المحور الثامن: نظريات المعرفة من وسائل الإعلام.

1. نظرية الفجوة المعرفية.

تمهيد

كشفت نتائج العديد من الدراسات والبحوث الإمبريقية أن الفئات المختلفة في المجتمع تكتسب المعلومات بمعدلات متباينة، بحيث يمكن لوسائل الإعلام أن تزوّد الناس بالمعلومات التي يحتاجونها في الوقت الذي تصعب فيه عملية وصول المعلومات إلى بعض الطبقات الاجتماعية، وهو ما كان سببا في بداية ظهور فكرة نظرية الفجوة المعرفية، التي تفترض أنه مع تزايد انسياب المعلومات في النظام الاجتماعي من خلال وسائل الاتصال، تحدث الفجوة في المعلومات بين الفئات ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي الأعلى – التي تميل إلى اكتساب المعلومات أكثر– وبين الفئات ذات المستوى الأقل، مما يحدث التباين بين الأفراد والجماعات في المعرفة، وأثر التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية في زيادة أو خلق هذا التباين.

1.1. نشأة وتطور نظرية الفجوة المعرفية:

ترجع بدايات نظرية الفجوة المعرفية التي تدخل ضمن إطار نظريات المعرفة لدى وسائل الإعلام إلى العديد من الدراسات والبحوث، نذكر أهمها:

– تعتبر دراسة "هيمان" (Hyman) و"شيتسلي" (Sheatsely) سنة 1947 من أولى الدراسات التي تعرضت لدراسة العوامل التي تجعل الحملات الإعلامية تفشل في نقل المعلومات لجميع فئات الجمهور رغم كثافة التغطية الإعلامية.

– كما أوضحت دراسة "ستار" (Star) و"هجز" (Huges) عام 1950 أن الحملة الإعلامية للتعريف بالأمم المتحدة كانت ذات تأثير معرفي ضئيل، حيث لم يتأثر مستوي معرفة الأفراد بعد الحملة عن قبلها، كما أن الحملة لم تنجح في توصيل المعلومات إلى جميع أفراد المجتمع.

– كما تعتبر دراسة "روبنيسون" (Robinson) عام 1967 من أهم الدراسات في فجوة المعرفة بين أفراد الجمهور، حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى وجود فجوة معرفية بشأن القضايا المختلفة بين الأفراد الأكثر تعليماً ومتابعة لوسائل الإعلام مقارنة بالأفراد الأقل تعليماً والأقل متابعة.

– دراسة "تيتشنر" (Tichenor) وزملاؤه عام 1970 والتي نشرت في مختلف المنابر العلمية العالمية، كانت بمثابة الدراسة الرسمية التي أعطت تفسيرات واضحة حول نظرية الفجوة المعرفة وأضحت معالمها[1].

ويعود ظهور أفكار نظرية الفجوة المعرفية إلى ما قام فريق متكون من الثلاثي: "تيتشنر"، "دونو" و"أولين" (P.J. Tichenor, G.A. Donohue, G.N.Olien) عام 1970 والذي أعدوا دراسة بعنوان "تدفق المعلومات خلال وسائل الإعلام، والاختلافات المعرفية" أوضحت أن المعلومات المتدفقة من خلال

[1]. دينيس ماكويل: **الإعلام وتأثيراته**، ترجمة: عثمان العربي، مطابع دار الشبل للنشر والتوزيع، الرياض، 1992، ص182.

وسائل الإعلام في المجتمع، تؤدي بدورها جعل فئات الجمهور ذوي المستوي الاجتماعي والاقتصادي المرتفع، أكثر قدرة على اكتساب المعلومات بشكل أفضل من الفئات ذات المستوي الاجتماعي والاقتصادي المنخفض، وبالتالي فإن ازدياد المعلومات ينتج عنه توسيع فجوة المعرفة بدلا من محوها، كما هو متوقع من وسائل الإعلام كنظام فرعي في المجتمع .

2.1. افتراضات نظرية الفجوة المعرفية:

تقوم هذه النظرية على فكرة التباين الموجود بين الأفراد والجماعات في المعرفة وأثر التعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية في زيادة هذا التباين أو خلق هذا التباين، ومنه كانت الفروض التالية للنظرية:

– يُشير الفرض الرئيسي لنظرية الفجوة المعرفية على النحو الذي وصفه كل من تتشنر ودونو وأولين عام 1970 إلى أن "زيادة تدفق المعلومات من خلال وسائل الإعلام إلى النظام الاجتماعي، فإن قطاعات الجمهور ذوى المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع يميلون إلى اكتساب هذه المعلومات بمعدل أسرع من قطاعات الجمهور الأقل في المستوي الاجتماعي الاقتصادي لهذه المعلومات، ومن ثم فإن الفجوة في المعرفة تتجه نحو الزيادة بدلاً من الانخفاض"[1].

–يؤكد تتشنر وزملائه أن الفئات ذات المستوي الاجتماعي الاقتصادي المنخفض لا تظل فقيرة في المعلومات بوجه عام، ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبياً من الفئات الأعلى في المستوي الاجتماعي الاقتصادي، وبذلك تقوم فروض نظرية فجوة المعرفة على أساس أن العوامل الاجتماعية والاقتصادية هي المحدد الرئيسي لمدي اكتساب الجمهور للمعرفة والمعلومات والأخبار والشؤون العامة، فتظهر فجوة المعرفة بقوة في مجال الاهتمامات العامة والأخبار العلمية بينما يضعف وجودها في المجالات ذات الطبيعة الخاصة في المجتمع.

– اعتبر تيتشنر بان مستوى التعليم هو المؤثر الرئيسي لتصنيف الأفراد إلى طبقات اجتماعية اقتصادية مرتفعة ومنخفظة[2].

وقد أيدت العديد من البحوث صحة هذه الفرضية في الولايات المتحدة وأوروبا وأمريكا اللاتينية والشرق الأوسط، مشيرة إلى أن العوامل الاقتصادية والاجتماعية هي المحدد الرئيسي لاكتساب الجمهور للمعرفة، بالإضافة إلى وجود محددات ومتغيرات أخرى مثل الدوافع والانتباه والاهتمام العالي تساهم في إيجاد الفجوات المعرفية بين جمهور وسائل الإعلام في القضايا والشؤون العامة.

3.1. طرق اختبار فروض نظرية الفجوة المعرفية:

حدد الباحثون طريقتين مختلفتين لاختبار افتراضات نظرية الفجوة المعرفية، وهما[3]:

---

[1]. مصطفى يوسف كافي: **الرأي العام ونظريات الاتصال**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص227.

[2]. عبد النبي عبد الله الطيب: **فلسفة ونظريات الإعلام**، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط01، 2014، ص162.

[3]. المرجع نفسه، ص164.

– **بمرور الوقت:** أي على المدى الطويل وعلى فترات زمنية متفاوتة، فالمعلومات المكتسبة من الموضوعات المكتسبة من الموضوعات التي يتم نشرها أو إذاعتها سوف يحدث بمعدل أسرع لدى قطاعات الجمهور الأعلى في المستوي الاجتماعي الاقتصادي، وأبطأ لدي قطاعات الجمهور الأقل في المستوي الاجتماعي الاقتصادي.

– **في نفس الوقت:** أي في فترة محددة وفى هذه الحالة توجد علاقة ارتباطية طردية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأفراد وحجم المعلومات المكتسبة بالنسبة للموضوعات الأكثر شيوعاً في وسائل الإعلام التي تغطي حدثاً أو قضية معينة.

وتزيد الفجوة المعرفية بين أفراد الجمهور بفعل عوامل أخرى أبرزها مقدار التدفق الوافد من وسائل الإعلام.

وقدم تتشنر وزملاؤه في بحوثهم الأدلة على صلاحية استخدام كل من الطريقتين لاختبار فرض الفجوة المعرفية، ففي دراساتهم لأربعة اقتراعات تمت بواسطة مراكز قياس الرأي العام في أمريكا خلال سنوات 1949، 1954، 1959، 1965 للكشف عن قبول الجمهور للاعتقاد بأن الفرد يمكن أن يصل إلى القمر وتوقعاتهم المستقبلية، وفي دراسة نتائج هذه الاقتراعات الأربعة لاحظوا تزايد الفجوة بين المستويات التعليمية كما لاحظوا قبول المستويات الأعلى لهذه التوقعات عن المستويات التعليمية الأقل.

وتعد الحملات الإعلامية السياسية والاجتماعية مجالاً مناسباً لاختبار نظرية فجوة المعرفة، وذلك بسبب زيادة تدفق المعلومات الخاصة بالمرشحين إبان الحملات الانتخابية فيما يساعد الناخبين على اتخاذ قرارات التصويت وفقاً للمعلومات المتدفقة من وسائل الاتصال المختلفة.

4.1. الأسباب المؤدية لظهور الفجوة المعرفية:

هناك العديد من العوامل والأسباب التي تؤثر في حجم المعارف التي يحصل عليها الأفراد من وسائل الأعلام، فيرى "تيتشنر" (Tichenor) بان هناك خمسة أسباب لإمكانية حدوث الفجوة المعرفية، تتمثل في مايلي[1]:

– **مهارات الاتصال:** تتباين المهارات الاتصالية بين الطبقات، فغالبا ما يكون هناك تباين في التعليم والأشخاص ذوي المستوى التعليمي المرتفع يتوقع أن يكونوا أكبر قدرة في مهارات القراءة والفهم الضروريين لاكتساب المعرفة عن الشؤون العامة والعلوم.

– **الخلفية المعرفية السابقة:** يؤدي ارتفاع مستوي التعليم إلى توفر خلفية من المعلومات المختزنة أو الخلفية المعرفية المكتسبة السابقة والتي تساعد على الاستخدام الأمثل للمعلومات الجديدة التي اكتسبت حول موضوع التعرض السابق لوسائل الإعلام، حيث يعتمد تأثير وسائل الاتصال على الخلفية الفكرية للأفراد والجماعات فهذا التأثير لن يكون إلا إذا كانت مضامين الرسالة الإعلامية تتوافق وما تعود عليه

[1]. مصطفى يوسف كافي: مرجع سابق، ص228.

الفرد من أعمال وقوال وهو ما يسميه "بورديو" بـ: "رأس المال الثقافي"، ويرى بأنه ينتقل إلى الفرد من الجماعة عن طريق الممارسة الإعلامية الاجتماعية، ورأس المال الثقافي هذا يزيد من استعداد الفرد لتقبل تأثير الرسالة أو يمكن أن يؤدي إلى رفض حتى التعرض لها.

- **الاتصال الاجتماعي بالآخرين:** فالأفراد ذوي المستوي الاجتماعي الاقتصادي المرتفع لديهم مقدرة اتصالية أكبر بالآخرين وبالتالي يكونوا أكثر مقدرة على مناقشة أخبار الشئون العامة أو العلمية فيما بينهم، وتحقيق لهم درجة من الرضا الداخلي، كما يشبع بعض الاحتياجات النفسية والاجتماعية.

- **الانتقاء:** ويشمل التعرض الانتقائي والإدراك الانتقائي والتذكر الانتقائي، حيث أن الأشخاص ذوي المستوي الاجتماعي الاقتصادي المرتفع سيقومون بالبحث عن المضمون الذي يتعرضون له لذلك ينتبهون أكثر ويتذكرون المعلومات التي تعرضوا لها بشكل أفضل.

- **طبيعة نظام وسائل الإعلام:** افترض "تيتشنر" (Tichenor) أن الوسائل المطبوعة غالبا ما تكون أكثر كثافة في استخدامها من جانب الأشخاص ذوي المستوي الاجتماعي الاقتصادي المرتفع ، وهذا يؤدي إلى توسيع الفجوات المعرفية، كما توقع أن استخدام التليفزيون بين الأفراد الأقل تعليماً سوف يؤدي إلى ارتفاع مستوي معرفتهم وتضييق الفجوة المعرفية بينهم وبين الآخرين.

5.1. مقاربة "دينيس ماكويل" الحديثة:

صاغ "دينيس ماكويل" مصطلحا له أهمية كبيرة في ميدان علم الاتصال هو "الطاقة الكامنة على الاتصال" ورأى بأن هذه الطاقة تختلف من فرد لآخر ومن جماعة لأخرى مما يؤدي إلى خلق الفجوة بينهما، كما أثار بعض الباحثين السويديين نقاشا حول مصطلح "الاتصال الكامن" (Communication potential)، والذي يشير إلى مجموعة الخصائص والمصادر التي تمكن الأفراد من تبادل المعلومات التي بدورها تسهل عملية الاتصال لهم ، وفي هذا النقاش اعتبر الاتصال الكامن أو الاتصال الفاعل وسيلة للحصول على قيم معينة في الحياة، على سبيل المثال الإحساس بالوطنية أو التماسك، والقدرة على التأثير ومواجهة مواقف الحياة والقدرة على التأثير على المجتمع بشكل عام.

وقد تم الإشارة إلى الخصائص المتميزة التي تساعد الفرد على تبادل المعلومات وتسهل له عملية الاتصال، وتعتمد القدرة الاتصالية على ثلاثة أنماط من الخصائص، وقد حصر عوامل الاختلاف في الطاقة الكامنة على الاتصال في:

- **الخصائص الشخصية:** مثل القدرة على الملاحظة والحديث والقدرات المكتسبة مثل اللغات ومهارات استخدام وسائل الكتابة والاستماع، اتجاهاته وسماته الشخصية... إلى آخره.

- **الخصائص الاجتماعية:** وتعتمد على مركز الفرد الاجتماعي والتي تحددها متغيرات مثل الدخل، التعليم، العمر، النوع،... إلى آخره.

– **خصائص البناء الاجتماعي:** هناك عامل مهم في هذا المجال هو تحديد أدوار الأفراد في الجماعات الأولية والثانوية في عمليات الاتصال، وفي هذا الإطار يوضع في الاعتبار السياق الاجتماعي كنظام للاتصال.

وبالتالي يمكن النظر إلى فرض أو نموذج الفجوة المعرفية من خلال تحديد الأنماط السابقة من الخصائص باعتبارها متغيرات سببية مستقلة تؤثر، وبالتالي في درجة تحقيق الأهداف واكتساب القيم باعتبارها متغيرات تابعة.

بالإضافة إلى هذه العوامل، فإن من الأسباب التي تؤثر على اكتساب المعرفة من وسائل الإعلام، وخصوصا في الدول النامية، هو إيمان الكثيرين من القائمين على شؤون الاتصال في تلك الدول بالعمل من خلال عدد محدود ممن يسمون "قادة الرأي"، وذلك أن الكثيرين قد تأثروا بما يدعى "انتشار المعلومات على مرحلتين" في الوقت الذي وجد فيه باحثون عديدون أن القليل جدا من المعلومات ينتقل إلى الجمهور العريض من خلال قادة الرأي هؤلاء، بل وجدت بعض الأبحاث أن ما قام قادة الرأي بتوصيله إلى الجمهور كان مشوهاً إلى حد كبير .

6.1. المستويات التطبيقية لنظرية فجوة المعرفة:

قام مجموعة من الباحثين المهتمين بأفكار نظرية الفجوة المعرفية من خلال وسائل الإعلام، بتصنيف تطبيقات الفجوة المعرفية إلى مستويين رئيسيين، يتمثلان في[1]:

– **المستوي الفردي الضيق:** ويركز هذا المستوى على أهمية اكتساب الأشخاص للمعلومات من وسائل الإعلام طبقا للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لهؤلاء الأشخاص، بالإضافة إلى وجود متغيرات أخرى مثل مهارات الاتصال ومستويات الاهتمام والقدرات المعرفية.

– **المستوي الاجتماعي الأشمل:** وهو الذي يركز على عملية السيطرة على المعلومات وتوزيعها ووسائل الاتصال المتاحة وعلاقة ذلك بطبيعة البناء المجتمعي، وهناك متغيرات مجتمعية تؤثر على مستوى المجتمع ككل، على غرار مستوى الصراع الاجتماعي، التعددية المجتمعية والسيطرة على المعلومات في المؤسسات الإعلامية وغيرها.

وقد أجريت العديد من البحوث على المستويين الفردي والمجتمعي لاختبار معدلات النمو المعرفي ومستويات المعرفة كمتغيرات تابعة، وركزت بحوث المستوي الفردي على التعليم كمتغير رئيسي للمستوي الاجتماعي الاقتصادي باعتباره يؤثر على معدلات اكتساب المعرفة، ويساعد على فهم المعلومات وتذكرها، واستخدام الخبرات والمعارف المختزنة بالذاكرة، في حين ركزت بحوث المستوي الاجتماعي على عملية السيطرة على المعلومات وعلاقاتها بالنظام الاجتماعي وأساليب تدفق المعلومات على مستوي المجتمع.

---

[1]. حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص340.

7.1. المتغيرات المفسرة لحدوث الفجوة المعرفية:

تتعدد المتغيرات التي تفسر حدوث الفجوة المعرفية وفقاً لما انتهت إليه البحوث والدراسات ذات الصلة، ويمكن تلخيصها في النقاط الآتية[1]:

- **المستوي الاجتماعي الاقتصادي:** يُعد المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتغير الأساسي في نظرية الفجوة المعرفة، وتوصلت معظم الدراسات إلى أن الأفراد ذوي المستوي الأعلى اجتماعيا واقتصاديا يكتسبون المعرفة المتعلقة بالشؤون العامة بمعدل أسرع من الأفراد ذوي المستوي الأقل اجتماعياً واقتصاديا، ويبني فرض فجوة المعرفة على أساس أن العوامل الاجتماعية الاقتصادية هي المحدد الرئيسي لقياس أثر تعرض الجمهور لرسائل وسائل الإعلام، وتشير معظم الدراسات التي تناولت فرض نظرية فجوة المعرفة إلى أن الفروق المعرفية التي تتدفق من خلال وسائل الإعلام، خلال قضية ما، تزداد بين الأفراد ذوي المستوي الاجتماعي الاقتصادي المرتفع، حتى تصبح معظم هذه المعلومات ذات قيمة للمجتمع.

- **التعليم:** يعد التعليم مؤشرا كافيا لتحديد المستوي الاجتماعي الاقتصادي في معظم الدراسات التي اختبرت فرض الفجوة المعرفية، حيث يرتبط مستوي التعليم في المجتمعات الأجنبية بارتفاع المستوي الاجتماعي الاقتصادي للأفراد، ولكن يختلف الأمر في المجتمعات النامية ويرجع ذلك لاختلاف طبيعة تلك المجتمعات.

- **الاهتمام:** ظهر الاهتمام السياسي كمؤشر أكثر قوة في التنبؤ باكتساب المعرفة، وهناك العديد من الدراسات التي توصلت إلى أن اهتمامات الجمهور يمكن أن تعتبر عاملاً رئيسياً في اكتسابه للمعرفة، وبهذا لا يفصل الاهتمام عن المحددات الديموغرافية داخل نطاق نظرية فجوة المعرفة.

- **تأثيرات السن والنوع:** أكدت بعض الدراسات السابقة وجد علاقة بين المتغيرات الديموغرافية ومستوي المعرفة التي يكتسبها الأفراد من وسائل الإعلام، وتشمل المتغيرات الديموغرافية كلا من السن والنوع.

- **قوة الدافع:** كلما كانت دوافع الأفراد شديدة للحصول على معلومات حول موضوع معين، كلما قل اتساع فجوة المعرفة، والعكس صحيح، وبالتالي فإن قوة الدافع لها تأثير في تضييق فجوة المعرفة بين الأفراد، أي الباحث الذي يدفع الأفراد بقوة لمتابعة موضوع دون غيره من المواضيع التي تقدمها وسائل الإعلام[2].

في الأخير، يمكن القول بأن الفجوة المعرفية أصبحت تعتبر معيار على وجود ثغرات في البنى التحتية وفي مناهج التعليم والمعرفة التقنية والمهارات لدى الأفراد أو المنظمات، بحيث يعجز المجتمع من مواكبة متطلبات المساهمة في أنشطة التنمية دون وجود دعم أو إسناد خارجي حيث أن زيادة أنشطة

---

[1]. حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص341.

[2]. محمد بن سعود البشر: **نظريات التأثير الإعلامي**، دار العبيكان، ط01، الرياض، 2014، ص126.

الاقتصاد الرقمي المرتكز على المعرفة سيؤدي إلى تفاقم حجم الفجوة المعرفية بين الشعوب والأقاليم كما سيؤدي في نفس الوقت إلى زيادة مستوى الفجوة الرقمية بين مجتمعات دول العالم الثالث ومجتمعات المعلومات المعاصرة[1]. واليوم الفجوة المعرفية لم تعد مقتصرة على وصول المعلومة من عدمها بين الأفراد بمفهومها التقليدي، ولكن أصبحت بين من وصلت إليهم المعلومة وتباينوا في تفسيرها والحكم عليها، نتيجة الأيديولوجيا التي ينطلق منها كل فرد في بناء تصوراته ومواقفه، وتحديدا في أوقات الأزمات.

[1]. قارش محمد: **الفجوة المعرفية في الوطن العربي التحديات والرهانات**، مجلة الأحياء، جامعة باتنة01، العدد 19، 2016، ص142.