

المقاربات الابستمولوجية بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع وعلاقتها بنظريات التأثير في الدراسات الإعلامية- دراسة نقدية

د. طارق بن ناصر الشدوخي*

كلمات افتتاحية:

نظريات التأثير الاعلامي-ابستمولوجيا-الدراسات الاجتماعية-علم الإعلام-علم النفس-علم الاجتماع-نظرية المعرفة-الجزور التاريخية لعلم الإعلام-مظاهر التداخل النظري بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع-التحليل الكيفي الثانوي.

ملخص الدراسة:

تعد دراسات التأسيس النظري لعلم الإعلام من الدراسات المعقدة لما تتسم به من متغيرات متعددة يصعب السيطرة عليها داخل بيئة الدراسة، الأمر الذي أسهم في تداخل هذا العلم مع العلوم الاجتماعية الأخرى كعلمي النفس والاجتماع، ودون الاهتمام بمعرفة مظاهر التداخل القائمة بين علم الإعلام والعلوم الاجتماعية الأخرى؛ لا يمكن تأسيس أطر واضحة تنطلق منها نظريات هذا العلم؛ كما لا يمكن فهم أبعاد هذه النظريات دون العودة إلى جذورها وإدراك ماهية عملية الاتصال، وكيفية تأثير مضمون وسائل الإعلام على الأفراد والجماعات؛ دون إغفال جانب أهمية دراسة كيفية تأثير هذه المضامين من خلال حركة عملها في البيئة السياسية والاجتماعية والثقافية لأي مجتمع يُراد دراسته.

وقد جاءت هذه الدراسة وفق المنهج الأبيستمولوجي الكيفي النقدي معتمدةً على نظرية المعرفة لتسبر أغوار الجذور التاريخية لهذا العلم وتحاول الوقوف الواضح على أسباب ومظاهر التداخل الذي تماهى مع علم الإعلام والعلوم الاجتماعية الأخرى خاصة علمي النفس والاجتماع لتصل لعدد من النتائج المهمة لعل من أبرزها: أن علم الإعلام لم يظهر كعلم مستقل لإقبيل الحرب العالمية الثانية؛ وذلك على يد عدد من العلماء الذين تصدوا لدراسة وسائل الإعلام والذين هم في الأصل من باحثي علمي النفس والاجتماع مما حال دون ظهور نظرية إعلامية متخصصة تنشأ من جذور العلم ذاته. ومن نتائج الدراسة أن التداخل النظري بين علم الإعلام وعلم الاجتماع يكمن من حيث ظهور التخصصية على حدود كل منهما ومن خلال الربط بين العلمين على اعتبار أن الاتصال يعد في الأساس عملية اجتماعية الأمر الذي جعل العديد من الباحثين في الإعلام يواجهون صعوبات كثيرة عندما يحاولون تحديد مجال واحد لنظريات الاتصال لأنه ليس هناك طريقة مقبولة في أي مجتمع لتحديد نطاق التفاعل الذي يتم بين البشر. وفي الختام خرجت الدراسة بنتيجة مفادها أن اشتقاق مفاهيم للإعلام من مجالي علم النفس وعلم الاجتماع إنما يأتي تبعاً لسعي هذان المجالان سعياً نشيطاً لفهم طبيعة الإنسان من المنظور الشخصي من جهة؛ ومن المنظور الجماعي أو التفاعلي من جهة أخرى على اعتبار أن الهدف من غالبية الدراسات التي تمت في هذا الجانب هو دراسة السلوك الفردي والجماعي في كل جوانبه بما في ذلك السلوك الناشئ عن التعرض لوسائل الإعلام ذاتها.

* أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون والفيلم بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

Epistemological approaches between media and sociology, psychology and its effects in media theories - Critical study

Keywords:

Media Theories - epistemology - social studies - media studies - social science - psychology science - historical roots of media - manifestations of theoretical overlap between media studies and psychology, customs, secondary qualitative analysis.

Abstract

Media studies especially in the theories field are considered as complicated studies because of the multiple variables, which are difficult to control under the study environment. This fact contributes to the overlap of this science with other social sciences such as psychology and sociology. Without concentrating on the manifestations of overlap between media science and other social sciences, it is difficult to make clear frameworks from which to base the theories of the media science. In addition, understanding the dimensions of these theories cannot happen without going back to their roots, and analyzing the core of communication between the individual person and society. Without neglecting the aspect of the importance of studying how these contents affect through the movement of media work in the political, social and cultural environment of any society which under study.

This study adopted the qualitative approach especially the secondary analyzing method by using knowledge theory in order to understand the historical roots of media science, attempting to understand the overlap of this science with other social sciences such as psychology and sociology. The study reached a number of results one of these results is: that the media science did not appear as an independent science until before the Second World War that because of many scholars who study media phenomena came from psychology and sociology. Indeed, this fact prevented the emergence of a specialized media theory, which stems from the roots of science itself. Other fact, which contributed with this result, is that the communication is essentially social active.

In conclusion, the study came out that any attempt for derivation of concepts for media from the fields of psychology and sociology, comes later and hard because these two fields actively seek to understand the nature of person from the individual perspective. On the other hand, from a collective or interactive perspective, given that the aim of many media theories studies conducted in this aspect, were to study individual and collective behavior, including behavior that come from exposure to media means.

أولاً: مدخل إلى موضوع الدراسة

تعد دراسة نظريات التأثير الاعلامي من المجالات التي حظيت بتركيز شديد في الأدبيات الإعلامية، حيث يترتب عليها فهم طبيعة الحراك الاتصالي في المجتمعات. وقد اتسمت الدراسات التي تناولت التأصيل النظري للإعلام ببعض التعقيد لما تتسم به هذه النظريات من متغيرات متعددة يصعب السيطرة عليها داخل بيئة الدراسة، ودون الاهتمام بمعرفة مظاهر التداخل القائمة بين علم الإعلام والعلوم الاجتماعية الأخرى ومن أهمها علمي الاجتماع والنفس؛ لا يمكن تأسيس أطر واضحة تنطلق منها نظريات هذا العلم؛ كما لا يمكن فهم أبعاد هذه النظريات دون العودة إلى جذورها وإدراك ماهية عملية الاتصال، وكيفية تأثير مضمون وسائل الإعلام على الأفراد والجماعات؛ دون إغفال جانب أهمية دراسة كيفية تأثير هذه المضامين من خلال حركة عملها في البيئة السياسية والاجتماعية والثقافية لأي مجتمع يُراد دراسته.

ولأن الاتصال عملية معقدة يدخل في تحديد نتائجها اعتبارات سيكولوجية، واجتماعية متعددة؛ فقد كان من الصعب أيضاً التحكم في الظواهر الإعلامية، ودراستها دراسة دقيقة في المعامل أو الظروف الطبيعية مثلما هو الحال في العلوم التطبيقية البحتة؛ وهو ما ذهبت إلى تأكيده الدكتورة: جيهان رشدي مستدلة بقول ولبرشرام: "إننا حينما ندرس عملية الاتصال وتأثيراتها لا نستطيع أن نتجاهل ما يحدث داخل الفرد ولا نستطيع أن نتجاهل التفاعل بين الأفراد والجماعات، وكذلك اللغة والرموز والمعلومات وغير ذلك من الاعتبارات، فالإتصال هو أساس العملية الاجتماعية وهو يدخل في اهتمامات جميع أنواع العلوم السلوكية والاجتماعية"

¹. يضاف الى ما سبق أن تحديد مجال الدراسات الإعلامية يعد أمراً بالغ الصعوبة ومما يؤكد صعوبته أن الأنماط الثقافية في المجتمعات الحديثة تتم وساطتها بشكل متزايد من خلال التطبيقات الاجتماعية المتنامية بالإضافة الى ما تقدمه المؤسسات الإعلامية من ممارسات في مجال الإتصال الجماهيري².

من هنا جاءت أهمية دراسة هذا التداخل بين الإعلام كعلم، وغيره من العلوم الاجتماعية الأخرى كعلمي النفس والاجتماع لتبيين الماهية التي جعلت نظريات التأثير الاتصالي وهي -ما يعبر عنها بنظريات الإعلام مجازاً-؛ تنشأ أو تنتج عن مجالات بحث أخرى غير الإعلام وتهتم بعلوم أخرى متعددة لها طبيعة سلوكية فضلاً عن كونها تتناول الإتصال البشري في مجمله العام.

ولأن الدراسات الإعلامية تعد نوعاً من الدراسات الاجتماعية، وعلم النفس والعلوم السلوكية، وغيرها من العلوم الاجتماعية الأخرى التي تتداخل فيها متغيرات عديدة يصعب السيطرة عليها جميعاً بخلاف العلوم التطبيقية البحتة الأخرى؛ فقد جاءت الحاجة لبحث وتوصيف وسبر أغوار مظاهر التداخل القائم بين هذا العلم (علم الإعلام) حديث النشأة وغيره من العلوم الاجتماعية الأخرى المحددة سلفاً حيث أن هذا المجال يعد من أهم المجالات التي مازالت تشكل غموضاً لدى الكثير من الباحثين في مجال (نظريات الإتصال والتأثير).

وانطلاقاً من جدلية الدراسة التي تتوافق مع نظرية المعرفة؛ يمكن اعتبار نظرية المعرفة (Theory of Knowledge) هي المرجعية الأساس لهذه الدراسة، وتعتمد النظرية في مبدأها الأساس على طبيعة تصنيف الدراسات السابقة لأي علم كان، وتعرف نظرية المعرفة بأنها: المعرفة المبررة بالحقيقة والتي تأتي من التقييم الواقعي والمنطقي للمشاكل، ومن ثم

المقاربات الاستمولوجية بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع وعلاقتها بنظريات التأثير في الدراسات الإعلامية

اكتشاف الحلول المناسبة لها، أما مفهوم هذه النظرية؛ فيقوم على أساس الاستيعاب والفهم الحقيقي للدراسات السابقة للعلم الذي يُراد الوقوف على واقع تراكمه العلمي، ومدى إسهامه في تحقيق تطلعات علمائه، أو المهتمين بدراسته بالإضافة إلى إسهاماته الإنسانية على شتى الأصعدة سواء أكانت سياسية، أو اجتماعية، أو ثقافية... إلخ، وتساعد نظرية المعرفة الباحثين من خلال تصنيف المناهج التي استخدمتها الدراسات السابقة، ومعرفة وتحديد أطرها النظرية، والأدبيات التي انطلقت منها، وأدواتها البحثية، وطبيعة المراجع العلمية التي اعتمدت عليها، بالإضافة إلى الإسهامات العلمية التي قدمتها تلك الدراسات³. حيث ستسعى هذه الدراسة إلى دراسة المقاربات الاستمولوجية بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع وعلاقتها بنظريات التأثير في الدراسات الإعلامية وفق رؤية تحليلية نقدية تعتمد على أسلوب التحليل الثانوي.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة مرتكزة على مرتكزين اثنين يؤكدان أهميتها في بيئة دراسات الإعلام والاتصال، ويمكن استدعاء هاذان المرتكزان على النحو التالي:

الجانب الأول:

تقدم الدراسة رؤية منهجية علمية لطبيعة التداخل القائم بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع بهدف التعرف على انعكاسات ذلك التداخل على دراسات وبحوث نظريات التأثير الإعلامي.

الجانب الثاني:

يتمثل في كون هذه الدراسة تعد إضافة علمية لتفسير الغموض الناتج عن ذلك التداخل والذي شكّل نقطه تعثر أو غموض في سطور العديد من الباحثين والمتخصصين في مجال النظريات، كما أنه يمكن الاستفادة منها في تفسير القصور الذي حال دون ظهور نظرية إعلامية تنطلق من أرضية التخصص ذاته كما هو الحال في بقية العلوم الأخرى.

ثالثاً: الدراسات السابقة:

تعد الدراسات التي تناولت جانب مظاهر التداخل بين علم الإعلام والعلوم الاجتماعية الأخرى بالإضافة إلى الدراسات التي تناولت تأثير ذلك التداخل على قصور نظريات التأثير الإعلامي محدودة مقارنة بالإرث الكبير الذي تناولته الدراسات الإعلامية في حقول الإعلام المختلفة والمتنوعة، ولعل من أبرز تلك الدراسات ما يلي:

دراسة (القعاري، 2019)⁴ التي تناولت التداخل النظري والمنهجي للنظريات الإعلامية مع علمي النفس والاجتماع، وضربت أمثلة واضحة على نظريتي: ترتيب الأولويات، وانتقال المعلومات على مرحلتين، وفق أسلوب نقدي استنتج مجموعة من الخلاصات لعل من أبرزها: أن هناك تداخل واضح للأطر المعرفية لنظريات الاتصال بشكل عام الأمر الذي أدى هو الآخر إلى تداخل وتباين بين النظريات والمداخل الأخرى، ولعل مكن هذا التداخل هو اعتماد تلك الدراسات على غير المتخصصين في دراسات الاتصال والإعلام، والذين صُنّفوا في الغالب من علماء علمي النفس والاجتماع، كما توصلت الدراسة إلى وجود التباس واضح في المصطلحات بين النماذج والنظريات والمداخل الأمر الذي أدى إلى عدم الاتفاق

على تصنيف موحد لدراسات تأثير الاتصال ذاته مما أدى إلى عدم قدرة الكثير من المنظرين في دراسات النظريات الإعلامية نحو الوصول إلى نظرية واضحة المعالم قابلة للتطوير المستقبلي، ودعت الدراسة في نهايتها إلى ضرورة تبني المنهج النقدي في دراسة الظواهر الإعلامية المعاصرة التي تتصف بالنظرة الشمولية عند دراسة تلك الظواهر، والحد من التبني الجارف للدراسات الكمية التي تعد قاصرة ولا تستطيع التصدي للدراسات في حقل النظريات الاتصالية والإعلامية.

جزء من هذه النتائج سبق وأن أكدتها دراسة (Holt and Perren)⁵ التي قدمت الأدلة القوية على أن علماء علم النفس وعلم الإنسان (الأنثروبولوجي) كانت لهم إسهاماتهم الواضحة في تأسيس وتطوير النظرية الإعلامية في شتى حقولها ومجالاتها، خاصة في دراسات حقبة السبعينيات الميلادية والتي تصدى لها أمثال: (جاي تاكمان وهاربيرت جانز).

كما جاءت دراسة (عيساني، 2021)⁶ لتؤكد أن حقيقة علم الإعلام والاتصال قد ساهمت في تشكيل سيرورته مجموعة من العلوم المتنوعة كالفلسفة، والتاريخ والنفس والسياسيولوجيا والسياسة، وقد أسست تداخلات هذه العلوم وإسهاماتها في حقل الإعلام والاتصال منطلقاً فلسفياً يتبنى مبدأ التشكيك في شرعية علم الاتصال كعلم قائم بذاته؛ الأمر الذي أكد ما ذهب إليه كثير من الباحثين إلى أن علم الاتصال لم يستطع أن ينتج بمفرده نظرية رئيسية قابلة للتطور في المستقبل.

أما دراسة (العصماني، 1997م)⁷ فقد أكدت أن أسباب ضعف الأسس النظرية في أبحاث الاتصال يمكن تصنيفه إلى أربعة أصناف هي: منهجية، وبحثية، ونظرية وعامة، ولعل أبرز الأسباب المنهجية التي أدت إلى هذا القصور هي: عدم الاهتمام بالأبحاث النقدية والاستعاضة عنها بالدراسات الوصفية البسيطة، بالإضافة إلى قلة الأبحاث التي تتناول دراسة الحالة، وعدم استخدام الأدوات العلمية المتاحة في الدراسات الإعلامية المتنوعة كالملاحظة، والتجارب العملية، أما من ناحية الأسباب البحثية فقد كانت أبرز النتائج هي: قلة وجود أبحاث الربط والاستنتاج، وقلة أبحاث " Replicate " الاستنساخ التي تتناول عادةً دراسات متكررة قد تأتي متوازية مع دراسات أخرى سبقتها قد تدعم في الوقت ذاته نتائج تلك الدراسات السابقة أو تضعفها خاصة إذا نُفذت تلك الدراسات في بيئات مختلفة عن بيئات الدراسات السابقة، بالإضافة إلى عدم وضوح الرؤية عند بعض الباحثين حول أهمية التفريق بين الأبحاث الإدارية والأبحاث الأكاديمية؛ فالأبحاث الإدارية تهدف للوصول إلى المعلومات أم الأبحاث الأكاديمية فتهدف إلى التوسع في القاعدة المعرفية للعلم نفسه من خلال الإسهام في البناء النظري الموجود للعلم ذاته، أما أهم الأسباب النظرية فتناولت الدراسة عدداً منها لعل أبرزها: وجود بعض النظريات المغلقة التي لا تتيح للباحث إمكانات واسعة في الاستنتاج ومن ثم تقتقد إلى القابلية للاختبار وتطوير البحث العلمي، كما شكل مفهوم أن البحث يأتي أولاً ثم تأتي النظرية حقيقة مفادها أنه يتحتم إغفال النظرية الموجودة بالفعل على أمل أن تؤدي محصلة الأبحاث الجديدة في مجموعها إلى توليد نظرية جديدة وهذا في حقيقته هو الاتجاه الذي تنزعه المدرسة الأمريكية والمنعوتة باسم المدرسة الإدارية، يضاف إلى ما سبق من أسباب في هذا الجانب عدم وجود أساس نظري في مجال دراسات الإعلام ومنها على سبيل المثال دراسات الإعلام المرئي والمسموع مما يجعل الباحثين يستعرون نظريات

المقاربات الاستمولوجية بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع وعلاقتها بنظريات التأثير في الدراسات الإعلامية

من علوم أخرى دون توظيفها التوظيف الجيد في خدمة النظرية الإعلامية وبذلك تخدم تلك الأبحاث دون قصد النظرية المستعارة أكثر مما تخدم نظريات الاتصال الجماهيري ولعل مثال ذلك نظرية العنف التلفزيوني والسلوك العدواني، وأخيراً تأتي الأسباب العامة التي تطرقت لها هذه الدراسة ولعل من أبرزها: زيادة الأبحاث الفردية إذا ما قورنت بالأبحاث الجماعية؛ فالأولى تتناول قضايا وموضوعات جزئية، بينما تعمل الأبحاث الجماعية على موضوعات علمية ذات نطاقات وأفاق واسعة، بالإضافة إلى عامل التركيز في الأبحاث على ما يعرف علمياً بمراجعة الأبحاث السابقة وعلى الرغم من ضرورته في البحث العلمي إلا أنه يفقد أهميته بسبب أن الباحث يركز على اختيار الدراسات التي تقوي من مشكلة بحثه وتدعمها الأمر الذي يصعب عليه تقصي كافة الدراسات والأبحاث بسبب تركيزه على الإطار النظري لدراسته.

وفي الجانب ذاته من حيث أهمية تحديد أساليب البحث في المجال الإعلامي؛ جاءت دراسة (صلاح، 2015م)⁸ لتحت الباحثين في مجال الإعلام الاجتماعي على أهمية تطوير الأساليب المنهجية التي يتبعونها عند دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي من خلال تحديد الإشكالات المنهجية المتنوعة التي تواجههم، حيث تواجه الدراسات الإعلامية عدة جوانب قصور في توظيف الأساليب المنهجية المختلفة والمتعبة في الدراسات الإعلامية عند دراسة ظواهر أو موضوعات إعلامية اجتماعية هذا القصور امتد بدوره إلى توظيف النظريات المفسرة في تلك الدراسات، كما أن ذلك القصور جاء نتيجة اختلاف البيئة الاجتماعية من حيث خصائصها الاتصالية، الأمر الذي يدعو إلى أهمية مواكبة تلك التحديات ودراستها سواء على المستوى المنهجي والإجرائي بل ويمتد هذا الاهتمام إلى طبيعة تلك النظريات المستخدمة، وخلصت الدراسة إلى أهمية تحقيق التكامل بين أساليب البحث الإعلامي الكمية والكيفية، بالإضافة إعادة النظر في المداخل والنظريات التي ارتبطت بوسائل الإعلام التقليدية، والعمل على تطوير تلك النظريات بما يتناسب مع اختلاف الظواهر الاجتماعية، والعمل على تقديم نماذج نظرية جزئية تمتلك المقدرة على تفسير وربط الظواهر التي تتم دراستها.

رابعاً التعليق على الدراسات السابقة:

أظهرت مراجعة الدراسات السابقة عدداً من التعليقات ذات العلاقة بموضوع هذه الدراسة، ومن أبرز ما يمكن إيرادها في هذا السياق ما يلي:

1. أكدت الدراسات السابقة أن الغالبية العظمى من العلماء الذين تصدوا لدراسة نظريات التأثير الإعلام هم في الأصل من علماء العلوم الاجتماعية الأخرى ما يؤكد فرضية تداخل هذه العلوم مع علم الإعلام وبالتالي تأثير هذا التداخل على طبيعة فروض نظريات التأثير والأسس التي قامت عليها.
2. جاءت الدراسات السابقة متفقة على أهمية تحديد المنهجيات الواضحة التي تخدم العلم ذاته عوضاً عن خدمتها لتكريس مفهوم النظريات التي يتم استخدامها لغرض تأكيد الأطر النظرية لتلك الدراسات.

المقاربات الاستمولوجية بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع وعلاقتها بنظريات التأثير في الدراسات الإعلامية

3. من خلال الدراسات السابقة يمكن أن نستنتج أن ثمة هناك تداخل واضح بين علم الإعلام والعلوم الاجتماعية الأخرى كان له تأثيره القوي على صياغة أطر هذا العلم وتأسيس مداخل وفرضيات ووظائف نظرياته.

خامساً: مشكلة الدراسة:

يمكن أن تتضح مشكلة هذه الدراسة في المحاورين التاليين:

1. بما أن غالبية أساتذة الإعلام والمتخصصين في مجال نظريات التأثير الإعلامي يؤكدون أن ما هو متوافر من هذه النظريات في الدراسات الإعلامية ما هو إلا جهود غير المختصين في الإعلام، وأن التراكم النظري حول أي نظرية اتصالية بعينها يعود في أساسه إلى نتائج دراسات أجراها متخصصون في علم الاجتماع أو علم النفس أو العلوم السياسية.

2. فإنه من الضرورة أن يكون هناك ثمة تداخل وصلة وثيقة بين هذه العلوم مجتمعة وعلم الإعلام؛ الأمر الذي يدفع إلى ثمة مشكلة بحثية تتحدد بشكل واضح في أهمية فهم والتعرف على مظاهر التداخل بين علم الإعلام من جهة والعلوم الاجتماعية من جهة أخرى، بالإضافة إلى فهم ما هي أبعاد هذا التداخل وانعكاساته على دراسات وبحوث نظريات التأثير الإعلامي.

سادساً: أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل في التالي:

1. الكشف عن طبيعة العلاقة بين علم الإعلام والعلوم الاجتماعية الأخرى (علم النفس، وعلم الاجتماع).
2. التعرف على مظاهر التداخل النظري بين نظريات التأثير في علم الإعلام والعلوم الاجتماعية الأخرى كعلمي النفس والاجتماع.
3. التأسيس لفهم واقعي لحقيقة نظريات التأثير الإعلامي، ومدى صلابتها جذورها ومدى اعتمادها على الأسس العلمية الحقيقية التي انبثقت من خلالها.
4. التعرف على الأسباب التي حالت دون ظهور نظرية إعلامية متخصصة وذلك من خلال الدراسات المكتوبة التي تناولت جوانب نظريات التأثير الإعلامي وأسس تلك النظريات أو النماذج.

سابعاً: تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1) ما الجذور التاريخية لعلم الإعلام؟
- 2) ما مظاهر التداخل النظري بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع؟
- 3) ما هي أبعاد التداخل النظري بين علم الإعلام وعلم الاجتماع وأثره على نظريات التأثير الإعلامي؟
- 4) ما هي أبعاد التداخل النظري بين علم الإعلام وعلم النفس وأثره على نظريات التأثير الإعلامي؟

ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها

تعدّ هذه الدراسة من الدراسات النقدية، التي تقوم على تحليل الظاهرة موضوع الدراسة ونقد حيويتها؛ من أجل الحصول على نتائج علمية منطقية بشأنها، وهي دراسة تعتمد المنهج الكيفي، وهو منهج يتأمل في جزئيات التراكم العلمي ليصل منه إلى وصف عام للظاهرة موضوع الدراسة، باعتباره الأنسب لصياغة توجهات علمية تؤسس لدراسات مستقبلية، من خلال أسلوب التحليل الثانوي (Secondary Data Analysis)؛

والذي يشير إلى تحليل البيانات التي يتم جمعها من قبل باحثين آخرين بهدف التصنيف العلمي وتقويم البيانات وتفسير النتائج وتحديد اتجاهات الدراسات والأدبيات المتعلقة بمجال محدد.⁹ والذي يسمح بالتحليل الكيفي المتعمق للتراث العلمي، ولا يهتم بالجوانب الرياضية والإحصائية في دراسة الظاهرة البحثية بقدر اهتمامه برصد دلالة التغيرات التي تطرأ على الظاهرة خلال فترة زمنية معينة، من حيث الأبعاد النظرية والمنهجية والإجرائية، فضلاً عن الرصد الدقيق للتيارات والاتجاهات البحثية والفلسفية السائدة في تلك البحوث ومدى تليتها لدواعي التراكم العلمي والتطور النظري والمنهجي للمداخل النظرية في دراسات الإعلام.

وتعود أهمية التحليل الكيفي الثانوي في التقويم العلمي والمراجعة النظرية والمنهجية للنظريات العلمية لسببين:

- يتيح للباحثين توسيع قاعدة البيانات الخاضعة للتحليل، وهو ما يصعب تحقيقه في حالة البحوث الكمية التي تعتمد على البيانات الأولية (Primary Data)¹⁰.
- يتفرد التحليل الثانوي حال استخدامه في المراجعة العلمية للتطبيقات النظرية بتقديم إضافة معرفية نوعية (Additional Knowledge) للتراكم العلمي والبحثي؛ لما ينطوي عليه من رؤية متكاملة قائمة على مراجعة مختلف الرؤى والتيارات البحثية الواردة ضمن طيات التراث العلمي في المجال البحثي المعين¹¹.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة، وُظف المنهج الكيفي في: تحليل أدبيات الدراسة، ومراجعة الدراسات والبحوث العلمية المهمة التي تناولت جانب نظريات التأثير الإعلامي، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، بالإضافة إلى تحليل نظريات التأثير الإعلامي ذات العلاقة.

تاسعاً: حدود الدراسة:

تحدّدت هذه الدراسة بالمحدّدات التالية:

- الحدود المكانية:

أُجريت الدراسة الحالية في المملكة العربية السعودية، وتحدّدت بحدودها المكانية، وبما يؤثر في هذه الحدود المكانية من الأطر السياسية والثقافية والاجتماعية.

- الحدود الموضوعية:

تحدّدت هذه الدراسة موضوعياً بفهم والتعرف على مظاهر التداخل بين علم الإعلام والعلوم الاجتماعية الأخرى ومدى أبعاد هذه التداخلات على دراسات وبحوث نظريات التأثير الإعلامي.

- الحدود الزمنية:

تحددت هذه الدراسة زمنياً بزمّن جمع البيانات الأساسية للدراسة في كافة محاورها، ودراستها وتحليل نتائجها وتفسيرها، وهي المدة الواقعة بين 2022/3/14م - 2022/6/10م. على أن تعرض الدراسة في مجملها لجانبين مهمين عند دراسة هذه النوعية من الدراسات هما:

○ الجانب التاريخي:

سيتم في هذا الجانب استعراض الجذور التاريخية لعلم الإعلام في مجالات التداخل (علم النفس، علم الاجتماع) دون التعرض لغيرها من العلوم الأخرى إلا بالقدر الذي تتطلبه طبيعة هذا البحث.

○ الجانب النظري:

سيتم من خلاله تناول مظاهر التداخل بين علم الإعلام والعلوم النظرية ذات العلاقة كعلمي النفس والاجتماع وفقاً للنظريات المتوافرة لمعرفة الأسس التي تقوم عليها هذه النظريات بناء على ما هو قائم من تداخل بين علم الإعلام والعلوم الاجتماعية الأخرى ذات الصلة، كما سيتم استعراض بعض الأمثلة التي توضح ذلك التداخل على بعض نظريات التأثير الإعلامي وأبعاده عليها.

عاشراً: التعريفات الإجرائية للدراسة:

- **مظاهر التداخل:** يقصد بها في هذه الدراسة الجوانب النظرية التي يمكن لعلمي النفس والاجتماع أن يسهما فيها بشكل مباشر أو غير مباشر في تأسيس الإطار المفاهيمي والنظري والفلسفي للنظريات في علم الإعلام.

- **نظريات التأثير الإعلامي:** هي مجموعة من الجمل والعبارات والمتغيرات المترابطة والمتكاملة منطقياً والتي تشكل في نهاية الأمر نوعاً من العلاقات التي يتم تفسيرها وفقاً لإطار نظري فلسفي محدد يهتم في تفسير الظواهر وتطبيقاتها في مجال الدراسات الإعلامية.

- **إبستمولوجيا:** يرجع أصل كلمة (Epistemology) إلى اللغة اليونانية وهي؛ وهي تحوي جزئين الأول (Episteme) ويعني المعرفة، و(Logos) ويقصد به السبب أو الحجة، ويُشير مصطلح إبستمولوجيا إلى نظرية المعرفة أي دراسة المعرفة والأشياء المرتبطة بها ارتباطاً وثيقاً؛ كالتبرير، وتشير النظرية إلى إمكانية امتلاك الإنسان لمعتقدات مُبرّرة، وكيفية معرفة هذه المعتقدات وما يُبرر تصديقها، بالإضافة إلى كيفية استخدام تلك المعرفة أو الاعتقادات المُبرّرة من أجل معرفة أشياء أخرى جديدة، وتعد الإبستمولوجيا أحد مجالات الفلسفة¹².

الحادي عشر: نتائج الدراسة ومناقشتها:

جاءت نتائج هذه الدراسة في خمسة محاور وفق التالي:

- المحور الأول: الجذور التاريخية لعلم الإعلام.
- المحور الثاني: التداخل النظري بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع.
- المحور الثالث: التداخل النظري بين علم الإعلام وعلم الاجتماع وأبعاده على نظريات التأثير الإعلامي.

- المحور الرابع: التداخل النظري بين علم الإعلام وعلم النفس وأبعاده على نظريات التأثير الإعلامي.
- المحور الخامس: نماذج لنظريات اتصال تتداخل مع علمي النفس والاجتماع.

المحور الأول: الجذور التاريخية لعلم الإعلام

يصف عدد من خبراء وأساتذة الإعلام والاتصال الجذور التاريخية لعلم الإعلام بالعلم حديث النشأة الذي لم يظهر كعلم مستقل إلا قبيل الحرب العالمية الثانية؛ حيث لم يكن هناك مجال أكاديمي يسمى (الاتصال الجماهيري) أو الإعلام آنذاك، وكان الباحثون الذين يتصدون لدراسة وسائل الإعلام هم في الأصل من باحثي علمي النفس والاجتماع وهما العلمان اللذان يتداخلان مع علم الإعلام أكثر من بقية العلوم الأخرى، كما أنهما العلمان اللذان تتجذر فيهما بداية الأعمال البحثية الإعلامية والاتصالية، ولعل ذلك يعود كنتيجة طبيعية للاهتمام الذي أولاه كثير من علماء هذين العلمين من حيث تأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع من جهة، ومن حيث تأثير الفرد والمجتمع على تلك الوسائل من جهة أخرى وهم بذلك يعدون المؤسسين الأوائل لعلم الإعلام ونظرياته الأولية¹³.

وعلى الرغم من أن علم الإعلام يعد من العلوم حديثة النشأة إلا أنه يتمتع بتاريخه الاتصالي بيد أن هذا التاريخ يتجذر في علوم أخرى أهمها على الإطلاق علم الاجتماع وعلم النفس وعلم السياسة، بل ذهب كثير من المنظرين في هذا الجانب إلى تنبئ حقيقة مفادها أن النظام الإعلامي لا يكاد ينفصل عن النظام السياسي وهو جزء لا يتجزأ منه حيث يعرف خبراء اليونسكو السياسة الإعلامية بأنها: "مجموعة من المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية والتي عادةً تنشق من شروط الأيدولوجيا السياسية والقيم التي ترتكز إليها في بلد ما"¹⁴.

حيث يعد المؤسسون الأوائل لعلم الإعلام هم الباحثون والمتخصصون في مجالات تلك العلوم الاجتماعية؛ وهو الأمر الذي حال من -وجهة نظر كثير من المتخصصين في نظريات التأثير الإعلامي- دون ظهور نظرية إعلامية متخصصة تنشأ من جذور العلم ذاته؛ فضلاً عن أن النظريات المتوافرة والمعروفة في علم الإعلام؛ جاءت كنتاج طبيعي لدراسة ظواهر بعينها كان من الصعوبة دراستها بمنأى عن بقية العلوم الإنسانية والاجتماعية الأخرى نظراً للتداخل الشديد والواضح بين هذا العلم وبين بقية العلوم الاجتماعية الأخرى كعلمي الاجتماع والنفس، وهو ما يوضح السبب في ظهور صياغات مختلفة لمفهوم النظرية الإعلامية تبعاً للتداخل النظري والغموض المعرفي الذي تتسم به هذه النظريات، إذ أن علم الإعلام علم مهجّن برز على خارطة المعرفة كعلم جراء الأرضية المشتركة بين العلوم الاجتماعية والإنسانية بشكل تابع ولعل هذا الأمر يعود لسببين رئيسيين هما:

الأول: انصواء علم الإعلام كمجال بحثي يلتزم بالتبعية للحاجة المعرفية الاجتماعية والسياسية والنفسية، متمثلاً في تبني الدراسات الإعلامية خلال العقود الثلاثة الأولى من القرن العشرين وجهة النظر التي ترى أن لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً على الآراء والاتجاهات والسلوك، حيث تمثل الرسالة الاتصالية (رصاص سحري) يصل فوراً إلى عقول المستقبلين، وظهر ذلك في دراسات (هارولد لازويل) حول آثار الدعاية و(كانتريل)، و(ألبورت) حول التأثير السيكولوجي للراديو، و(كانتريل وجوديت وهيرزوج) حول تأثيرات الراديو المحتملة على المستمعين، وهكذا

المقاربات الاستمولوجية بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع وعلاقتها بنظريات التأثير في الدراسات الإعلامية

اعتمدت نظرية (الطلقة السحرية) تماما حتى ذلك الوقت على النظريات العامة في مجال علم الاجتماع وعلم النفس وفقا لتطورها، وفضلاً عن ذلك كان هناك مثالا واضحا هو التأثير الهائل للدعاية خلال الحرب العالمية الأولى والتي يبدو أنها قدمت الدليل الصريح على أن وسائل الإعلام كانت قوية على النحو الذي وصفها به (لازويل) وصفا دراميا عندما استنتج أنها كانت (المطرقة الجديدة وسندان الترابط الاجتماعي)¹⁵.

الثاني: استقلال علم الإعلام كمجال بحثي يعكس بمنطلقاته المتقدمة هذه الزوايا البحثية الاجتماعية بشقي التناول الموضوعي المتمثل في الظواهر المدروسة، والذاتي المتمثل في التناول المنهجي وما يقتضيه من أساس نظري¹⁶.

إذ أنه وفي أواخر العشرينيات وبداية الثلاثينيات تطور الاهتمام بوسائل الإعلام بوصفها موضوعا للبحث، وبدأ التحول في هذه المرحلة من مجرد التكهن بآثارها إلى الدراسات المنظمة لأثار محتوى الاتصال، ومن مجرد الاعتماد على الدراسات النفسية والاجتماعية إلى أفق جديد تمثل في وضع أسس جديدة لعلم جديد أو لمجال بحثي جديد هو علم الإعلام وهذا ما أكد عليه (ولبرشرام) الذي يرى أن المؤسسين الأوائل لبحوث الإعلام لم يكونوا من المتخصصين في الإعلام أوفي بحوث الاتصال بل كانوا باحثين في علوم أخرى لها علاقة بالإعلام مثل العلوم السياسية، وعلمي النفس والاجتماع، وهو ما خرج به من تتبعه لجهود عالم النفس الاجتماعي (كارل هوفلاند) و(هارولد لازويل) الباحث في العلوم السياسية وجهود الباحثين في علم الاجتماع أمثال (لازارفيلد)، وغيرهم من الذين أثروا بدورهم في بلورة رؤية نظرية لهذا المجال العلمي الحديث وعملوا على دراسته باعتباره أحد المتغيرات المؤثرة في بحوث العلوم الاجتماعية الأخرى¹⁷.

ويمكن الحكم على أن الاهتمام بالأبحاث الإعلامية انحصر حتى أوائل القرن العشرين في الدراسات التي يغلب عليها الطابع التاريخي أو الفلسفي أو القانوني أو الأدبي؛ وهي دراسات كيفية في جوهرها حيث كان الاهتمام فيها منصباً على تحديد نواحي الاهتمام الرئيسية، وتكوين مفاهيم أو افتراضات أساسية، ومثال ذلك أن الدراسات الإعلامية الأولى ركزت في مجملها على تاريخ الصحافة، وكانت تؤرخ للصحف كانعكاسات لشخصيات صحفية قامت بإصدار وتحرير تلك الصحف، وكذلك ركزت تلك الدراسات على مفاهيم فلسفية مثل حرية الصحافة، وحق الأفراد في نشر آراءهم بدون تدخل السلطات، ودور الصحافة في المجتمع.

أما علماء الاجتماع فقد ركزوا على دراسة أساليب السيطرة الاجتماعية في حين اهتم علماء النفس الاجتماعي بدراسة سلوك الفرد والجماعة، وكانت هذه الدراسات ذات صلة وثيقة بالإعلام وفيها تكمن الجذور التاريخية الأولى لهذا العلم، حيث تعتبر التصورات التي قدمها علماء هاذين العلمين عن مفهوم الاتصال في أواخر القرن التاسع عشر بمثابة المدخل الرئيس لدراسة الاتصال¹⁸.

بناءً على ما سبق يمكن القول إن التفسيرات الجديدة لأثار وسائل الإعلام نشأت من الأفكار النفسية والاجتماعية، وهو الأمر الذي يجعل من المراجعة المختصرة للتطورات النظرية في هذين العلمين الاجتماعيين ضرورة لفهم أسباب إعادة صياغة الأفكار المتعلقة بطبيعة وسائل الاتصال الجماهيرية، وآثارها والأسباب التي دفعت إلى تفرع هذه الأفكار وتشعبها في اتجاهات معينة¹⁹.

المقاربات الاستمولوجية بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع وعلاقتها بنظريات التأثير في الدراسات الإعلامية

مع الأخذ في عين الاعتبار حقيقة مهمة تتمثل في أن كليات الصحافة شاركت هي أيضا خلال تلك الفترات في جميع أنحاء الولايات المتحدة الأمريكية في إثراء الدراسات الإعلامية الى جانب اهتمام كبير من قبل علماء النفس بدراسة الإعلام والرأي العام لمعرفة الآراء والاتجاهات خاصة إبان الدعاية النازية.

وقد كان لهذه العوامل مجتمعة أن بدأت تظهر المجالات المتخصصة في نشر الأبحاث العلمية في مجال الإعلام حيث ظهرت سنة 1925م في الولايات المتحدة مجلة الصحافة الربع سنوية لنشر وتشجيع الأبحاث الإعلامية²⁰.

إلا أنه خلال السنوات الأولى من ظهور أبحاث هذا النوع المتخصص بوسائل الإعلام لم يكن يوجد مجالاً موحداً أكاديمياً يسمى (الاتصال الجماهيري) أو (الإعلام) على ذات النحو الذي كان عليه ذلك العلم الذي يسمى التاريخ، أو الاجتماع، أو علم النفس، أو علم دراسة الإنسان (الأنثروبولوجي)، وإنما جرت العادة على أن يكون الباحثون الذين يدرسون وسائل الإعلام هم من باحثي العلوم الاجتماعية الأساسية، أو من أصحاب الخلفية الأكاديمية التي تستعين بدراسة سلوك جماهير وسائل الإعلام كمجال مناسب لاختبار الفروض والمفاهيم، والنظريات التي جاءت فعلاً من هذه المفاهيم الخاصة²¹.

مما سبق يمكن النظر إلى أن علم الإعلام ليس من العلوم الضيقة أو ذات الاهتمام المحدود، أو من العلوم التي تنحصر جذورها داخل علم أو تخصص واحد وإنما هو علم واسع له جذوره التاريخية في شتى مجالات العلوم الأخرى بيد أن من أهم هذه العلوم هي: علوم الاجتماع والنفس والسياسة، ولذلك أضحت مجال الاتصال الجماهيري محور غير عادي وخالق للدراسات والأبحاث والتنظير. مما سبب إحساساً لدى الباحثين بصعوبة وضع حدود دقيقة تحدد نطاق هذا العلم أو نظرياته أو حتى البحث في جذوره التاريخية.

المحور الثاني: التداخل النظري بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع

تعرف النظرية العلمية على أنها "نظام منهجي من المفاهيم، والعلاقات ترتبط ببعضها البعض من خلال وظائف هي التفسير، والشرح، والتنبيؤ وتسمح بإمكانية التحكم بالظواهر الموجودة في العالم الحقيقي (Pavitt, 2010)، وحيث أن وظيفة الوصف مهمة فإنه يمكن إضافتها لهذا التعريف؛ لذا فإن النظريات العلمية بشكل أساسي تتكون من عاملين اثنين هما: النموذج، والتفسير العلمي للنموذج²².

ويكمن التداخل النظري بين علم الإعلام، وعلم الاجتماع من حيث ظهور التخصصية على حدود كل منهما ومن خلال الربط بين العلمين على اعتبار أن الاتصال يعد في الأساس عملية اجتماعية، ولعل توصيف مظاهر هذا التداخل القائم بين العلمين يأتي من خلال تفسير وتحليل النظريات الاتصالية المشهورة بغية التعرف على والكشف عن السببية المنطقية لحدوث ذلك التداخل، ومعرفة الانعكاسات التي تترتب بناءً على هذا التداخل، سواء كان ذلك في تلازم بعض النظريات واشتراكها من حيث البناء النظري لها أو في تشابه الفرضيات التي قامت عليها أكثر هذه النظريات مع فروض نظريات علم الاجتماع ذات العلاقة بمجال التأثير الاتصالي أو نظريات علم النفس.

إن من الأهمية بمكان معرفة أن الاتصال هو في الأساس عملية اجتماعية يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء، والأفكار في رموز دالة بين الأفراد والجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة؛ فهو علم أوجدته الحاجة الاجتماعية ودفعت به إلى حيز الظهور ليجسد صورة من صور التفاعل الاجتماعي بل" واقتراض أساس لكل صور التفاعل الاجتماعي الأخرى"²³.

ولهذا السبب تواجه الباحثين صعوبات كثيرة عندما يحاولون تحديد مجال واحد لنظريات الاتصال لأنه ليس هناك طريقة مقبولة في أي مجتمع لتحديد نطاق التفاعل الذي يتم بين البشر.

إن أول مظهر من مظاهر التداخل بين علمي الإعلام والاجتماع يتمثل فيما قدمه بعض الباحثين في علم الاجتماع والإعلام والذين تناولوا علم الإعلام كنشاط اجتماعي إنساني يشمل جانبا من الجوانب والأنشطة المختلفة التي يمارسها الفرد في المجتمع وبيئتها علم الاجتماع، فضلاً عن أن الإعلام كعلم يدرس خصائص وسائل الإعلام المختلفة، نشأتها، وتطورها، كما يدرس أيضاً اختلاف وسائل الاعلام باختلاف المجتمعات والنظم الاجتماعية حيث ينظر لها على أنها وسائل متعددة ومتطورة ومرتبطة بظروف المجتمع²⁴.

ويمكن تحديد عناصر الظاهرة الإعلامية من حيث كونها ظاهرة اجتماعية ديناميكية مستمرة وفقاً للعناصر التالية²⁵:

1. قائم بالاتصال: وهو غالباً ما يكون جزء من نظام مؤسسي وجماعي ذا طابع ما.
2. رسالة: وتعبر عن محتوى فكري ودلالي كما تتضمن رموز تكتسب قيمتها وفق الإطار الدلالي للجمهور ووفقاً لطبيعة وظروف عملية الاتصال ذاتها والبيئة المجتمعية التي يتم فيها الاتصال.
3. وسيلة: تؤثر على محتوى الرسالة بخصائصها وتكون وسيطاً مادياً بين القائم بالاتصال والجمهور.
4. الجمهور: وهو المستهدف والهدف من الرسالة الاتصالية، ويدخل ضمن هذه العناصر التأثير والتغيير والتدعيم ثم رجوع الصدى لرد فعل الجمهور إزاء ما يتلقاه ويتفاعل معه أما الظاهرة الاجتماعية ذاتها فهي جماعة البشر، والأنشطة البشرية والعمران والأبنية الثقافية، والفكرية للإنسان، وبهذا تتداخل الظاهرة الاجتماعية في كافة مراحل العملية الاتصالية.

وهكذا تمتد العلاقة بين الاجتماع والإعلام لتشمل أهمية التعرف على نمط الدور الاجتماعي للمؤسسات الاتصالية، والأطر التفسيرية المرجعية لها في تحديد المشكلات الاجتماعية وقدرتها على تعريف الواقع الاجتماعي فيما يعرف بالعمليات الاجتماعية لتصنيع المعرفة، وتبقى علاقة التفاعل في التأثير والتأثر بين الظواهر الاجتماعية وأبنيتها المجتمعية وبين مؤسسات الاتصال في السياق المجتمعي الأشمل الذي يحكمه زمان ومكان معينين ونظرة بحثية محددة للمتغيرات التابعة والمستقلة.

أما إذا نظرنا إلى الدراسات الإعلامية بشكل أوسع وأشمل ليس فقط منذ نشأة بحوث الإعلام في الثلاثينيات من القرن الميلادي المنصرم والتي نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية وجاءت كاستجابة لاحتياجات المجتمع الأمريكي وحاجته الماسة للمعلومات ولكن

المقاربات الاستمولوجية بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع وعلاقتها بنظريات التأثير في الدراسات الإعلامية

أيضاً للأبحاث الإنسانية الاجتماعية التي تناولت السلوك البشري الإنساني بشكل عام منذ عهد الإغريق، والتي بهرت الفلاسفة والمفكرين وعلماء الاجتماع؛ فإنه يمكن القول؛ أن الأبحاث التي ظهرت في مجال الإعلام سواء خلال الفترات السابقة أو الفترة الزمنية التي تلتها بما في ذلك نظريات التأثير ليست سوى محاولات لفهم وتفسير عملية الاتصال والتواصل بين الأفراد والجماعات من جهة وبين وسائل الإعلام من جهة أخرى ومحاولة قياس تأثير تلك الوسائل على الوعي الإدراكي والثقافي للفرد والمجتمع²⁶

وبما أن عدداً من الباحثين يتفق على حتمية حدوث تداخل نظري بين علم الاجتماع وعلم الإعلام باعتبار الأول جذر والثاني فرع؛ فمن المهم في هذا الحيز التطرق إلى عدد من العوامل التي تم استقائها من خلال تحليل ماهية التداخل بين العلمين والتي تصب جميعها في بوتقة موضوع هذا البحث للكشف عن الأسباب العلمية لحدوث التداخل ولعل أبرز هذه الأسباب ما يلي:

1. الأسبقية التاريخية للدراسات الاجتماعية على الدراسات الإعلامية وازدياد توسعها وتشعبها مع تزايد المجتمعات تعقيداً "إذ أن علم الاجتماع ومنذ العام 1970م بدأ يسير متوازياً مع عملية الانقسام والتشعب في مباحثه مما أدى بدوره إلى نشوء علم يحوي أكثر من (40) فرعاً كل فرع يدرس قطاعاً خاصاً من قطاعات المعرفة الإنسانية بما في ذلك علم الاتصال وعلم الاجتماع الإعلامي²⁷.
2. معظم الدراسات والأبحاث التي قدمها الباحثون في حقل الإعلام تناولت الإعلام كنشاط اجتماعي إنساني يشمل جانباً من جوانب الأنشطة التي يمارسها الفرد في المجتمع ويبحثها علم الاجتماع.
3. اتسم الارتباط الجدلي بين المجتمع ووسائل الإعلام بعلاقة التأثير والتأثر وهذه العلاقة جعلت وسائل الإعلام تُدرس كظاهرة اجتماعية دراسة موضوعية وباستخدام مناهج البحث العلمية والتي تم التوصل من خلالها إلى النظريات الخاصة بتأثير وسائل الاتصال الجماهيري.
4. إدراك الباحثون والمتخصصون في مجال الإعلام ذاته أنه لا يمكن فهم عملية الاتصال عن طريق دراسة وسائل الإعلام وحدها دون حدوث اتصال مباشر من شخص إلى آخر داخل الجماعة وبين الجماعات المختلفة وكذا دراسة مجتمع أو جمهور وسائل الإعلام.
5. انطلاق النظريات المستحدثة في مجال التأثير الإعلامي من دراسات وأبحاث أجريت في أغلبها على المجتمعات والجماهير وأجراها متخصصون ليسوا في مجال الإعلام وإنما ارتباطهم بتخصصات مختلفة أهمها على الإطلاق علمي الاجتماع والنفس.

أما أبرز مكامن التداخل النظري بين علم الإعلام، وعلم النفس؛ فيظهر من خلال مدخل التأثير والتأثر، ودراسات التأثير الإعلامي على النفس البشرية ومدى قوة هذا التأثير وأبعاده وحتميته على الرغم من وجود العديد من الشكوك حول قوة هذا التأثير وجدلية موضوعاته، على اختلاف مفهوم التأثير ذاته وتفسيراته من قبل علماء علمي الاتصال والنفس ويمكن الأخذ بمقولة المنظر الإعلامي (كاري، 1978) الذي يعزو الاختلاف في الآراء حول قوة

المقاربات الاستمولوجية بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع وعلاقتها بنظريات التأثير في الدراسات الإعلامية
تأثير وسائل الإعلام إلى اختلاف الوقائع التاريخية والاجتماعية التي تمر بها المجتمعات البشرية ذاتها²⁸.

مما سبق يمكن اعتبار النموذج المعرفي أحد أهم مظاهر التداخل بين علم الإعلام وعلم النفس؛ فهو أكثر الصيغ التحليلية النفسية شيوعاً في دراسات وأبحاث الاتصال حيث تتبنى تلك الدراسات دراسة مفاهيم متنوعة كدراسة مفاهيم الموقف والمعتقدات والحاجات والإشباع وتفسير وتحليل العمليات المعرفية²⁹.

المحور الثالث: التداخل النظري بين علم الإعلام وعلم الاجتماع وأبعاده على نظريات التأثير في الدراسات الإعلامية

يتناول هذا المحور التداخل النظري بين علم الإعلام وعلم الاجتماع، خاصة في مجال علم النفس الاجتماعي، وعلم الاجتماع الإعلامي وأبعاد هذا التداخل وانعكاساته على نظريات التأثير الإعلامي، حيث يرى عدد من علماء النفس أن مجال علم النفس الاجتماعي من المجالات الأساسية للدراسات الإعلامية، ويعتبرون أن الرواد الأوائل لعلم الإعلام هم علماء النفس الاجتماعي من خلال الدراسات والأبحاث التي تبينها أو قاموا بها في هذا المجال.

وتبدو أهمية علم الاجتماع بالنسبة لعلم الإعلام في الانعكاسات التي يحدثها ذلك التداخل النظري بين العلمين على ما اصطلح بتسميته علمياً بنظريات تأثير الاتصال الجماهيري؛ حيث تتجلى ملامح ذلك التداخل وانعكاساته في تكامل بعض النظريات من حيث بناءها النظري مع بعضها البعض فضلاً عن الافتراضات التي تقوم عليها والعناصر التي تركز عليها أيضاً، وذلك لكون جميع تلك الافتراضات لتلك النظريات تصب في قالب واحد يهدف إلى قياس مدى تأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع.

كما تجدر الإشارة إلى أن النظريات التي تنتمي إلى علم الاجتماع الإعلامي يمكن تصنيفها في ثلاثة أصناف هي: النظريات التي تنتمي إلى علم الاجتماع في الأساس؛ وهي التي تدرس دور الإعلام في المجتمع بوصفه أحد عناصر تشكل البناء الاجتماعي، ومثال ذلك: النظرية الماركسية، ونظرية النقد الاجتماعي، أما التصنيف الثاني فينفرد بالنظريات التي تتناول دراسة الظواهر الإعلامية التي تحدث في المجتمعات، ومن أمثلتها ما قدمه (ماكلوهن) و(هابيرماس) من دراسات وأطروحات، وأخيراً يأتي تصنيف النظريات الإعلامية التي تندرج تحت علم الإعلام بشكل مستقل؛ والتي تتناول الدراسات الإعلامية من منظور دراسة الظواهر الإعلامية وفق إطار عقلي عملي له نماذجه وأساليبه القياسية³⁰.

يضاف إلى ما سبق حقيقة لا بد من إبرازها وهي أن جميع الدراسات التي أجريت في حقل الإعلام فيما مضى تتمحور في مجملها حول تساولين اثنين هما:

ما هو أثر الإعلام على المجتمع؟ وما هو أثر المجتمع على الإعلام؟

ولهذا يظهر أن ثمة فصل دائم بين النظرية والتطبيق، وخط كبير عند محاولة الخروج بإجابة عن التساولين من خلال اختبار فرضيات معينة عادة ما تتحول مع التراكم المعرفي إلى نظريات.

ما يقود إلى نتيجة غير حاسمة مفادها أن هناك جدل كبير حول العلاقة بين النسيج الاجتماعي لأي مجتمع كان وبين استغلال القيم الاجتماعية لذلك المجتمع من قبل وسائل الإعلام مما يؤدي إلى حقيقة مفادها أنه لا توجد نظرية حتمية يمكن تطبيقها تحت كل الظروف³¹.

ودرءاً لتشعب الموضوع يمكن إجمال أهم تلك الملامح والانعكاسات وأبعادها على علم الإعلام ونظريات التأثير تحديداً في سياق النقاط التالية:

1- بالنسبة لنظريات التأثير المباشر (قصير المدى) فإنه يتضح أن أبرز مظاهر التداخل في هذا الجانب يتجلى بمعرفة أن جميع النظريات التي تدخل تحت هذا التصنيف تعتمد على خصائص الجمهور والفئات الاجتماعية والعلاقة بينهما سواء كان ذلك من حيث المفهوم أو من حيث المحتوى، فضلاً على أنها توحى بأن ثمة علاقة تأثير مباشر وتلقائي يحدث خلال فترة قصيرة بين الفرد ومضمون الرسالة الإعلامية³²، ومثال على ذلك ما يسمى بنظرية (الرصاصة السحرية) أو (نظرية الحقنة الإعلامية) والتي تعتمد تماماً على التفسيرات العامة في مجال علم الاجتماع وعلم النفس وفقاً لتطورها.

هذه النظرية ترى أن جماهير وسائل الإعلام سلبيون يمكن التأثير عليهم تأثيراً مباشراً عن طريق الوسائل الإعلامية بحيث يدفع التأثير المتلقي للرسالة نحو القيام بردة فعل معينة هو ما يهدف إلى تحقيقه القائم بالاتصال، وهي تنطلق من افتراضين أساسيين هما³³:

- أن الناس يستقبلون الرسائل الاتصالية بشكل مباشر وليس من خلال وسائل أخرى.
- أن رد الفعل حيال رسائل الاتصال يتم بشكل فردي، ولا يضع في الاعتبار التأثير المحتمل لأشخاص آخرين.

2- بالنسبة لنظريات التأثير (طويل المدى أو غير المباشر) فإن مظاهر التداخل بين علم الإعلام والعلوم الاجتماعية الأخرى تتجلى فيما يتعلق بالنظريات التي تدخل ضمن هذا التقسيم في كون هذه النظريات تركز على استخدامات الجمهور ومدى اعتماد الفرد على وسائل الإعلام إلى جانب أنها تركز على العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والمجتمع (وتعتبر النظريات من هذا النوع أكثر شمولاً كونها تضع في حساباتها العلاقات الاجتماعية التي تؤثر في الناس وتميل إلى الجمع بين النموذج الإدراكي وجوانب من نماذج البناء الوظيفي)³⁴.

مثال ذلك نظرية (الاستخدامات والإشباع)، ونظرية (الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام) والتي تصور كل منهما وسائل الإعلام باعتبارها نظاماً اجتماعية ذات طبيعة بنائية متفاعلة مع النظم الاجتماعية الأخرى.

كما أن كل واحدة من هاتين النظريتين لا تمتلك حدود واضحة المعالم، وإنما يتداخل كل منهما مع الأخرى من ناحية، ويتداخلان مع بعض النظريات من ناحية أخرى أيضاً.

إلى جانب ذلك تتفق نظرية (دوامة الصمت) والتي وضعت فروضها النظرية (اليزابيت نيومان) خلال السبعينيات تتفق اتفاقاً كبيراً في كثير من جوانبها مع نظرية (المجتمع الجماهيري) حيث تتضمن في الوقت ذاته دراسة صورة العلاقات الاجتماعية.

3- أما فيما يتعلق بالنظريات التي تتبنى التأثير (متوسط المدى) فيكفي أن ندرك تداخل هذه النظريات التي تتبنى هذا المنظور مع علم الاجتماع من خلال أن هذا التصنيف يضع جميع العناصر والظروف المتصلة بالعملية الاتصالية في الاعتبار وهو ينظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها نظم اجتماعية ذات طبيعة بنائية تتفاعل مع النظم الأخرى في المجتمع وتراعي الخصائص النفسية والاجتماعية لأعضاء الجمهور³⁵.

فعلى سبيل المثال: يبرز تداخل علم الإعلام مع علم الاجتماع في الأخذ بنظرية (تدفق المعلومات) على مرحلتين (The two-step flow)، والتي تقوم على فرض أن الأفكار أو المعلومات غالباً ما تنتقل من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي (Opinion Leaders) ومنهم إلى قطاعات الشعب حيث تتضح تلك الأهمية بالنظر إلى جانب مهم في النظرية قوامه "أن من خصائص الأفراد في جمهور وسائل الإعلام الانتماء والتفاعل الاجتماعي، وليس العزلة بمعنى أن الفرد في جمهور وسائل الإعلام ليس فرداً منعزلاً ولكنه ينتمي بشكل أو بآخر إلى شبكة من العلاقات الاجتماعية التي تؤثر في سلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام وقراره الذي يعكس تأثيره بمحتوى الإعلام من عدمه"³⁶.

المحور الرابع: التداخل النظري بين علم الإعلام وعلم النفس وأبعاده على نظريات التأثير الإعلامي

يرى كثير من علماء النفس أن مجال علم النفس الاجتماعي من أهم المجالات الأساسية للدراسات الإعلامية، ولعل من الرواد الأوائل الذين طرقتوا هذا المجال "كارل هوفلاند" و"بول لازرفيلد" و"كورت لوين"؛ حيث ترك كل واحد من هؤلاء الثلاثة أثره الواضح ومدرسته الفلسفية على مناهج البحث وموضوعاتها، فأثر وأثرى "هوفلاند" في جامعة ييل بتجاربه على عملية الإقناع، وأحدث "لوين" في جامعة أيوا، وجامعة ماساتشوسيت للتكنولوجيا نقلة نوعية بتجاربه على الجماعات والأدوار الاجتماعية، بينما جاء "لازرفيلد" ليؤثر في أبحاثه التي ركزت على استقصاء الرأي العام وتأثير وسائل الإعلام من خلال مركز الأبحاث الاجتماعية التطبيقية بجامعة كولومبيا، لتأتي مدارس هؤلاء العلماء الثلاثة بمثابة بوتقة تندمج من خلالها مناهج البحث في مجال الإعلام وتأثيراته؛ الأمر الذي دفع الدارسين والباحثين في مجالات الاتصال الجماهيري إلى استخدام أكثر من أسلوب من أساليب البحث التي استخدمها الرواد الثلاثة الأوائل³⁷. وهو ما يكشف لنا تباعاً ماهية التداخل الحاصل بين علم الإعلام وعلم النفس وانعكاسات ذلك التداخل على الجهود النظرية التي برزت في الميدان النظري للإعلام، الأمر الذي أكدته عدد من الدراسات الإعلامية من أبرزها دراسة (عواطف عبد الرحمن، 2002) التي أكدت أن دراسة العلاقة بين علم الإعلام وعلم النفس تعد عملية اجتماعية يجب أن تنبثق من خلال دراسات علم النفس الاجتماعي، وأن لا تقتصر على علم النفس بصفة عامة لأن علم النفس العام يهدف إلى الدراسة العلمية لسلوك الكائنات الحية بما فيها الإنسان من أجل الوصول إلى فهم هذا السلوك والتنبؤ به والتحكم فيه، أما فيما يتعلق بعلم النفس الاجتماعي فهو فرع جديد لعلم النفس يهتم بدراسة تفاعل الفرد مع الأفراد الآخرين ومع الثقافة القائمة وتأثره بهما وتأثيره فيهما أي أنه يهتم ويركز على دراسة سلوك الفرد متأثراً ومؤثراً في سلوك غيره من الأفراد كما يدرس العلاقة بين الفرد والآخرين، وبين الفرد والجماعة من خلال عملية التفاعل التي تحدث بين هذين الطرفين، وهو لا يختلف كثيراً عن عملية الاتصال (القائم بالاتصال، والرسالة، المتلقي،

المقاربات الاستمولوجية بين علم الإعلام وعلم النفس والاجتماع وعلاقتها بنظريات التأثير في الدراسات الإعلامية
الاستجابة) لذلك يشترك علم النفس مع الاتصال الجماهيري في دراسة التفاعل الحادث بين القائم بالاتصال وبين المتلقي عن طريق الرسالة ورجع الصدى³⁸.

وفقاً لما سبق فإن دراسة القائم بالاتصال تحتاج إلى علم النفس الاجتماعي لدراسة سلوك المتلقي واستخدام الاستمالات المناسبة لتحقيق أهداف الاتصال، فعلم النفس الاجتماعي يهتم بدراسة عملية الاتصال لأنه علم يهتم بدراسة مختلف العمليات الاجتماعية التي تهدف إلى محاولة السيطرة والتحكم بالعقل الإنساني وتوجيهه للتكيف مع السياسة الاجتماعية القائمة.

كما أن العديد من الدراسات المختلفة في هذا الحقل (علم النفس الاجتماعي) توضح مدى التركيز الذي تم باستخدام كل من علم الاتصال وعلم النفس في تحقيق هدف الإقناع³⁹. الأمر الذي يدعم القول بأن البحوث الإعلامية تعد واحدة من مجالات الدراسة في علم النفس والعلوم السلوكية والتي تتداخل فيها متغيرات عديدة من الصعوبة بما كان السيطرة عليها بسهولة أو استكشاف وتوصيف التداخل فيما بين مؤثراتها ومعطياتها.

فإذا كان السلوكيون في أمريكا قد اهتموا في فترة ما بين الحربين العالميتين بدراسة السلوك الإنساني أي مجمل الأعمال الخارجية التي بموجبها يستجيب الإنسان أو التي يرد بها على المؤثرات التي يتلقاها من الوسط، فإن السلوكيين الروس في المقابل قد عمدوا إلى دراسة العلاقات بين المنعكسات الشرطية وكلها دراسات ذات صلة بعلم النفس السلوكي والإعلامي في آن معا.

مما سبق نتضح أهمية علم النفس بالنسبة لعلم الاتصال في تحديد طبيعة وظائف الاتصال الإعلامي في عدد من المجالات الدراسية لعل من أبرزها:

1. التنشئة الاجتماعية.
2. السيطرة من خلال مفهوم الإقناع.
3. التسلية.
4. تدعيم الآراء وتغيير الاتجاهات.
5. المشاركة والتعبير عن الآراء.

وتكمن قدرة القائم بالاتصال على ممارسة دوره الإيجابي في المجتمع بضرورة المعرفة الدقيقة بالرأي العام والاتجاهات والآراء والمعتقدات حتى يمكن ترشيد الجهود الإعلامية وتوظيفها بكفاءة في زيادة الوعي والإدراك، وفي هذا المجال تقوم بحوث الإعلام بعمل الدراسات التحليلية عما تنشره أو تعرضه أو تبثه مختلف الوسائل الإعلامية كما تعمل على توثيق البيانات والمعلومات بصورة متواصلة وهذا بحد ذاته يعد تداخلاً واضحاً بين علم الإعلام وعلم النفس الاجتماعي⁴⁰.

أما ماهية التداخل بين علم الإعلام وعلم النفس فتتجلى مظاهره من خلال الجوانب التالية:

1. أن موضوعات علم النفس تدرس ردة الفعل التي يمكن أن تلاحظ بشكل موضوعي والتي يؤديها الفرد استجابة منه للاعتبارات التي تخضع للملاحظة والمراقبة والتي تأتيه من البيئة المحيطة بما في ذلك بيئة وسائل الإعلام.

2. أن انعكاسات تأثير وسائل الإعلام هي نموذج العمل النفسي، أو الحادث النفسي في أبسط وأوضح حالاته؛ حيث أن علم النفس يقدم مجموعة من النماذج التي تشرح السلوك الفردي للبشر بما فيها النماذج السيكلوجية، والتي تفيد في الإجابة عن سؤال (ماذا) تفعل وسائل الإعلام بالناس؟ إضافة إلى نماذج أخرى تفسر العلاقة بين محتوى وسائل الإعلام وبعض الظواهر مثل نماذج الإدراك والاتجاهات، وصنع القرار، وتقليد السلوك، والسلوكيات المعلنة كالتصويت في الانتخابات، بالإضافة إلى الدراسات التي تتعلق بشراء السلع والخدمات، فيما تطرح النماذج السلوكية افتراضات أساسية حول الطبيعة النفسية للبشر والتي تساعد في فهم أسباب الاستجابة لمثيرات معينة، في حين يعد المدخل السلوكي هو مرتكز علم النفس المعاصر حيث تركز دراسته هنا على الظاهرة الخارجية التي يمكن ملاحظتها كمقابل للعمليات العقلية الداخلية، والسلوكية، وهذا في حد ذاته يطلق عليه في علم نفس "المثير والاستجابة" والذي يُعني بدراسة المؤثرات التي تحدث أشكالاً معينة من الاستجابة (أي رد الفعل الواضح الذي يمكن ملاحظته)، ولعل النماذج المعرفية هي الأكثر أهمية بالنسبة لدراسة الاتصال وهي نماذج تم تطويرها من خلال أساتذة وخبراء علم النفس الاجتماعي من الذين تلقوا تدريبهم في مجال علم النفس أكثر من مجال علم الاجتماع⁴¹.

3. أن علم النفس هو علم التفاعلات المتبادلة لدى إنسان عياني حي وواقعي مع وسطه المادي، والاجتماعي، وهو ممارسة التنبؤات والتوقعات التي تجعلنا نتعرف على سلوكنا قبل وقوعه⁴².

4. تبرز أهمية علم النفس وتأثيره على علم الإعلام ونظرياته من خلال الأخذ بنظريات التأثير المباشر للإعلام، حيث تصور هذه النظريات أن الجماعة الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية للشخص تؤثر تأثيراً واضحاً في كيفية تأثير واستجابة المتلقي للرسالة الإعلامية⁴³.

وهذا ما سيتم تناوله وتوضيحه في المحور القادم والمخصص لنماذج معينة من النظريات والتي تم اختيارها نظراً للتداخل الواضح فيها بينها وبين العلوم الثلاثة للإعلام وعلم الاجتماع وعلم النفس.

المحور الخامس: نماذج لنظريات اتصال تتداخل مع علمي النفس والاجتماع

يتناول هذا المحور نماذج من نظريات التأثير ذات التداخل الواضح والشديد مع علمي الاجتماع والنفس، ومن أوضح هذه النظريات وأهمها وأشهرها وأكثرها تناولاً في الدراسات الإعلامية نظريات:

- نظرية الاستخدامات والإشباع.
- نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.
- نظرية ترتيب الأولويات أو الأجنحة.

وقبل الخوض في شرح هذا التداخل تجدر الإشارة إلى أهمية تعريف مفهوم نظريات التأثير الإعلامية والذي يعني: "خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني بالجمهير: بهدف تفسير ظاهرة التأثيرات الاتصالية والإعلامية على مجتمع ما في وقت ما

في مكان ما، ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع. كما أنها تحاول دراسة تأثيرات المجتمع على الوسائل الاتصالية والإعلامية وتغييراتها أيضاً⁴⁴.

ويأتي تناول لهذه النماذج الثلاث بالتحديد نظراً لما حققته هذه النظريات من تميز منذ نشأتها ولما فتحت من آفاق جديدة ومجالات رحبة للدراسات الإعلامية خاصة في مجال الاتصال والتأثير، فنظرية "الاستخدامات والإشباع" تناولت الجانب النفسي للمتلقي أكثر منه في الجانب الاجتماعي كما سيأتي ذكر ذلك لاحقاً، ونظرية "انتقال المعلومات على مرحلتين" لها تداخل واضح في الجانب الاجتماعي أكثر منه في الجانب النفسي وعلم النفس، ثم تأتي أخيراً نظرية "ترتيب الأولويات" والتي دخلت في الجانب الاجتماعي والنفسي في موازنة بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام وترتيب أجندة الجمهور.

أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباع:

بعد قراءة فاحصة وتحليلية لمفهوم نظرية "الاستخدامات والإشباع" من خلال التعرف على نشأتها التاريخية، وفرضياتها، وعناصرها، والانتقادات التي وجهت لها من خلال الدراسة المكتوبة للموروث العلمي لهذه النظرية في بعض المناهج المستخدمة لهذه النظرية مثل نموذج "KATZ" كاتز، ونموذج "روزنجرن" RASENGREN⁴⁵.

ومع اتفاق العديد من باحثي نظرية الاستخدامات والإشباع الذين يعارضون مصطلح "الحشد" لتمييز جمهور وسائل الإعلام ووفقاً لهذه الرؤية؛ فإن الاحتياجات المتعددة المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال ترتبط عادةً بوجود الفرد في بيئة اجتماعية، ومدى تفاعله مع هذه البيئة، وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على أهمية العوامل الديموغرافية والاجتماعية وما تقدمه من تأثيرات في التعرض لوسائل الإعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع، أو العمر، أو المستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي⁴⁶.

هذه النظرية والتي تبدو أكثر تداخلاً مع علم النفس قياساً بغيرها من النظريات الأخرى تتمتع بمرتكزات وملامح تتداخل في مظاهر تتضح بمعرفة أن هذه النظرية تهتم بالسمات النفسية الانتقائية للفرد كالتعرض والإدراك والتذكر الانتقائي لوسائل الإعلام، وما تعكسه الفئات الاجتماعية أيضاً من دلالات التغيير والتباين الاجتماعي في المجتمع الحديث⁴⁷. إلى جانب أن هذه النظرية جاءت في إطار التأكيد على العامل النفسي للفرد من ناحية، وعلى علاقة الفرد بمقدار استخدامه لتلك الوسائل الإعلامية على اعتبار أنها نمطاً من أنماط السلوك من ناحية أخرى.

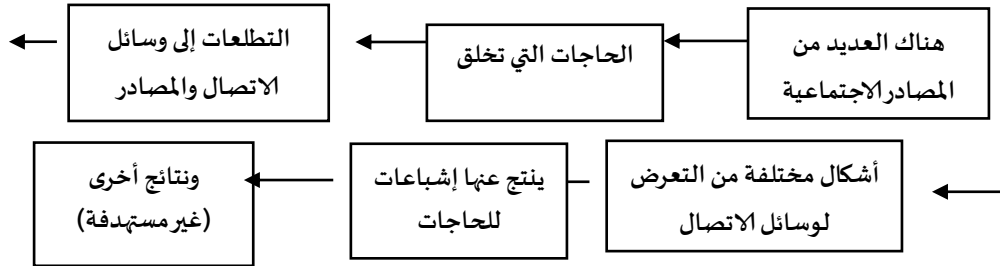
وإن كانت أسس هذه النظرية تتميز بالحدثة النسبية إلا أن جذورها التطبيقية وبداياتها كانت مبكرة من خلال دراسات متفرقة حاولت الإجابة عن الأسئلة الخاصة بأسباب التعرض، أو العزوف عن التعرض لوسائل الإعلام في إطار الدراسة المباشرة لرد فعل الجمهور، وتأثير وسائل الإعلام، والتي اندمجت بعد ذلك في الدراسات الأكثر تعقيداً لاستخدامات الجمهور وإشباعاته من التعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها⁴⁸.

مما سبق يمكن استنتاج عدد من الظواهر والأبعاد التي توضح مظاهر التداخل لهذه نظرية الاتصالية مع علمي النفس والاجتماع؛ وهي كالتالي:

1. لا بد من إدراك حقيقة علمية مفادها أن نظرية الاستخدامات والإشباعات ما هي إلا نظرية تهتم بمدى استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي فيما بين الأفراد كما تتنوع الحاجات باختلافهم، في حين أن الأفراد أنفسهم تتحكم بهم دوافعهم وحاجاتهم النفسية والاجتماعية وبالتالي يتضح أن هناك تداخلاً كبيراً وواضحاً بين هذه النظرية وبين علم النفس وعلم الاجتماع من خلال الاعتماد على هذين العلمين وحيثياتهما في دراسة تلك الدوافع والحاجات النفسية والاجتماعية.

2. مما يؤكد هذا التداخل هو أن نماذج هذه النظرية في غالبها تركز على عملية الاستقبال ولا تشمل عملية الاتصال في مجملها، حيث تركز تحديداً على سلوك الجماهير وهذا السلوك لا يمكن أن يفسر بالكامل من خلال الاعتماد فقط على حاجات الأفراد واهتماماتهم، في حين أن دراسة هذا السلوك الذي هو نتيجة عوامل ودوافع نفسية واجتماعية ما هو إلا دليل كبير ومظهر فعلي من مظاهر هذا التداخل مع هذين العلمين.

3. مظهر آخر من مظاهر هذا التداخل يتضح جلياً من خلال بعض نماذج هذه النظرية ومنها على سبيل المثال نموذج (كاتز) " KATZ "؛ فهو يوضح منذ البداية وينص على مصادر اجتماعية ونفسية هذه المصادر يتم اللجوء إليها من أجل تفسير السلوك الفردي والاجتماعي مما يحتم بالتالي على الدارسين للظواهر الإعلامية أهمية العودة مرة أخرى لعلمي النفس والاجتماع والغوص في نظريتهما لكي يصلوا إلى تفسير منطقي وعلمي يفسر هذه السلوكيات والظواهر ويؤطر لها علمياً.



شكل (1) "كاتز" لتفسير نظرية الاستخدامات والإشباعات

4. هذه النظرية تميل أكثر إلى اعتناق المفاهيم النفسية وتبنيها أكثر من المفاهيم الاجتماعية نظراً لاعتمادها على سلوك الفرد وإشباعاته وكيفية تنفيذها من خلال طبيعة ونوعية اختيار الفرد ذاته للوسيلة أو الوسائل الإعلامية التي تلبى احتياجاته وتشبع رغباته.

أما أسباب هذا التداخل فتكمن في الجوانب التالية:

1. تستند البحوث التي تعتمد هذه النظرية كإطار نظري لها على دراسة جذور الاحتياجات النفسية والاجتماعية لأفراد المجتمع، وهذه الاحتياجات ينتج عنها توقعات مختلفة تليها مصادر متنوعة من بينها وسائل الإعلام، الأمر الذي يقود إلى التعرض المتنوع والمتفرق لوسائل الإعلام في حد ذاتها.

2. تتبنى هذه النظرية في الأساس مفاهيم تعود في مجملها إلى علمي النفس والاجتماع منها على سبيل المثال "الدافع والإشباع" و"الوظيفة"⁴⁹.

3. أن هذه النظرية ما هي إلا وصف أشبه ما يكون ديناميكي لدوافع الجمهور النفسية والاجتماعية نتيجة حاجات معينة لديهم، وهذه الحاجات هي التي يتم إشباعها من خلال وسائل الإعلام.

4. في الختام يظهر هذا التداخل في عناصر هذه النظرية، خاصة في جانب الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام، فالجمهور لا يتعامل مع وسائل الاتصال في معزل عن واقعهم الاجتماعي كما يرى (جونستن)، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة في بيئة ثقافية واجتماعية واحدة⁵⁰.

ثانياً: نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:

جاءت القراءة التحليلية والنقدية لمفهوم هذه النظرية من خلال التعرف على نشأتها التاريخية، وفرضياتها، وعناصرها، والانتقادات التي وجهت لها من خلال الدراسة المكتبية للموروث العلمي لهذه النظرية؛ لتؤكد أنها نموذج يتداخل مع موروثات علمي النفس والاجتماع، الأمر الذي جعل هذه النظرية تخضع للعديد من التغييرات والتعديلات منذ ظهورها ولعل أبرز تلك التغييرات ما طرأ عليها في ستينيات القرن الماضي على يد "روجيرز" و"شوميكر" "Rogers and Schumaker" تلك التغييرات التي أكدت أن الفرد في جمهور وسائل الإعلام هو فرد لا يعيش بمعزل عن الآخرين وإنما هو جزء من شبكة من العلاقات الاجتماعية المتعددة والمتنوعة والتي تؤثر بطبيعة الحال في سلوكه الاتصالي سواء أكان مع الوسيلة الاتصالية ذاتها أم أفراد الجمهور المجتمعي المتنوعة⁵¹.

كما أن قادة الرأي وفق هذه النظرية هم من يعتمد عليهم الجمهور العام من خلال ما يتعرضون له من خلال وسائل الاتصال المختلفة بغية الحصول على المعلومات الضرورية، والذين بدورهم من يقوم بصياغتها وتفسيرها ومن ثم نقلها إلى الجمهور المراد التأثير فيه.

وتبرز مظاهر التداخل بين نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين وبين علمي النفس والاجتماع في النقاط التالية:

1. أول مظاهر هذا التداخل يظهر في كون هذه النظرية تؤمن إيماناً تاماً بقيادة الرأي في المجتمع والذين ينقلون المعلومات إلى الجمهور وما لهم من تأثير فاعل وهذا بدوره يصف لنا ميكانيكية هذه النظرية والتي تتم في إطار اجتماعي.

2. هذه النظرية تعتمد في فهم الطرائق والردود المختلفة للأفعال وشرحها وتفسيرها على ثلاثة مفاهيم أساسية هي:

أ- منهج الفروق الفردية.

ب- منهج الفئات.

ج- منهج العلاقات الاجتماعية⁵².

وبالتالي فهي تغوص في تفسير ردود فعل مختلفة إزاء وسائل اتصالية معينة، أو تصنيف الجمهور إلى فئات تُدرس ديموغرافياً أو تغوص في أعماق أساليب العلاقات الاجتماعية وهذا كله يصب في جانب هذا التداخل.

المقاربات الاستمولوجية بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع وعلاقتها بنظريات التأثير في الدراسات الإعلامية

3. هذه النظرية في الأساس لم تبحث في الآثار المتوقعة للإعلام بل انطلقت من المجتمع لترتكز على التأثير الإعلامي على المجتمع ككل؛ وبالتالي اعتمدت على فروض وأساليب هي أقرب إلى علم الاجتماع منها إلى علم الإعلام.

على سبيل المثال عندما انطلق الفريق العلمي التابع لـ (بول لازرسفيلد) إلى المدن والقرى والمجتمع لإجراء دراسة حول الانتخابات الأمريكية عام 1940م، خرج من هذه الدراسة بنتائج حول تعرض المجتمع لوسائل الإعلام؛ وبالتالي هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الطرائق التي تؤثر في تكوين الرأي العام وتغييره، ومن ثم التعرف على دور وسائل الإعلام في هذا الجانب؛ فكان جلياً منذ الوهلة الأولى أن هذه الدراسة تصنف من حيث المجال ضمن الدراسات الاجتماعية وليس ضمن الدراسات الإعلامية تحديداً وحسراً.

4. هذه النظرية تؤول في مجملها إلى مسلمات وأساليب اجتماعية أكثر منها نفسية وإن لم تغفل الجانب النفسي وعلم النفس، فهي أشبه ما تكون وصف لحركة المعلومات داخل المجتمع، وكيفية انتقال هذه المعلومات وانتشارها إما على مرحلة أو مرحلتين أو عدة مراحل؛ الأمر الذي يقود نحو منحى الدراسات الاجتماعية أكثر من الدراسات النفسية التي عادة ما تأخذ الجانب النفسي للمتلقي دون الاهتمام بالموثرات الخارجية أو الاجتماعية لذلك المتلقي.

أما أسباب هذا التداخل فتكمن في الجوانب التالية:

1. أول أسباب هذا التداخل يكمن في أن من قام بهذه الفرضية قبل أن تكون نظرية هم في الأساس باحثون اجتماعيون؛ فكان لزاماً أن تظهر مظاهر علم الاجتماع في بنود هذه النظرية الإعلامية وأساسياتها⁵³.

2. تدرس هذه النظرية كما سبق الإشارة إليه؛ أنماطاً وسلوكاً فردياً واجتماعياً تجاه وسائل الإعلام، وهذا يحتم العودة إلى الدراسات النفسية والاجتماعية تحديداً لتفسير هذه الأنماط والسلوكيات.

3. تحد هذه النظرية عند دراسة ظواهر معينة من قوة الإعلام كمرتكز أساسي في تشكيل الرأي والاتجاهات؛ الأمر الذي يقود إلى أن يكون هناك اعتماداً على بنود ونظريات اجتماعية ونفسية تنبثق من علمي النفس والاجتماع لتدخل منافسة لعلم الإعلام.

ثالثاً: نظرية ترتيب الأوليات:

تعد هذه النظرية من أكثر النظريات الإعلامية الخاصة بالتأثير وضوحاً وذلك من حيث حدودها النظرية وفرضياتها؛ وبالتالي فإن مظاهر التداخل بين هذه النظرية وبين علمي الاجتماع والنفس لا تكاد تظهر إلا في جانب أو مظهر واحد؛ هو أن هذه النظرية ذات علاقة بمستوى التأثير المعرفي لدى الأفراد والذي يخضع بدوره إلى عوامل أثبتت الدراسات تأثيرها في عملية ترتيب الأولويات، كحاجة الفرد إلى التوجيه السياسي، أو التكيف الاجتماعي مع الظروف المحيطة، وكذلك تحديد حجم المعلومات والطروحات للقضايا المختلفة في المجتمع من خلال وسائل الإعلام⁵⁴.

أما الأسباب التي أدت إلى تداخل هذه النظرية مع علمي النفس والاجتماع فإنها تنضج من خلال التالي:

1. ارتكاز هذه النظرية -كما ذكر سابقاً- على مستوى معين من مستويات التأثير وهو المستوى الإدراكي والمعرفي.
2. بغض النظر عن صلة هذه النظرية الوثيقة بالسياسة؛ فإن الخصائص الديموغرافية تبقى هي العوامل المؤثرة في البناء النظري لها وهي خصائص ربما تختلف من مكان إلى آخر ومن مجتمع إلى آخر كما أنها تعد من العوامل الاجتماعية التي تتم دراستها من خلال علم الاجتماع أو علم النفس الاجتماعي.
3. ارتباط دراسة هذه النظرية منذ نشأتها بالحملات الانتخابية الأمريكية أمر نحى بها نحو الخصائص والدراسات السياسية والاجتماعية.
4. إن معظم الدراسات التي تناولت هذه النظرية كان الفرض الرئيسي فيها هو ترتيب أجندة وسائل الإعلام، وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالموضوعات والقضايا الإعلامية، مما يؤكد أن هناك علاقة إيجابية بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور⁵⁵، ولعل دخول الجمهور بهذه الرابطة ما هو إلا سبب واضح من أسباب هذا التداخل بين علم الاعلام وعلم الاجتماع.

الثاني عشر: التوصيات والمقترحات:

تناولت الدراسة مظاهر التداخل بين علم الإعلام وعلمي الاجتماع والنفس، حيث حاولت مقارنة توصيف تلك المظاهر تباعاً لانعكاساتها على نظريات التأثير الإعلامي من خلال نظريات معينة تم اختيارها على أساس مظاهر تداخلها الواضح في فرضياتها والأسس التي قامت عليها بين العلوم الثلاثة (الإعلام، وعلم النفس، وعلم الاجتماع).

وجاءت نتائج الدراسة لتجيب في خمسة محاور عن تساؤلاتها من خلال الجذور التاريخية لعلم الإعلام، ومن ثم التداخل النظري بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع، يليه التداخل النظري بين علم الإعلام وعلم الاجتماع وأبعاد هذا التداخل على نظريات التأثير الإعلامي، يأتي بعد ذلك تناول التداخل النظري بين علم الإعلام وعلم النفس وأبعاده على نظريات التأثير الإعلامي، وأخيراً تتناول الدراسة نماذج لنظريات اتصال تتداخل مع علمي النفس والاجتماع.

وكان من بين النتائج التي خرجت بها الدراسة تلك التي تقضي أن اشتقاق مفاهيم للإعلام من مجالي علم النفس وعلم الاجتماع إنما يأتي لاحقاً لسعي هذان المجالان سعياً نشيطاً لفهم طبيعة الإنسان من المنظور الشخصي من جهة؛ ومن المنظور الجماعي أو التفاعلي من جهة أخرى على اعتبار أن الهدف من غالبية الدراسات التي تمت في هذا الجانب هو دراسة السلوك الفردي والجماعي في كل جوانبه بما في ذلك السلوك الناشئ عن التعرض لوسائل الإعلام ذاتها.

من خلال ما سبق من بحث وتوصيف لمظاهر التداخل القائمة بين علم الإعلام وعلمي الاجتماع والنفس، ومن خلال تأكيد ذلك التداخل فيما انعكس بدوره على نظريات التأثير

المقاربات الاستمولوجية بين علم الإعلام وعلمي النفس والاجتماع وعلاقتها بنظريات التأثير في الدراسات الإعلامية
الإعلامي والتي تم استعراض ثلاثة نماذج مدروسة يمكن الوصول إلى جملة من التوصيات والنتائج هي:

1. يعتبر علم الإعلام فرع من فروع العلوم الاجتماعية غير المكتملة وغير المستقلة بذاتها إذ أنه ما يزال يرتبط جذريا بعلمي الاجتماع والنفس وغيرها من العلوم الاجتماعية الأخرى.

2. يعتمد علم الإعلام على دراسات خاصة بعلم الاجتماع، وعلم النفس، وعلم السياسة والتي تبنى جميعها على تساولين هامين هما:

ما أثر الإعلام على المجتمع؟ وما أثر المجتمع على الإعلام؟

3. اقتصر جهد ذوي التخصص في علم الإعلام فيما يتعلق بمجال نظريات التأثير الإعلامي على تطوير هذه النظريات فقط والتوسع في اختبار فروضها ونتائجها دون محاولة العمل على إثبات أن الإعلام أضحى علما مستقلا بذاته.

4. فرضت النظريات الخاصة بالاتجاه الاجتماعي في الإعلام النظر إلى جمهور المتلقين كعنصر من عناصر العملية الاتصالية على اعتبار أنه جزء من أجزاء العملية الاجتماعية يتفاعل مع غيره من عناصرها وأجزائها الأخرى ويتبادل التأثير معها.

5. فرضت النظريات الخاصة بالسلوك الإنساني كظاهرة اجتماعية النظر إلى هذا السلوك في إطار النظرة الكلية للمتغيرات المستقلة والوسيلة بغرض الكشف عن هذا السلوك باعتباره متغيرا تابعا في علاقته بهذه المتغيرات.

6. انطلقت معظم نظريات التأثير إن لم يكن جلها من فرضيات ودراسات ذات توجهات اجتماعية ونفسية وكذلك سياسية وجميعها ركزت على الكيفية التي من خلالها يمكن السيطرة على الفرد والمجتمع والتأثير فيهما.

7. تعد المراجعة المختصرة للتطورات النظرية في علم النفس وعلم الاجتماع من الضروريات الملحة لأي باحث يريد أن يفهم أسباب إعادة صياغة الأفكار المتعلقة بطبيعة وسائل الاتصال الجماهيري.

8. كلما ازداد علم الإعلام تطورا كلما ازداد تداخله مع بقية العلوم الاجتماعية الأخرى وذلك لكونه جزء من منظومة متكاملة يصعب تفكيكها أو فصلها عن بعضها البعض، وهي منظومة اجتماعية تتداخل في تكوينها عناصر متعددة بدءا من الفرد مروراً بالمجتمع ثم وسائل الإعلام؛ فطبيعة النظام السياسي للظاهرة التي يراد دراستها وانتهاء بالنظام الدولي العام.

وفي الختام تؤكد الدراسة أهمية تناول هذا الموضوع في دراسة موسعة وأطروحات علمية كرسائل الماجستير والدكتوراه في الأقسام العلمية التي تعنى بدراسات الاتصال والإعلام كونه من أهم الموضوعات التي يمكن أن تضيف جديدا على هذا العمل والحقل.

- ¹ جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الثانية، 1978م، ص: 11.
- ² مارك بالنافز، ستيفاني هيميلرمك، بريان شوسم، نظريات ومناهج الإعلام، ترجمة: عاطف حطبية، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2012م، ص: 6.
- ³ Benlian, Alexander Schryen, Guido, Wagner and Wagner, Gert. Theory of Knowledge for Literature Reviews: An Epistemological Model, Taxonomy and Empirical Analysis of IS Literature. Thirty Sixth International Conference on Information System, Fort Worth 2015.
- ⁴ محمد بن علي القعاري، التداخل النظري والمنهجي في النظرية الإعلامية (دراسة نقدية)، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد التاسع، يوليو-سبتمبر، 2019م.
- ⁵ Jennifer Holt and Alisa Perren, Media Industries History Theory and Method, Blackwell Publishing Ltd, except for editorial material and organization, 2009.
- ⁶ رحيمة الطيب عيساني، بحوث الاتصال والإعلام على أعتاب الألفية الثالثة، الملتقى الدولي لمعايير الجودة ي بحوث الإعلام والاتصال، 16-17 فبراير، 2021م.
- ⁷ عبد الرزاق صالح العصماني، أسباب ضعف الأسس النظرية في بحوث الاتصال الجماهيري: دراسة لاتجاهات أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في مجال الإعلام بالمملكة العربية السعودية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد السابع والخمسون، 1997م.
- ⁸ مها عبد المجيد صلاح، الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي رؤية تحليلية، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكاليات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، 19-20/ 1436/5هـ - 10-11 مارس 2015م.
- ⁹ Donnellan, M. Brent, and Richard E. Lucas, 'Secondary Data Analysis', in Todd D. Little (ed.), The Oxford Handbook of Quantitative Methods in Psychology: Vol. 2: Statistical Analysis, Oxford Library of Psychology (2013;online edn,Oxford Academic, 1 Oct. 2013)pp p 665-667
- ¹⁰ Bslaugh, Sarah,(2010)," Secondary Data Analysis for Public Health: A Practical Guide".
- ¹¹ Jansen ,Harrie,(2010),"The Logic of Qualitative Survey Research and It's Position in The Field of Social Research Methods", Qualitative Social Research, vol.11, no.2, Art.11, p.2.
- ¹² انظر: غدير شمس الدين، موقع موضوع الإلكتروني، متوفرة على:
https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%B3%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7
- ¹³ محمد بن سليمان الصبيحي، المداخل النظرية في الدراسات الإعلامية، الرياض، 2017م، ص: 41.
- ¹⁴ سعيد بن علي آل ثابت، الأصول الفكرية للإعلام، دراسة نقدية مقارنة، مكتبة الرشد، الطبعة الثانية، 2017م، ص: 10.
- ¹⁵ حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م، ص: 222.
- ¹⁶ عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002 م، ص: 44.
- ¹⁷ محمد بن علي القعاري، التداخل النظري والمنهجي في النظرية الإعلامية (دراسة نقدية)، مرجع سابق، ص: 14.
- ¹⁸ محمد بن علي القعاري، الإعلام والمجتمع مقاربات فلسفية في بنوية المداخل النظرية، مكتبة الرشد، الرياض، 2021م، ص: 69.
- ¹⁹ حسن عماد مكاوي، وسامي الشريف، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000م، ص: 225.
- ²⁰ جيهان أحمد رشتي، مرجع سابق، ص: 25.
- ²¹ حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م، ص: 229.
- ²² Charles R. Berger, Michael E. Roloff, David R. Roskos- Ewoldse, The Hand book of Communication Science, Second Edition, Sage,2010. p.111.
- ²³ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط3، 2004م، ص: 26.
- ²⁴ عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية لبحوث الاتصال، مرجع سابق، ص: 45.
- ²⁵ عواطف عبد الرحمن، المرجع السابق، ص: 45.

- 26 عواطف عبد الرحمن، المرجع السابق، ص: 46.
- 27 جيهان أحمد رشتي، مرجع سابق، ص: 103.
- 28 دينس مكويل، الإعلام وتأثيراته دراسات في بناء النظرية الإعلامية، تعريب: عثمان العربي، دار الشبل للنشر والتوزيع والطباعة، الرياض، ط1، 1992م، ص: 127.
- 29 عصام أنيس زكي، نظريات الاتصال والإعلام لكل يوم نحياه، خوارزم العلمية، الطبعة الأولى، 2016م، ص: 115.
- 30 علي محمود أبو ليلة، الإعلام والمجتمع تشكيل الثقافة وبناء المجتمع الافتراضي، قرطبة للنشر والتوزيع، الرياض، 2014م، ص: 41.
- 31 دينس مكويل، نظرية ماكويل للاتصال الجماهيري، الطبعة السادسة، ترجمة: أيمن باجنيد، وعبير خالد، منتدى أسبار الدولي، جدة، 2020م، ص: 119.
- 32 محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص: 180.
- 33 حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م، ص: 222.
- 34 محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية، القاهرة، 1998م، ص: 52.
- 35 حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م، ص: 350.
- 36 محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص: 177.
- 37 جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مرجع سابق، ص: 35.
- 38 عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، مرجع سابق، ص: 50.
- 39 حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م، ص 187-208.
- 40 عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، مرجع سابق، ص: 50.
- 41 حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م، ص: 131.
- 42 علي زيعور، مذاهب علم النفس، دار الأندلس، بيروت، لبنان، الطبعة الرابعة، 1982م، ص: 138.
- 43 محمد عبد الحميد، مرجع السابق، ص: 199.
- 44 فلاح بن عامر الدهمشي، عادل بن عبد القادر المكينزي، عبد الله بن سلطان الأحمد، نظريات الاتصال الجماهيري، مكتبة المتنبي، الدمام، 2019م، ص: 49.
- 45 حسني محمد نصر، نظريات الإعلام، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2015م، ص: 259.
- 46 حسن عماد مكاوي، وسامي الشريف، نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص: 211.
- 47 عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، مرجع السابق، ص: 50.
- 48 محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص: 199.
- 49 حسني محمد نصر، نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص: 265.
- 50 حسني محمد نصر، المرجع السابق، ص: 262.
- 51 محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص: 177.
- 52 عصام أنيس زكي، نظريات الاتصال والإعلام لكل يوم نحياه، مرجع سابق، ص: 146.
- 53 محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص: 182.
- 54 Hanson, Ralph, E. (2010). *Mass communication: living in a media world*: Washington D.C., CQ Press. P: 59.
- 55 محمد عبد الحميد، مرجع السابق، ص: 279.