النظرية أن القادة يتلقون المعلومات من وسائل الإعلام فقط والواقع أن المصادر اشمل.
5. تقول النظرية إن انتقال المعلومات يكون على مرحلتين فقط والواقع انه قد يكون مباشرة أو بمرحلتين أو بعدة مراحل.

**إحدى عشر:*نموذج جاربنر : George Gerbner***

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

ووضع جربنر وزملاؤه من خلال هذه الدراسات مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية، والتي اهتمت بثلاث قضايا متداخلة هي:[[17]](#footnote-18)

1. تحليل العملية المؤسسية Institutional process Analysis أي دراسة سياسات الاتصال في علاقتها بمضمون واختيار وتوزيع الرسائل الإعلامية.
2. تحليل محتوى الرسائل الإعلامية Message System Analysis وهي عبارة عن دراسة الأنماط السائدة للصور الذهنية والسلوك الأكثر تكراراً التي تعكسها الرسالة الإعلامية مثل تصوير العنف والأقليات والنوع والمهنة وغيرها من القضايا.
3. تحليل الغرس الثقافي Cultivation Analysis والتي تدرس العلاقة بين التعرض للرسائل التليفزيونية وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.

وتعد نظرية الغرس المكون الثالث من مكونات مشروع المؤشرات الثقافية وهذا المشروع يهدف إلى إقامة الدليل الإمبيريقي على تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية. حيث ترى نظرية الغرس أن التليفزيون من بين وسائل الإعلام الأخرى بعد 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 التليفزيوني، ولكن يعمل الغرس التليفزيوني على تغيير بعض المعتقدات عند الأفراد كثيفي المشاهدة ويحدث ذلك من خلال التعرض التراكمي للتليفزيون، في حين الإبقاء على هذه المعتقدات لدى آخرين.

**الدعائم الأساسية التي تقوم عليها نظرية الغرس** :[[18]](#footnote-19)

وضع جربنر Gerbner مجموعة من الدعائم الأساسية لنظرية الغرس الثقافي نوضحها فيما يلي:

1. يعتبر التليفزيون وسيلة فريدة للغرس بالمقارنة مع وسائل الاتصال الأخرى حيث ترجع أهمية التليفزيون وتفرده عن غيره من وسائل الاتصال الشيوع وجوده في المنازل وسهولة التعرض له، كما يساهم في تنشئة الأطفال بدرجة لا تحدث مع الوسائل الأخرى، حيث يجد الطفل نفسه مستغرقا في بيئة التليفزيون منذ ولادته نظراً لتوافر عناصر الصوت والصورة والحركة واللون، كما يقضي الطفل معظم أوقاته أمام التليفزيون نظراً لسهولة استخدامه، كما يختلف التليفزيون عن الوسائل المطبوعة لعدم احتياجه للقدرة على القراءة والكتابة، كما 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.. لذلك فالتليفزيون يعتبر من أهم وسائل الإعلام التي تترك أثراً في تقديم الأفكار والقيم والصور الإعلامية المختلفة لجميع فئات وشرائح وقطاعات المجتمع.
2. يقدم التليفزيون عالماً متماثلاً من الرسائل والصور الذهنية تعبر عن الاتجاه السائد فالغرس عبارة عن عملية ثقافية تؤدي إلى خلق مفاهيم عامة توحد الاستجابة لأسئلة ومواقف معينة، ولا ترتبط بالحقائق والمعتقدات المنعزلة وتأتي هذه المفاهيم من التعرض الكلي لبرامج التليفزيون وليس من خلال بعض البرامج المنتقاة ويقوم التليفزيون بدور مهم في حياتنا لأنه يعكس الاتجاه السائد الثقافة 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 التليفزيوني، ولذلك ينظر إلى التليفزيون على أنه أداة الربط بين الصفوة والجمهور العام، حيث تقدم الرسائل التليفزيونية المختلفة العديد من الثقافات والآراء والصور الذهنية التي يشاهدها كل الفئات والمستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة للمجتمع.
3. تحليل مضمون الرسائل الإعلامية يقدم مفاتيح للغرس: يجب أن تعكس أسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس ما يقدمه التليفزيون في الرسائل التليفزيونية الجماعات كبيرة من المشاهدين على فترات زمنية طويلة، مع الاهتمام بالتركيز على قياس المشاهدة الكلية.
4. تهتم نظرية الغرس بأهمية التغيير الذي يحدثه التليفزيون نتيجة للأشكال المتكررة والقصص لجذب الجماهير، وبهذا يعد التليفزيون أداة للتنشئة الاجتماعية، وبالتالي يستطيع التليفزيون خلق حالة من التوافق والتجانس بين المشاهدين، من خلال ما يقدمه من الأشكال والنماذج المتكررة، وبالتالي يخلق وجهة نظر مشتركة موحدة بين الجمهور وتذوب الفروق الاجتماعية التقليدية والفروق الأخرى. أي أن هذه النظرية تهتم بالتأثير التراكمي وليس التأثير الفجائي وفي هذه الحالة يستطيع التليفزيون أن يخلق لدى المشاهد ما يسمى بالاتجاه السائد وخاصة لدى كثيفي المشاهدة الذين يستنبطون معاني مشتركة بنسبة أكبر من قليلي المشاهدة.[[19]](#footnote-20)
5. تساهم المستحدثات التكنولوجية على زيادة قدرة الرسائل التليفزيونية، حيث تقدم المحطات الجديدة المستقلة والفيديو سيطرة أكثر على تلقي البرامج ويمكن أن تحل محل قراءة المجلات والذهاب للسينما، وتشير الدلائل إلى أنه برغم أن التكنولوجيا الجديدة تقدم طرفاً بديلة لتقلى البرامج والأفلام، فإنها لا تبدل تعرض الجماهير فعليا لأنواع البرامج، بل يزيدون مثل هذا التعرض. وتؤكد النظرية على أن المستحدثات التكنولوجية تساعد على زيادة قدرة الرسائل التليفزيونية فهي تزيد من الأسواق والثروة والقوة والاختيارات التي تدعم في مجموعها عملية الغرس وأهدافها.
6. يعتبر العالم الرمزي الذي يقدمه التليفزيون من خلال الرسائل المتكررة والصور النمطية المصدر المهم في تحقيق التنشئة الاجتماعية وتنمية المفاهيم والسلوكيات في المجتمع ومساهمة التليفزيون المستقلة تكون متجانسة داخل الجماعات الاجتماعية المختلفة، كما يقوم أيضاً على تدعيم هذا التجانس وثبات المفاهيم الخاصة بالواقع الاجتماعي بدلا من التغيير أو ضعف هذه المفاهيم والمعتقدات.

كما أن هذا النموذج يختصر العملية الاتصالية في عشرة عناصر وهي على النحو الأتي : [[20]](#footnote-21)

1. شخص
2. يدرك حدثاً
3. ويستجيب
4. في موقف ما
5. عبر وسائل
6. ليضع مواد مناسبة
7. بشكل ما
8. وسياق
9. ينقل محتوى
10. له نتائج.

مكونات عملية اتصالية تكاملية كما يراها جربنر.

**خاتمة:**

إن النموذج عبارة عن محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات،ومن وظائف النموذج تنظيم المعلومات والبيانات،التنبؤ والتوقع ،التوجيه، التحكم والضبط ،تطوير الأبحاث العلمية.كما يسهل العملية الاتصالية فهو يرتبها وينظمها في عناصر ،فالنماذج هي تصوير للعناصر التي تدخل في العملية الاتصالية.

**قائمة المصادر والمراجع :**

1. أحمد النكلاوي،نظرية علم اجتماع،ط1،2002م.
2. حمد بن عبد الله القميزي،تقنيات التعليم ومهارات الاتصال،ط2،روابط للنشر وتقنية المعلومات،القاهرة،2016.
3. زهير عبد اللطيف،الإعلام الجماهيري،دار اليازوري،عمان،2015م.
4. زيد سليمان العدوان،احمد عيسى داود،النظرية البنائية الاجتماعية وتطبيقاتها في التدريس،مركز ديبونو لتعليم التفكير،عمان،2016م.
5. شروق سامي فوزي ،التأثيرات الإعلامية على جمهور المستقبلين،ط1،مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع،2014.
6. عبد الحميد محمد،نظريات الإعلام واتجاهات التأثير،ط3،عالم الكتب،القاهرة،2004م.
7. عواج سامية،الاتصال في المؤسسة:المفاهيم-المحددات-الاستراتيجيات،مركز الكتاب الأكاديمي،عمان،الأردن.
8. محمد فياض حسن،نظريات الاتصال،كلية المستقبل،قسم الإعلام،المرحلة الثانية.
9. محمد منير حجاب،نظريات الاتصال،دار الفجر، القاهرة،2010م.
10. منال المزاهرة،نظريات الاتصال،ط1،دار المسيرة،عمان،الأردن، 2012.

1. -أحمد النكلاوي،نظرية علم اجتماع،ط1،2002م،ص ص 16،17. [↑](#footnote-ref-2)
2. - منال المزاهرة،نظريات الاتصال،ط1،دار المسيرة،عمان،الأردن، 2012،ص100. [↑](#footnote-ref-3)
3. - شروق سامي فوزي ،التأثيرات الإعلامية على جمهور المستقبلين،ط1،مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع،2014،ص14. [↑](#footnote-ref-4)
4. - حمد بن عبد الله القميزي،تقنيات التعليم ومهارات الاتصال،ط2،روابط للنشر وتقنية المعلومات،القاهرة،2016م،ص57. [↑](#footnote-ref-5)
5. - عواج سامية،الاتصال في المؤسسة:المفاهيم-المحددات-الاستراتيجيات،مركز الكتاب الأكاديمي،عمان،الأردن،ص ص 30،31. [↑](#footnote-ref-6)
6. -محمد فياض حسن،نظريات الاتصال،كلية المستقبل،قسم الإعلام،المرحلة الثانية،ص ص ص ص 30،31،32،33. [↑](#footnote-ref-7)
7. -بسام عبد الرحمان المشاقبة،نظريات الاتصال،دار أسامة للنشر والتوزيع،الأردن-عمان،2015م،ص ص45،46. [↑](#footnote-ref-8)
8. - محمد فياض حسن،مرجع سابق،ص ص 33،34. [↑](#footnote-ref-9)
9. - زيد سليمان العدوان،احمد عيسى داود،النظرية البنائية الاجتماعية وتطبيقاتها في التدريس،مركز ديبونو لتعليم التفكير،عمان،2016م،ص22. [↑](#footnote-ref-10)
10. - محمد فياض حسن،مرجع سبق ذكره،ص42. [↑](#footnote-ref-11)
11. - محمد فياض حسن،مرجع سبق ذكره،ص43. [↑](#footnote-ref-12)
12. - محمد فياض حسن،مرجع سبق ذكره،ص44. [↑](#footnote-ref-13)
13. -محمد منير حجاب،نظريات الاتصال،دار الفجر، القاهرة،2010م،ص58. [↑](#footnote-ref-14)
14. - عبد الحميد محمد،نظريات الإعلام واتجاهات التأثير،ط3،عالم الكتب،القاهرة،2004م،ص ص 238،239. [↑](#footnote-ref-15)
15. - حمد بن عبد الله القميزي،مرجع سبق ذكره،ص72. [↑](#footnote-ref-16)
16. -طلعت حكيم،فتحي مصطفى الشرقاوي،علم النفس الإعلامي : رؤى معاصرة ودراسات تطبيقية،مكتبة انجلو المصرية،القاهرة،2018م،ص ص51،52. [↑](#footnote-ref-17)
17. - طلعت حكيم،فتحي مصطفى الشرقاوي،مرجع سبق ذكره،ص56. [↑](#footnote-ref-18)
18. - طلعت حكيم،فتحي مصطفى الشرقاوي،مرجع سبق ذكره،ص57. [↑](#footnote-ref-19)
19. - طلعت حكيم،فتحي مصطفى الشرقاوي،مرجع سبق ذكره،ص58. [↑](#footnote-ref-20)
20. -زهير عبد اللطيف،الإعلام الجماهيري،دار اليازوري،عمان،2015م،ص79. [↑](#footnote-ref-21)