

الأستاذة: ريم بوش

1 ماستر/4-3-2-1/الأفواج:1 تخصص اتصال جماهيري و وسائل جديدة /مجموعة

المحاضرة الأولى: نظرية الغرس الثقافي

مقدمة:

تبلورت في أواخر الستينات وبداية سبعينيات القرن الماضي عدة نظريات اصطلح على تسميتها **نظريات التأثير المعتدل**، انطلاقاً من نقد نظريات التأثير القوي التي أعطت لوسائل الإعلام قوة مبالغ فيها في تأثيرها على الأفراد ، كما ركزت نظريات التأثير المعتدل على **التأثيرات طويلة الأمد** بعكس نظريات التأثير المباشر والتأثير القوي. تضم خمس نظريات إعلامية من نظريات التأثير المعتدل وهي: نظرية الغرس الثقافي ،نظرية ترتيب الأولويات، نظرية الاستخدامات و الإشباعات ،نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام،و نظرية الفجوة المعرفية

و من بين هذه النظريات نجد **نظرية الغرس الثقافي**.و هي موضوع محاضرتنا.

تعد نظرية الغرس الثقافي إحدى النظريات التي قدمت مبكراً لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال، كما تهتم بالتأثير التراكمي طويل المدى لوسائل الاعلام حيث يشير الغرس إلى تقارب إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي، وتشكيل طويل المدى لتلك الإدراكات والمعتقدات عن العالم نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام.

- نشأة وتطور نظرية الغرس الثقافي:1

ارجع **ملفين دي فلور** بدايتها الأولى إلى مفهوم ولتر ليبمان للصورة الذهنية التي تتشكل في أذهان الجماهير من خلال وسائل الإعلام سواء عن أنفسهم أو عن الآخرين، إذ رأى ليبمان أن هذه الصورة أحياناً تكون بعيدة عن الواقع نتيجة عدم وجود رقابة على المواد المعروضة في وسائل الإعلام مما يؤدي إلى غموض في الحقائق وتشويه المعلومات وسوء فهم الواقع.

إلا أن الباحث الأمريكي **جورج جيربندر** يعتبر من وضع هذه النظرية في أواخر الستينات من القرن الماضي عندما شهد المجتمع الأمريكي فترات الاضطرابات بسبب انتشار مظاهر العنف والجريمة في أعقاب اغتيال **مارتن لوتر كينج**، والرئيس **جون كينيدي**، وتورط الـ.م.أ في حرب الفيتنام، حيث تم سنة 1968 تشكيل لجنة قومية لبحث ودراسة أسباب تفشي العنف وسبل الوقاية منه وعلاقة التلفزيون خاصة بذلك، لهذا قام الباحثون بدراسات عديدة منذ تلك الفترة ركزت اغلبها على تأثير مضمون برامج التلفزيون

خاصة التي تقدم وقت الذروة وعطلة نهاية الأسبوع على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي، وكان العنف هو الموضوع الرئيسي محل الدراسة.

وقد توصل الباحث **جورج جيربندر** من خلال سلسلة أبحاثه في ذات الإطار إلى أن التلفزيون أصبح يسيطر أو قوة مهيمنة على كثير من الناس، ومصدرا رئيسيا لبناء تصوراتهم عن الواقع، وبالتالي فالعلاقة بين التعرض للتلفزيون والأفكار المكتسبة تكشف عن أهمية دور التلفزيون في ترسيخ القيم والتصورات المدركة للواقع الاجتماعي، وبالتالي أصبح الواقع الإعلامي المدرك من التلفزيون هو ما يعتمد عليه الفرد في علاقته بالآخرين.

تعريف نظرية الغرس الثقافي

عملية أحادية الاتجاه من وسائل الإعلام إلى الجمهور، ولكنها عملية ديناميكية مستمرة من التفاعل بين الرسالة و السياق، فوسائل الاعلام لا تعكس الصورة الذهنية و الآراء و المعتقدات السائدة بشكل مباشر، لكنها جزء متمم لعملية ديناميكية أوسع.

المفاهيم التي ترتكز عليها نظرية الغرس الثقافي

ترتكز نظرية الغرس الثقافي على مفهومين اساسيين:

الأول: الاتجاه السائد: يقصد به درجة الكثافة الواحدة في اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة للمجتمع التي يقدمها التلفزيون. وبالتالي يمكن كشف التباين في إدراك العالم الخارجي بين الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة أقل و بين الذين يشاهدون بكثافة كبيرة، وبالتالي فإن الاتجاه السائد عبارة عن نسيج من المعتقدات و القيم و الممارسات التي يقدمها التلفزيون في صور مختلفة. ويشير الاتجاه السائد إلى سيطرة التلفزيون في غرس الصور و الأفكار بشكل يجعل الفوارق أو الاختلافات تقل أو تختفي بين الجماعات ذات الخصائص المتباينة.

و قد فسّر جربندر الاتجاه السائد من خلال ما أطلق عليه ب **3B** و هي:

البتلاشي blurring: التعرض المكثف للتلفزيون يؤدي إلى تلاشي أو اختفاء الاختلافات الاجتماعية التقليدية

الاندماج blending: يدمج و يمزج التلفزيون آراء الجماعات المختلفة و المتباعدة في الاتجاه الثقافي السائد.

التحويل dending: هو تشكيل و تحويل الاتجاه السائد حسب سياسات القائمين على المؤسسات الإعلامية.

إذن مفهوم الاتجاه السائد يعني أن وسائل الاعلام تخلق وجهة نظر مشتركة بين المشاهدين، فالمشاهدة الكثيفة تؤدي إلى إذابة الفروق في إدراك الواقع الاجتماعي.

ثانياً: التضخيم: والمقصود به أن وسائل الإعلام تدعم ما يحدث في الحياة اليومية ، أي أن إدراك

الأفراد للعالم من خلال الصور التي يقدمها التلفزيون يتطابق مع إدراكهم للواقع الاجتماعي ، لذا قد يؤدي هذا التطابق إلى تضخيم للأحداث بما يؤدي إلى تأكيد عملية الغرس ، بل وربما يؤدي التطابق بين العالم الرمزي الذي يصور التلفزيون وظروف الحياة الواقعية إلى التضخيم الذي يساهم في زيادة أنماط الغرس ليحصل كثيفو المشاهدة حسب جربندر ممن لديهم تجارب مع العنف البدني على جرعات مزدوجة وإضافية ، وهو ما يسميه بالتثقيف التبايني من خلال أسئلة الاستبيان التي اعتمد عليها .

فرضيات نظرية الغرس الثقافي

تقوم النظرية على فرضيتين أساسيتين الأولى نظرية و الثانية امبريقية :

الفرضية النظرية: تكرار التعرض للصور التي تبثها التلفزيون يؤدي إلى فهم و إدراك الجمهور لهذه الصور بطريقة تشابه الصورة التي يقدمها التلفزيون.

الفرضية الامبريقية: الأفراد أكثر تعرضا للتلفزيون أي كثيفو المشاهدة يدركون و يفهمون الواقع الاجتماعي بطريقة تتوافق مع الصورة التي يعرضها التلفزيون عن هذا الواقع.

و تقوم النظرية على مجموعة من الفرضيات الفرعية:

-يتعرض الأفراد كثيفي المشاهدة للتلفزيون أكثر،بينما يتعرض الأفراد قليلي المشاهدة على مصادر متنوعة.

-يختلف التلفزيون عن غيره من الوسائل الأخرى،فالغرس يحدث نتيجة التعرض و الاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور.

-يقدم التلفزيون عالما متمثلا من الرسائل الموحدة و الصور الرمزية عن المجتمع بشكل موحد أو متشابه عن الواقع الحقيقي.

-يحدث الغرس عند اعتقاد المشاهدين بأن الدراما التي تعرضها شاشات التلفزيون واقعية و تسعى لتقديم الحقائق.

المتغيرات المؤثرة في عملية الغرس

تتعدد المتغيرات في عملية الغرس الثقافي،إذ يتطلب على الأقل متغيرين أساسيين لقياس الغرس هما:التعرض للتلفزيون كمتغير مستقل و اعتقاد الأفراد عن الواقع كمتغير تابع،إضافة إلى الكثير من المتغيرات الوسيطة التي تحكم العلاقة بين هذين المتغيرين الأساسيين.

المتغير المستقل: هو حجم التعرض للتلفزيون و يتم قياسه عن طريق السؤال المباشر عن عدد الساعات التي يقضيها المبحوث أما شاشة التلفزيون.و يرى جرنبر أن حجم المشاهدة هو المؤشر الأكثر ارتباطا بعملية الغرس.

المتغير التابع: و هو الغرس الثقافي و الذي يمثل معتقدات و تصورات المبحوثين حول موضوع البحث.

المتغيرات الوسيطة: هناك بعض المتغيرات التي قد تتدخل في العلاقة بين التعرض للتلفزيون و حدوث تأثيرات الغرس،مما يزيد من قوة هذه العلاقة و من أهم هذه المتغيرات: **المتغيرات الديموغرافية** و تشمل السن،المستوى الاجتماعي و الاقتصادي و التعليمي،الجنس.

الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي

على الرغم من أن نظرية الغرس الثقافي حظيت بتأييد كبير من الباحثين إلا أنها واجهت العديد من الانتقادات منذ نهاية السبعينيات حتى نهاية تسعينيات نذكر منها ما يلي:

-يرى أنصار مدخل الاستخدامات و الاشباعات أن النظرية تجاهلت متغير **الدوافع**، إذ يرون أن جربنر لم يبذل جهدا في التفرقة بين الذين يشاهدون التلفزيون بطريقة روتينية و الذين يشاهدونه بطريقة انتقائية نشطة، و هنا يصبح الغرس الثقافي متغيرا تابعا لمتغير **الدوافع** و ليس لكثافة **التعرض للتلفزيون**.

-الاكتفاء بكثافة المشاهدة لا يكفي لوحده لحدوث الغرس.

-عدم التحكم بالمتغيرات الأخرى و ذلك لاختلاف النتائج عندما تمّ تحليلها. عندما تم إدخال المتغيرات الوسيطة تأثرت العلاقة بين **التعرض للتلفزيون** و تأثيرات **الغرس الثقافي**.

-لا توجد إجابة قاطعة حول أسباب عدم اكتساب المعاني و الأفكار و الحقائق رغم تشابه كثافة المشاهدة داخل الجماعة الواحدة.

و في الأخير يمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من **التعلم العرضي** الذي ينتج عن **التعرض التراكمي** لوسائل الاعلام و الاتصال خاصة **التلفزيون**. حيث يتعرف المشاهد دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساسا للصور الذهنية و القيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي. فعملية الغرس عبارة عن تدفق موجه من تأثيرات التلفزيون إلى الجمهور المتلقي و لكنها جزء من عملية مستمرة و ديناميكية للتفاعل بين الرسائل و السياق.

و منه نستطيع القول أن جلّ النظريات جاءت لترجم الاتصال و تعرفه و تتناول دوره في المجتمع و دوره في التأثير على الأشخاص، و لكن تبقى هذه الدراسات تحت المراقبة لاحتوائها على أبعاد غير مقنعة. لكن في كل جزئية من تلك النظريات قد تجد نظرية أقرب من الأخرى في توضيح معنى الاتصال.

المحاضرة: نظرية انتشار المبتكرات

1 - نشأة وظهور النظرية:

ظهرت هذه النظرية خلال السنوات الأخيرة من الخمسينات والستينات متأثرة بنظرية تدفق المعلومات على مرحلتين التي قدمها لازارسفيلد وزملاؤه حيث وبنفس الطريقة وجد علماء الاجتماع الريفي أن نموذج نشر المعلومات على المزارعين يمكن فهمه في إطار تدفق المعلومات على مرحلتين وأنه يمكن النظر إلى عملية نشر الأفكار الحديثة بين المزارعين على أنها مشابهة تماما لعملية التصويت في الانتخابات وان النصيحة في الحالتين تتم تلبيتها من خلال الاتصال الشخصي وتأثير قادة الراي الذين يتفوقون وخصائصهم تماما كما انتهت إليه دراسات التصويت الانتخابي.

وتعود أصول نظرية انتشار المبتكرات إلى دراسات متفرقة قام بها الباحثون الاجتماعيون في عدة ميادين مثل الانتربولوجيا والتربية والزراعة لمعرفة كيفية تبني المزارعين للأفكار الجديدة المتعلقة بأساليب الزراعة الحديثة كما اهتم بها أيضا الباحثون في مجال التربية من خلال محاولة نشر طرق التدريس الجديدة أو فكرة تنظيم الأسر أو اقتناء الأجهزة واستخداماتها وغيرها من المجالات المختلفة لمعرفة أثارها في النظام الاجتماعي القائم.

وتركز هذه النظرية على نشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات والتجديد بين أفراد المجتمع أو قطاع منه بهدف تحقيق التنمية وهو في الأخير يعتبر (التغيير) الهدف النهائي لها، لهذا قام روجرز و شوميكير بالمراجعة والتدقيق في أكثر من 5000 أمر برقية متعلقة بانتشار كل ما هو مبتكرات جديدة في مجال الاجتماع الريفي والانتربولوجيا بهدف التعرف على آليات تبني الأفكار والمستحدثات من قبل الجمهور، ليؤكدوا في الأخير من خلال نموذجهما دور البيئة الاجتماعية في التأثير على سريان المعلومات و قبولها، بحيث أكدوا أن تعرض الفرد لوسائل الإعلام بشكل انتقالي يظل خاضعا للفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها ذلك أن الفرد يتحرك في إطارها بما في ذلك دور قادة الرأي في تمرير المعلومات والتي يستقونها من المصادر الإعلامية إلى غيرهم ممن لم يتعرضوا للإعلام بشكل كاف.

والابتكار وفق هذه النظرية هو أي فكرة جديدة أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة ففكرة تنظيم الأسرة أو إدخال أساليب جديدة في الزراعة أو استحداث وسيلة اتصالي كالهاتف المحمول أو غير ذلك يعتبر ابتكارا.

2 - نموذج روجرز و شوميكير لانتشار المبتكرات: وصف روجرز وزميله عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بانتشار المبتكرات بالاقتراب من نموذج ديفيد بيرلو كما يلي:

1- المصدر: المخترعون والعلماء وعوامل التغيير الاجتماعي وقادة الرأي.

2- الرسالة: الابتكار الجديد.

3- الوسيلة: قنوات وسائل الإعلام وقنوات الاتصال الشخصي.

4- المستقبل: أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي.

5- الأثر: تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك.

3 - فرضية النظرية:

تقوم هذه النظرية على افتراض أن قنوات ووسائل الإعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات حيث تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول المبتكرات الجديدة.

كما يقترب مدخل انتشار المبتكرات كثيرا من تدفق المعلومات على مرحلتين الذي يفترض أن الرسائل الإعلامية تصل إلى الجمهور عن طريق أفراد يتميزون عن سواهم بأنهم أكثر اتصالا ونشاطا في تعاملهم مع وسائل الاتصال الجماهيري ويطلق عليهم "قادة الرأي".

ومفهوم قادة الرأي في هذا المدخل "مدخل انتشار المبتكرات" لا يختلف كثيرا عن مدخل انتقال المعلومات على مرحلتين غير انه يضيف تفصيلات أكثر حول شخصية قادة الرأي.

4 - دور قادة الرأي حسب روجرز:

1- يتعرض قادة الرأي لوسائل الإعلام أكثر من أتباعهم فهم حريصون على مطالعة الصحف ومتابعة البرامج الإذاعية والتلفزيونية المتعلقة باختصاصهم.

2- قادة الرأي أكثر انفتاحا على العالم وأكثر تقبلا للأفكار الجديدة والتغيير من غيرهم.

3- قادة الرأي لديهم اتصال أكثر من أتباعهم مع وكلاء التغيير من مسؤولين عن برامج التغيير والجهات الرسمية.

4- يتميز قادة الرأي بمراكز اجتماعية أفضل من غيرهم نتيجة موقعهم العلمي والاجتماعي والاقتصادي مما يعزز موقع تأثيرهم على إتباعهم وحتى المسؤولين عن برامج التغيير.

5- قادة الرأي أكثر مشاركة اجتماعية من أتباعهم سواء في المناسبات الاجتماعية أو القضايا الاجتماعية ذات الاهتمام الأكبر.

6- قادة الرأي لديهم القدرة على توليد الأفكار والمبتكرات الجديدة وكذا إيجاد الحلول إذا كان النظام الاجتماعي يحد من التغيير لكن إذا كانت معايير المجتمع تقليدية فإن قادة الرأي يكونون أقل ابتكارية ويلتزمون بتوجيهات نظامهم الاجتماعي.

5 - محددات قبول وانتشار المبتكرات:

طبعا ليست كل الأفكار والمبتكرات على قدر واحد من الذبوع والانتشار لأنها لا تتشابه في الخصائص والصفات ما يجعل بعضها أكثر رواجاً وأكثر تقبلاً من البعض الآخر ، وقد خص روجرز و شومير المحددات والخصائص التي تحدد مدى ذبوع وانتشار المبتكرات فيما يلي:

1- الميزة النسبية : المتحدث أو المبتكر قد يكون شيء مشابه لشيء آخر موجود مسبقاً ، لكن المهم هو مدى إدراك الفرد للمزايا النسبية للفكرة الجديدة سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية ويقصد بالميزة النسبية عادة مدى الفائدة الاقتصادية التي تعود على الشخص الذي يتبنى الفكرة أو الأسلوب الجديد .

2-درجة التعقيد: أي مدى إدراك الفرد للمبتكر أو المتحدث على أنه سهل الفهم والاستخدام وتختلف المستخدمات في مدى سهولة فهمها والتعامل معها فكلما كانت الفكرة الجديدة سهلة التعامل والفهم زادت سرعة انتشارها.

3-الملاءمة: أي كلما أدرك الفرد أن هذه المبتكرات تتفق مع قيمه واجتماعاته وخبراته السابقة زادت سرعة انتشارها.

4- القابلية للتجريب: وتعني مدى قدرة الفرد على تجربة المستخدم على نطاق محدد وقبل أن يتخذ القرار النهائي بشأنه ، لهذا فكلما كان الفرد على تجربة المتحدث زادت فرصة تنبيهه له بحيث يمكن أن يتعرف على المزايا النسبية للمبتكر / المتحدث من خلال هذه المعاينة.

5- قبول النتيجة: أي مدى وضوح استخدام أو تبني المتحدث بسهولة ملاحظة الفرد والجماعة لنتائج تبني المتحدث تزيد من إمكانية انتشاره وتتيح هذه الخاصية للفرد أن يتحدث عن المتحدث مع الآخرين مما قد يزيد من قناعاتهم الخاصة بفوائده.

*رغم أهمية هذه الخصائص غير أنها لا تمثل كل الخصائص التي يمكن للمبتكرات أن تتسم بها وان هذه الخصائص ليست على قدر واحد من الأهمية بالنسبة لانتشاره , فهناك عدد آخر من المحددات أو الخصائص التي تؤثر على عملية انتشار المبتكرات منها :

-طبيعة ونوعية المجتمع والنمط الإيديولوجي المسيطر عليه (النمط التفكيري)

- نوع الفكرة والابتكار .

- التكلفة المادية للمستحدث.

- المستوى الاجتماعي والتعليمي الغالب على أفراد المجتمع.

- نوع المجتمع (فالمجتمع المتمدن المتحضر يعرف إقبالا كبيرا على كل ما هو جديد).

- العادات والتقاليد السائدة في المجتمع.

6 - مراحل تبني الأفكار والأساليب المستحدثة:

عرف روجرز عملية تبني الأفكار الجديدة والمستحدثة بوجه عام أنها "العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكرة أو الابتكار حتى ينتهي به الأمر إلى أن يتبناها " وتمر هذه العملية بخمس مراحل هي:

1- مرحلة الوعي بالفكرة: وفي هذه المرحلة يسمع الفرد أو يعلم بالفكرة الجديدة لأول مرة ولا يمكن الجزم أن كان هذا الوعي عفويا أو مقصودا , ويتفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق إلى سلسلة المراحل التالية في عملية التبني .

2- مرحلة الاهتمام: تتولد في هذه المرحلة رغبة لدى الفرد في التعرف على واقع الفكرة وجمع المزيد من المعلومات عنها ليصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة والابتكار لهذا يصبح سلوكه هادفا بشكل كبير .

3- مرحلة التقييم: في هذه المرحلة يجري الفرد عملية موازنة ومطابقة بين ما جمعه من معلومات عن الفكرة المبتكرة في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر وما يتوقعه مستقبلا لينتهي به الأمر إلى اتخاذ قرار يرفض الفكرة أو إخضاعها للتجريب العملي.

4-مرحلة التجريب: وفيما يستخدم الفرد المستحدثة على نطاق ضيق على سبيل التجربة كي يحدد فائدتها وفق ظروف خاصة , فإذا اقتنع بفائدتها فإنه يقرر تبنيها وتطبيقها على نطاق أوسع أو العكس في حالة عدم جدواها.

5-مرحلة التبني: تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي , فالفرد قد انتهى إلى قرار تبني الفكرة المستحدثة بعد إقناعه بجدواها , غير انه يجب تذكر انه في بعض الحالات قد يتملص الفرد من التنفيذ تاركا الفكرة المستحدثة لأسباب عديدة ومتنوعة.

7 - ايجابيات النظرية:

- ساهمت هذه النظرية في وصف كيفية انتشار الأفكار المستحدثة وتغيير الأساليب والدوافع التي تقود الأفراد إلى الإقناع والتبني للمبتكرات.

- أما في مجال الإعلام والاتصال فساهمت في معرفة كيفية تبني الأفراد لوسيلة من وسائل الإعلام الجديدة دون غيرها كالفضائيات أو شبكة الانترنت في ضوء مراحل التبني الخمس السابقة.

8 - الانتقادات الموجهة لنظرية انتشار المبتكرات:

لقي نموذج انتشار المبتكرات شيوعا وانتشارا في بداية الستينيات خاصة في دول العالم الثالث غير انه واجه فيما بعد في السبعينيات جملة من الانتقادات هي:

1- أن تطبيق هذا النموذج والعمل به في دول العلم الثالث أدى إلى اتساع هوة فجوة المعلومات وازدياد الفروقات الاجتماعية والاقتصادية بين فئات المجتمع لان الفئات المتقدمة اقتصاديا واجتماعيا تشجع أكثر من غيرها على التجديد وممارسته بالإقبال على تلقي المعلومات أكثر من غيرها من الفئات الفقيرة.

2- دعم اتفاق الباحثين والدارسين لهذا النموذج "الانتشار " على تعريف محدد للتنمية.

3- إيمان الباحثين وعلى رأسهم روجرز بقوة تأثير وسائل الاتصال على قادة الرأي خاصة وبفاعليتها من مناطق أو بتأثير نظرية الطلقة السحرية أي أن نموذج الانتشار اخذ مبدأ سريان المعلومات في اتجاه واحد أي من الحكومة ومراكز التنمية إلى الجمهور المتلقي.