

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

- أولاً : نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
- ثانياً : مدخل الاتساق بين المعرفة والاتجاه والسلوك.

أولاً : نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

Media System dependency theory

إن أى محاولة لفهم تأثير وسائل الإعلام لا يمكن أن تتم بمعزل عن مبدأ الانتقائية التى تركز على العمليات النفسية للمستقبل والتى يمكن أن تؤثر بشكل ما على وقع الرسالة الإعلامية ؛ ومبدأ العلاقات الشخصية التى تعبر عن دور المحيط الاجتماعى فى تفسير معنى الرسالة الإعلامية للمستقبل (١) . لذلك تضمنت النظريات التى تناولت تأثير وسائل الإعلام ثلاثة أنواع رئيسية وهى : (نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام ، ونظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام ، ونظريات التأثير القوى لوسائل الإعلام) ، وتوجد بعض الفروق الرئيسية بين أنواع النظريات الثلاث التى تناولت تأثير وسائل الإعلام كالتالى (٢) :

- ١- إن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام مثل : نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين ، ونظرية انتشار المبتكرات قد قللت من شأن تأثيرات وسائل الإعلام ، كما أن نظريات (نيومان) قد ضاعفت بشكل مبالغ من تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد ، أما نظريات التأثير المعتدل مثل : نظرية ترتيب الأولويات والإنماء الثقافى والاعتماد على وسائل الإعلام فتتووع تأثيراتها بين القوة والضعف فى ظل ظروف معينة.
- ٢- إن نظريات التأثير المعتدل ركزت على التأثيرات بعيدة المدى لوسائل الإعلام ، فى حين ركزت النظريات الأخرى على التأثيرات قصيرة المدى.

ومن ثم فإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والتى تطبقها الدراسة الحالية تقع ضمن نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام ، وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى المداخل التكاملية التى تربط بين العوامل النفسية والاجتماعية فى إطار مرجعى اجتماعى وثقافى يفرض نفسه على طبيعة وسائل الاتصال وطبيعة تأثيرها على الجمهور (٣) .

(1) Katz E. "On conceptualizing media effects", Int. McCormack (ed), **Studies in communication**, Vol.(1), 1980, PP 119-141.

(٢) حسن عماد مكاوى ، ليلي حسين السيد . الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط٣ (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٢م) ص٢٨٧.

(3) JAY Black & Jennings Bryant. **Introduction to media communication, 4th (ed.)** , (New Yourk : Brown & Benchmark, 1995) , PP 39,40.

وفى ضوء مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته كلما زادت أهمية الدور الذى تلعبه هذه الوسائل فى حياة الفرد ، علاوة على زيادة تأثير هذه الوسائل على هذا الفرد ؛ فلذلك يجب أن تكون هناك علاقة مباشرة بين درجة الاعتماد ودرجة التأثير حيث قدم كل من ميلفين ديفلير وساندر ا بول روكيتش شرحاً لعدد من الأبحاث عام ١٩٧٥ كالتالى (١) :

(١) أن أساس تأثير وسائل الإعلام يتوقف على العلاقة بين النظام الاجتماعى السائد ، ودور الإعلام فى هذا النظام وعلاقات الجمهور بهذه الوسائل ، وتحدث هذه التأثيرات لأن وسائل الإعلام تعمل بطريقة النظم الاجتماعية لى تواجه احتياجات ومتطلبات الجمهور .

(٢) درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام هى مفتاح المتغير الأساسى لفهم " متى ولماذا تؤثر وسائل الإعلام ؟ " على تغير معتقدات الجمهور وسلوكه . فإن تأثير وسائل الإعلام يستقر مع الجمهور ويرتبط بكيفية وأهمية المعلومات المقدمة من خلال الوسيلة وتأثيرها على الجمهور ، فالأفراد المستخدمون لوسائل الإعلام يحددون تأثيرها .

(٣) فى المجتمع الصناعى أصبح الناس أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام لفهم العالم الاجتماعى ، والتصرف أو العمل بفاعلية وكفاءة ، فنحن نستخدم الوسيلة الاتصالية أو الإعلامية لنصنع معانى العالم الكبير من حولنا ، ونسمح للوسيلة بأن تشكل توقعاتنا .

(٤) وكلما زاد الاحتياج كلما زاد الاعتماد ، كلما زادت احتمالية تأثير وسائل الإعلام ، وليس كل الأفراد متساويين فى تأثير وسائل الإعلام عليهم ، فهؤلاء الذين لديهم احتياجات ومعتمدين على وسائل الإعلام يكونون أكثر تأثراً بوسائل الإعلام .

وبذلك يمكن القول بأن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً ، وهى تبحث فى كيفية ارتباط أجزاء من النظام الاجتماعى ببعضها البعض ، ومحاولة تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات حيث يرتبط نظام وسائل الإعلام بالأفراد والجماعات

(1) Stanley J. Baran & Dennis K. Davis. "Mass communication theory, foundation, Ferment and Future", Ph.D, (California : Wadsworth publish company, 1995) PP 226,227.

والمنظمات والمنظم الاجتماعية الأخرى ، وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو الصراع أو التغيير أو السكون أو القوة أو الضعف^(١) .

ويقصد بالاعتماد : الدرجة التى يتكل بها الفرد على وسائل الإعلام من حيث كونها مصدراً رئيسياً لتحقيق رغبته وتلبية حاجاته النفسية والاجتماعية^(٢) ، وبالتالي تختلف درجة الاعتماد من شخص إلى آخر ، كما أنها تختلف من جماعة إلى أخرى وحتى من مجتمع إلى آخر . وبشكل عام تكون درجة الاعتماد عالية فى المجتمعات الصناعية المدنية وتكون منخفضة نسبياً فى المجتمعات الريفية ، ويعزو الباحثان درجة الاعتماد العالية فى المجتمعات الصناعية إلى أن طبيعة الحياة ودورة الاقتصاد فى هذه المجتمعات تعتمد بشكل كبير على توافر معلومات دقيقة وأنية بصورة مستمرة.

وهناك تعريف آخر للاعتماد على وسائل الإعلام : بأنه العلاقة التى يتم من خلالها تحقيق الأهداف المحتملة أو الطارئة متوقفة على مصادر وسائل الإعلام^(٣) .

ويعتبر اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ، والذى يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام^(٤) .

ومما سبق نجد أن نظرية الاعتماد تركز على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعى تتم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذى تفرضه سمات المجتمع الحديث ، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعى لإدراك وفهم نظام فرعى آخر هو المحيط

(١) ميلفين ديفلير ، ساندرابول روكيتش . نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة : كمال عبد الرؤوف ، ط٣ ، (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٩) ، ص٤١٤ .

(2) Melvin L., Defleur & Sandra Paul Rokeach. "Dependency models of media effects", *Communication research*, Vol. (3), No (1), 1976, PP 3-21.

(3) Peter L. Hirschburg , Don A. Dillman & Sandra Paul Rokeach. *Media System dependency theory : Responses to the Eruption of Mount St. Helens, Media Audience and Social Structure*, (London , New Delhi : SAGA Publications, 1986), p 118.

(٤) محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط٢ ، (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٠) ، ص ص ٢٣٢ ، ٢٣٣ .

الاجتماعى من حولهم ، وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور فى استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية ، وتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذى يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعى من حولهم ^(١) ، كما تعتبر درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام هى الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان ومكان الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمشاعر والسلوك ^(٢) .

الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

فالفكرة الرئيسية لهذه النظرية " أن أفراد الجمهور يعتمدون على المعلومات التى توفرها وسائل الإعلام ، رغبة منهم فى إشباع حاجاتهم وتحقيق رغباتهم وأهدافهم ^(٣) ومن هذا المنطلق تسعى هذه النظرية إلى تحقيق الأهداف التالية :

- ١- الهدف الرئيسى لنظرية الاعتماد تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحيانا آثار قوية ومباشرة وأحيانا تأثيرات ضعيفة غير مباشرة ، وتبحث النظرية كيفية ارتباط النظم الصغيرة وكبيرة ببعضها ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء وفق هذه العلاقات ^(٤) .
- ٢- تحليل أنواع المعلومات وتفسيرها لتوضيح لماذا يعتمد عليها الأفراد دون سواها ، فعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام عموماً ، وعلى أشكال وسائل الإعلام خصوصاً تستمد جزئياً من تطوير توقعات الأفراد وأن معلومات وسائل الإعلام تستطيع مساعدتهم لتحقيق أهدافهم الخاصة ^(٥) .

(١) محمد عبد الوهاب الفقيه ، مرجع سابق ، ص ٤٢ .

(٢) محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص ٢٣٤ .

(3) [http : // www.jiad.org](http://www.jiad.org), Padmini Patwardhan , **Internet dependency relation and Online consumer behavior : A Media system dependency theory perspective on why people shop, chat and read news Online**, 16/4/2004.

(٤) حسن عماد مكاوى ، لىلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ٣١٤ .

- محمود حسن إسماعيل. مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، ط ١ ، (القاهرة : الدار العالمية للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٣) ، ص ٢٧٨ .

(5) William E. Loges & Sandra Paul Rokeach. "Dependency relations and Newspaper Readership", **Journalism Quarterly**, Vol. (70), No. (3), 1993. P 603.

- ٣- إن نظرية اعتماد الفرد على وسائل الإعلام تهدف لقياس التعرض لوسيلة إعلامية كمتنبأ لتأثيرات تلك الوسيلة ، باعتبار ذلك كبديل كفي يرى أن التعرض لوسيلة ما يكون أكثر التزاماً بالبيئة والعوامل المختلفة من الاعتماد على تلك الوسيلة^(١).
- ٤- شرح وكشف دور وسائل الإعلام في المجتمع من خلال تحليلها لعلاقات الاعتماد بالمفهوم الشامل.
- ٥- الاهتمام بالتساؤل الخاص : ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام أسوة بنظرية الاستخدامات والإشباعات ؟^(٢).

الأسس التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

- تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما^(٣):
- ١- الأهداف : لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية ، فإن عليهم الاعتماد على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى ، والعكس صحيح.
- ٢- المصادر : يسعى الأفراد أو المنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم ، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد من أجل بلوغ أهدافهم ، وبذلك تتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي :
- أ- المصدر الأول : هو جمع المعلومات عبر المندوبين والمراسلين.
- ب- المصدر الثاني : تنسيق المعلومات ؛ أي تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان لكي تخرج بصورة مناسبة.
- ج- المصدر الثالث : نشر المعلومات ؛ أي القدرة على توزيع المعلومات إلى جمهور غير محدود.

ويذهب كل من " جون ونيقولاس ولايهيت " عام ١٩٨٨ أن نموذج اعتماد الجمهور على مصادر المعلومات يمكن أن يميز من خلال ثلاث مراجعات^(٤) :

(1) August E. Grant, Kendall K. Guthries & Sandra Paul Rokeach. "Television shopping, Media System Dependency Perspective", **Communication Research**, Vol. (18), No. (6), 1991, P. 775.

(2) Ibid.

(٣) حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ص ٣١٤ ، ٣١٥.

(4) John C. Pierce, lyhette Lee Sammons & Nicholas P. Lovrich, **Op. Cit**, . P 903.

- ١- التوزيع : فالجمهور الكلى يختلف اعتماده على مصادر المعلومات ، وهذا أساس اختلاف مستويات الاعتماد فيما بينهم.
- ٢- المفاضلة : فمصادر المعلومات متنوعة ، والاختلاف يظهر فى ممارسة انتقائية المعلومات ، وهناك من يعتمد على وسيلة دون سواها ويسمى بالمعتمد الكثيف ، عكس الذى يوزع اعتماده على أكثر من وسيلة.
- ٣- السبعديّة : وهو ما يشير إلى مدى اعتماد الفرد على مصادر محددة فى مواضيع محددة ، ومن الممكن اللجوء إلى مصادر أخرى غير مصادرهم المنظمة تجاه قضية خلافية.

ومن هذا المنطلق توجد ثلاث أسس لقياس مستوى الاعتماد (١) :

- ١- الوفرة : وهى إمكانية الوصول إلى مصادر محددة.
- ٢- التقييم : وهو الحكم على دقة المعلومات المستقاة من كل مصدر.
- ٣- المراجعة : وهى مراجعة المعلومات المأخوذة من مصدر محدد دون آخر

الافتراضات التى تبنى عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

- تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على عدة افتراضات هى :
- ١- يفترض النموذج الرئيسى " لميلفين ديلفير وساندرا بول روكيتش " أن الاعتماد على وسائل الإعلام يزداد بزيادة حجم القدرة على استقبال المعلومات المطلوبة من خلال المصادر الشخصية ، مع مراعاة وفرة المعلومات وتقييمها ومقارنتها بالمصادر الشخصية المتاحة للجمهور من البيئة المعلوماتية (٢) .
 - ٢- توجد اختلافات بين أفراد الجمهور من حيث مستوى اعتمادهم على وسائل الإعلام باختلاف أهدافهم ومصالحهم (٣) ، أى أن هناك عوامل تؤثر فى نوع العلاقات الاعتمادية بين الجمهور ووسائل الإعلام منها : الفروق الفردية التى تتعلق بوسائل الإعلام وأهدافهم من وراء ذلك

(1) Donald L. Fry & Tomas A. McCain. "Community influential Media dependency in Dealing with a controversial local issue", **Journalism Quarterly**, Vol. (60), No. (3), 1983. P 461.

(2) **Ibid**, P 458.

(3) Melvin L., Defleur & Sandra Paul Rokeach. **Theories of Mass communication**, 4th Edition (New Yourk & London : Longman, 1982), PP 262-264.

وعلاقتهم بوسيط معين ؛ بمعنى اخر : أسباب اعتمادهم على وسيلة معينة^(١) ، كما أن المتغيرات الديموجرافية أو الوسيطة لأفراد الجمهور تؤثر على هذه العلاقة.

٣- كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته كلما زادت أهمية الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في حياته ، وبالتالي هو الأكثر تأثراً بهذه الوسائل ، ومن جانب المنظور الاجتماعي يزداد تأثير الجمهور كلما زاد مستوى اعتماده ، فهناك علاقة مباشرة بين مستوى الاعتماد ومستوى التأثير^(٢) .

٤- الذين يعتمدون على وسيلة معينة لديهم القدرة على استخلاص معلوماتهم السياسية من خلال تعرضهم لها ، فيما تضعف هذه القدرة مع أنواع المعلومات الأخرى كالمعلومات الصحية والاقتصادية^(٣) .

٥- توجد علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور ، وقد تكون هذه العلاقة مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزاءها مثل الصحف والمجلات ، الراديو ، والتلفزيون والسينما^(٤) .

٦- يحدث اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام من خلال سعي الجمهور إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي : الفهم والتوجيه والتسلية ، وكلما زاد المجتمع تعقيداً زاد اتساع الأهداف الشخصية التي تتطلب اللجوء أو الوصول إلى مصادر المعلومات عبر وسائل الإعلام^(٥) .

٧- كما تحدد النظرية ثلاثة أنواع من المتغيرات المتعلقة بالتأثيرات الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام هي : التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية والتي تمثل اتجاهات متباينة للتغيير في المعرفة أو الشعور أو السلوك^(٦) ، وتفرق النظرية بين المستخدم والمعتمد معرفياً ووجدانياً وسلوكياً كما يلي :

(١) جيهان يسرى . "مصادر معلومات الجمهور المصرى عن أحداث انتفاضة الأقصى" ، مرجع سابق ، ص ٢٠٢ .

- محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص ٢٣٦ .

(2) Stanley Baran & Dennis Davis, **Op. Cit.** P 226.

(٣) عربى محمد المصرى ، مرجع سابق ، ص ١٩٤ .

(٤) حسن عماد مكاوى ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ٣١٤ .

(٥) ميلفين ديفليير ، ساندرا بول روكيتش ، مرجع سابق ، ص ص ٤١٧-٤٢٨ .

- Donald L. Fry & Tomas A. McCain, **Op. Cit.**, P 458.

(6) Melvin L., Defleur & Sandra Paul Rokeach. Theories of Mass communication, **Op. Cit.** PP240-251.

- محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص ٢٣٥ .

- يوجد اختلاف في حجم التأثير المعرفي بين المعتمد على وسائل الإعلام والمستخدم لها ، فكلما كان الاعتماد مركزاً قوياً كلما كانت الآثار المعرفية مؤثرة^(١) .
- يظهر المستخدم لوسائل الإعلام أعراض القلق والخوف والإحباط أكثر من المعتمد على تلك الوسائل.
- ٨- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه على زيادة أو قلة درجة الاعتماد على معلومات ووسائل الإعلام ، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد الجماهيري على وسائل الإعلام^(٢) ، وبالتالي يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات كلما زاد الصراع في المجتمع^(٣) .
- ٩- كلما زادت حالة الغموض (تناقص المعلومات أو صعوبة تحديد التفسيرات الممكنة أو الصحيحة للأحداث التي يتعرض لها الفرد) ، والتهديد والأزمات والكوارث والحروب ... وغيرها في البيئة الطبيعية والاجتماعية كلما زادت الحاجة إلى المعلومات من وسائل الإعلام وزادت كثافة الاعتماد^(٤) .

وفيما يلي يعرض الباحث تطور نماذج الاعتماد الذي طرحه ميلفين ديلفير وساندرا بول روكيتش كالتالي :

أولاً : الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والمجتمع والجمهور :

يوضح النموذج الأول – الذي طرحه الباحثان ميلفين ديلفير وساندرا بول روكيتش عام ١٩٧٦م – العلاقات المتداخلة بين ثلاثة عناصر رئيسية هي :

(1) Denis McQuail & Seven Windhl . **Communication Model for the study of mass Communication**, Second Edition, (New Yourk & London : Longman, 1995) P 114.

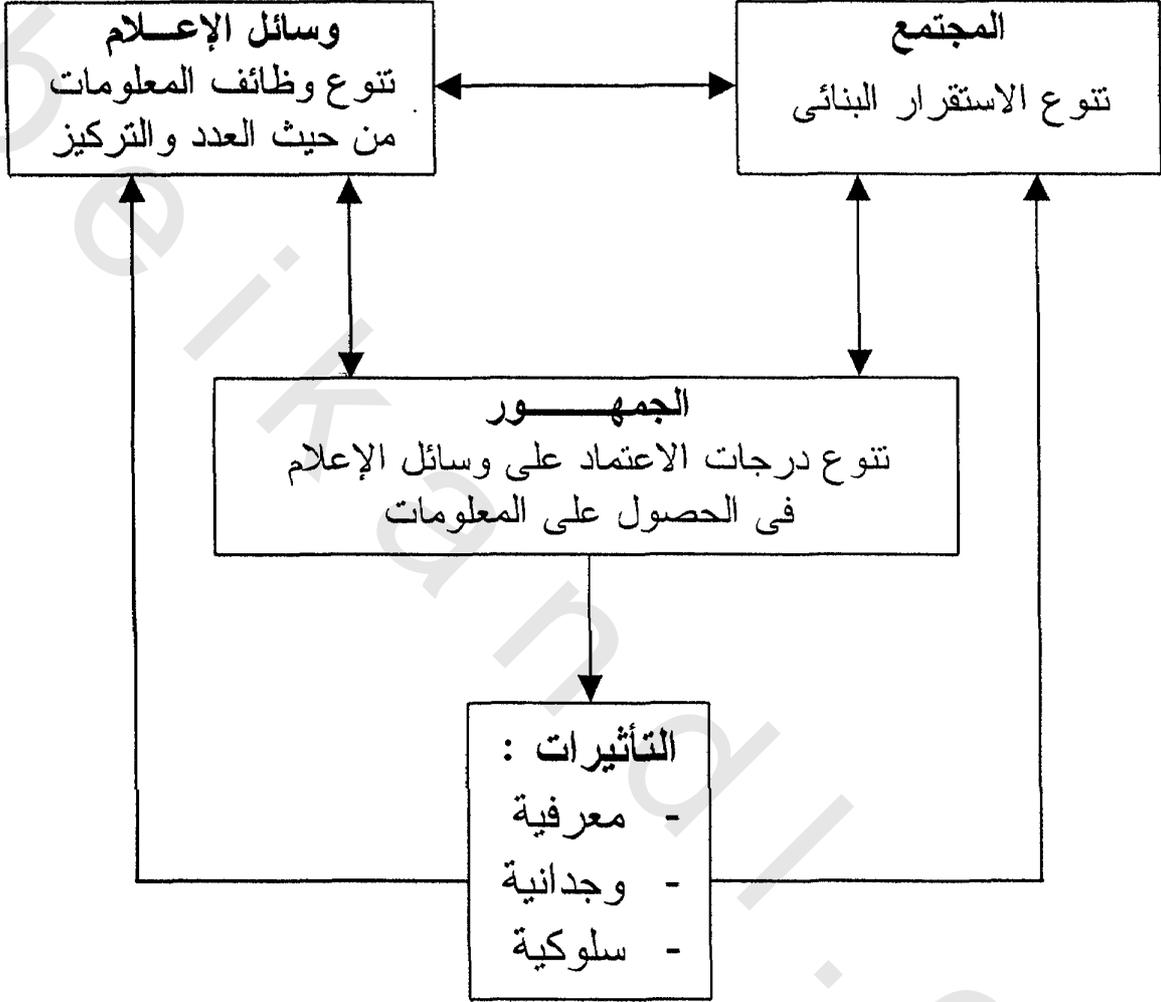
(٢) مها محمد كامل الطرابيشي ، مرجع سابق ، ص ١٧٥ .

(٣) محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص ٢٣٤ .

(4) Peter L. Hirschburg , Don A. Dillman & Sandra Paul Rokeach, **Op. Cit**, PP 118-119.

- William E. Loges. **Canaries in the Coal mine** : “Perception of threat and media system dependency relations”, **Communication research**, Vol. (21), No. (1), Feb. 1994, PP 5-23.

وسائل الإعلام ، والمجتمع ، والجمهور ، علاوة على ذلك التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي يحدثها اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كما يوضحها الشكل رقم (١) على النحو التالي (١) :



شكل رقم (١)

العلاقة التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور عام ١٩٧٦م

ويفترض النموذج السابق ما يلي :

(١) النظام الاجتماعي : يتنوع النظام الاجتماعي وفقاً لدرجة استقراره ، حيث يمكن أن يكون مستقراً وراسخاً وأحياناً أخرى يكون ضعيفاً وعرضة للتغيرات المستمرة ، ويمكن أن يكون المجتمع في حالة من الانهيار

(1) Melvin L., Defleur & Sandra Paul Rokeach. Theories of Mass communication, Op. Cit, P243.

كالأزمات والثورات والحروب ، لذلك نجد أن العوامل المهمة هي درجة الاضطراب الاجتماعى ودرجة الصراع الاجتماعى ودرجة التغيير الاجتماعى . فعندما يحدث التغيير الاجتماعى بشكل مضطرب تكون هناك درجة عالية من الغموض وعدم الوضوح لدى الجمهور لما يدور حولهم . فى مثل هذه الحالة تبرز الحاجة للبحث عن المعلومات وبالتالي ترتفع درجة اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام.

(٢) وسائل الإعلام : تتنوع وسائل الإعلام من حيث النوع والوظيفة والتخصص والإمكانيات ... ، ويمكن للنظام الإعلامى أن يكون قادراً أو غير قادر ، موجهاً أو غير موجه لإشباع حاجات النظام الاجتماعى والجمهور ، وكلما كانت لدى النظام الإعلامى القدرة على إشباع احتياجات الجمهور ، كلما كان أكثر أهمية للمجتمع ومن ثم يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ، أى أنه كلما زاد عدد الوظائف التى توفرها وسائل الإعلام للمجتمع ، زادت درجة الاعتماد على وسائل الإعلام فى هذا المجتمع . ليس هذا فحسب بل كلما زادت أهمية هذه الوظائف لسيير المجتمع بصورة طبيعية ، زادت درجة اعتماد المجتمع على وسائل الإعلام . ويؤكد الباحثان أن عدد الوظائف التى تقدمها وسائل الإعلام للمجتمع ونوعيتها يرتبط دائماً بصورة طردية مع درجة التقدم الاقتصادى لهذا المجتمع ودرجة التطور التكنولوجى لوسائل الإعلام.

(٣) الجمهور : يختلف الجمهور وفقاً لاعتماده على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات نتيجة اختلافاتهم فى الأهداف والمصالح والحاجات الفردية ؛ فالصفوة الاجتماعية تمتلك قنوات بديلة أو متخصصة يفترق عموم الناس إليها ، وأيضاً نوعية الموضوعات تؤثر على درجة الاعتماد فمثلاً بعض القراء لديهم اهتمام بالأخبار السياسية ، بينما هناك آخرون شغوفون بالموضوعات الاقتصادية وهكذا ، ويختلف الجمهور وفقاً لارتباطه بالنظام الاجتماعى وبالتغيير فى الحالات الاجتماعية ، فإن شعور الفرد بالانتماء للمجتمع يؤثر على درجة اعتماده على وسائل الإعلام المرتبطة بهذا المجتمع . فهناك أفراد يتدخلون بشكل كبير مع المجتمع ومؤسساته ، مثل هؤلاء تكون لديهم درجة كبيرة من الاعتماد مقارنة بالأفراد الموجودين على هامش المجتمع أو الذين يملكون شعوراً بالاغتراب تجاه المجتمع . هذا الشعور مرتبط أيضاً بدرجة المشاركة السياسية للجمهور ، فكلما زاد مقدار المشاركة السياسية نشط تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام ، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة الاعتماد على هذه الوسائل .

وفى الواقع أن هذا النموذج قد عرض العلاقة بين العناصر الثلاثة لمكونات النظرية بشكل متداخل رغم الطبيعة المحددة لهذه العلاقات التى يمكن أن تختلف من مجتمع لآخر ، وتوجد عوامل تزيد أو تنقص من درجة الاعتماد على وسائل الإعلام ، كما أن كل عنصر منفصل يمكن أن يتغير لاحتتمالية التأثير على الجمهور ، فهذه العلاقة ليست ذات اتجاه واحد وإنما متبادلة وتعتمد على الأطراف الثلاثة (وسائل الإعلام والمجتمع والجمهور) (١).

ثانياً : النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

فى حين أن النموذج الأول عام ١٩٧٦م يرتبط بحالات التكوين العامة للاعتماد بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع فإن ميلفين ديفيلر وساندرا بول روكيتش قاما بتطويره بعمل نموذج آخر لعمليات (كيفية تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام) عام ١٩٨٢م.

والنموذج كما تصوره الباحثين كما فى شكل (٢) (٢) يشير إلى تأثير وسائل الإعلام على الأفراد نتيجة الاعتماد المتبادل بين : وسائل الإعلام ، والنظم الاجتماعية الأخرى ، والجمهور ، ويشمل النموذج على قائمة معقدة من العوامل والمتغيرات التى تؤدى إلى الآثار المحتملة لوسائل الإعلام ، ويمكن تلخيص العلاقات التى يرمز لها النموذج على النحو التالى :

(١) ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذى يضم مجموعة من النظم الاجتماعية التى يحكمها الوظيفة البنائية ، وتحدث علاقات اعتماد متبادلة بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام. ويتميز كل مجتمع بثقافة خاصة تعبر عن القيم والتقاليد والعادات وأنماط السلوك التى يتم نقلها عبر رموز لفظية وغير لفظية. تحدث العمليات الدينامية لنشر الثقافة ، وتشمل هذه الفعاليات على قوى تدعو إلى ثبات المجتمع والحفاظ على استقراره من خلال الإجماع ، والسيطرة ، والتكيف الاجتماعى ، وتوجد أيضاً فى المجتمع قوى أخرى تدعو للصراع والتغيير. وتتم هذه العمليات على مستوى البناء الكلى للمجتمع ، أو بين الجماعات ، أو المراكز الاجتماعية المرتبة بشكل تصاعدى .. ويتضمن هذا البناء عناصر رسمية وغير رسمية.

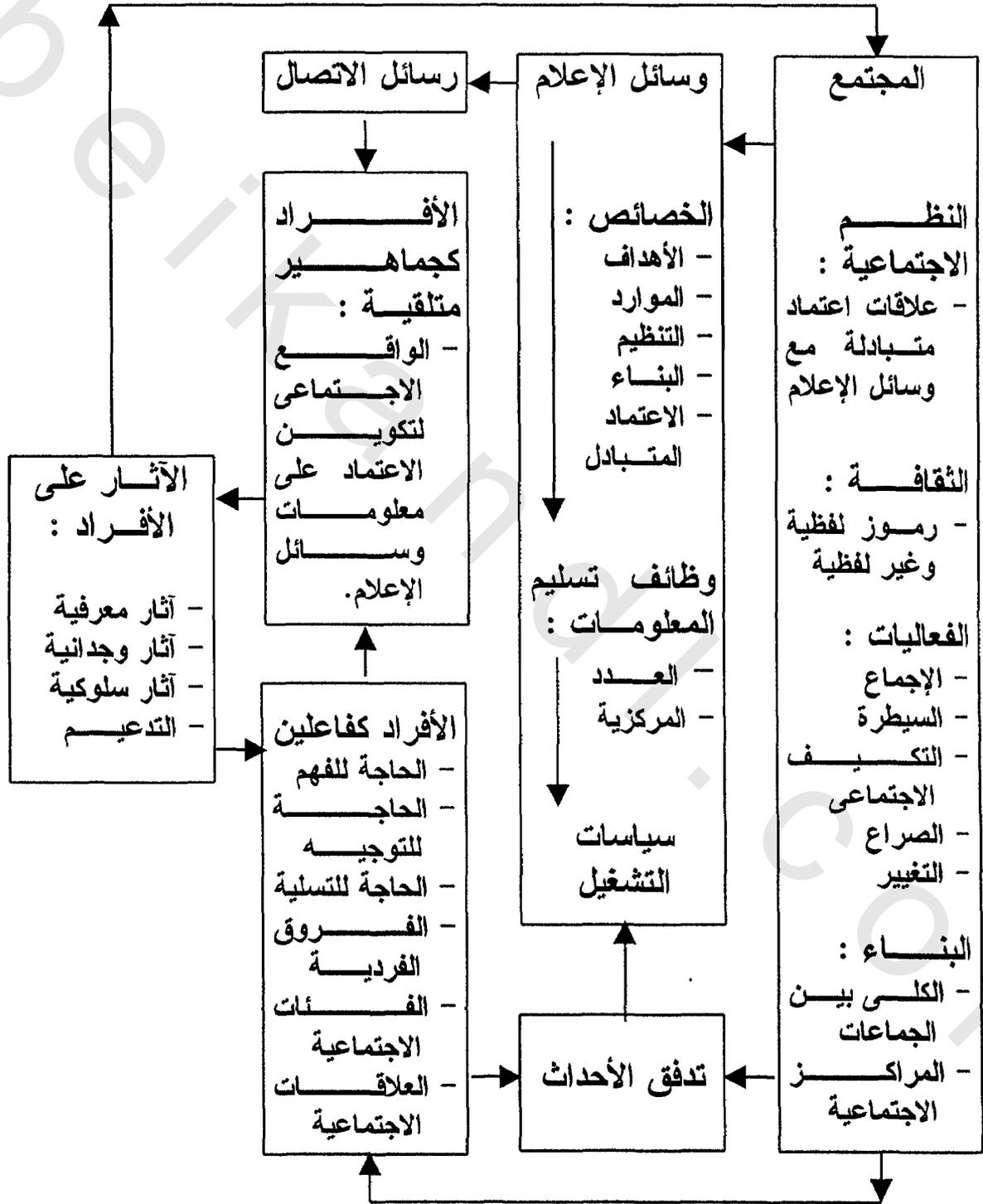
(٢) تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعى للمجتمع على وسائل الإعلام إيجاباً وسلباً ، وهى التى تحدد خصائص وسائل الإعلام التى تتضمن : الأهداف

(1) Denis McQuail & Seven Windhl , Op. Cit, PP 111-112.

(٢) حسن عماد مكاوى ، ليلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ص ٣٣٠-٣٣٣.

- Denis McQuail & Seven Windhl , Op. Cit, PP 113-115.

، والموارد ، والتنظيم ، والبناء ، والعلاقات المتبادلة. وتتحكم هذه الخصائص فى وظائف تسليم المعلومات التى يتحكم فيها عدد الوسائل الإعلامية المتاحة ، ودرجة مركزيتها ، ويؤثر ذلك بالتالى على الأنشطة التى تمارسها وسائل الإعلام أو ما يطلق عليها سياسات التشغيل.



شكل (٢)

النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عام ١٩٨٢م

كذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الأفراد ، ويساهم ذلك فى تشكيل الفروق الفردية ، والفئات الاجتماعية ، والعلاقات الاجتماعية. ويعمل النظام الاجتماعى أيضاً على خلق حاجات للأفراد مثل : الحاجة إلى الفهم والتوجيه والتسوية.

ويحدد الاعتماد المتبادل بين النظم الاجتماعية ونظم وسائل الإعلام كيفية تطوير الناس اعتمادهم على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية ، مما يخلق التنوع فى تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد.

(٣) تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث التى تقع داخل النظم الاجتماعية المختلفة ، ومن الأشخاص داخل هذه النظم ، وتنقى وسائل الإعلام التركيز على بعض القضايا والموضوعات التى تشكل رسائل وسائل الإعلام المتاحة للجماهير.

(٤) العنصر الرئيسى فى هذا الإطار المتكامل هو الأفراد كأعضاء فى الجمهور المتلقى لوسائل الإعلام ، هؤلاء الأفراد لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعى تم تشكيله عبر التنشئة الاجتماعية والتعليم والانتماء إلى جماعات ديموجرافية ، وعوامل التكيف الاجتماعى ، والخبرة المباشرة ، ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لاستكمال بناء الواقع الاجتماعى الذى لا يدركونه بالخبرة المباشرة ، وتتحكم علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى فى تشكيل رسائل المعلومات للجماهير.

(٥) حين يكون الواقع الاجتماعى محدداً ومفهوماً للأفراد ، ويلبى حاجاتهم وتطلعاتهم قبل وأثناء استقبال الرسائل الإعلامية ، لن يكون لرسائل الإعلام تأثير يذكر سوى تدعيم المعتقدات والقيم وأنماط السلوك الموجودة بالفعل.

وعلى النقيض .. حين لا يكون لدى الأفراد واقع اجتماعى حقيقى يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك ، فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعى ، وبالتالي يكون لهذه الوسائل تأثير أكبر على المعرفة والاتجاهات والسلوك. لذلك يجب الأخذ فى الاعتبار درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات كوسيلة للتنبؤ بآثار هذه الوسائل على الأفراد.

(٦) تتدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكى تؤثر فى الأفراد ، وفى بعض الحالات تتدفق المعلومات أيضاً من الأفراد لكى تؤثر فى وسائل الإعلام ، وفى المجتمع ككل ، ويتخذ ذلك بعض الأشكال مثل : الاعتراض الجماهيرى الذى يزيد من مستوى الصراع فى المجتمع ، أو يؤدى إلى تكوين جماعات اجتماعية جديدة. مثل هذه الأحداث قد تؤدى إلى تغييرات

فى طبيعة العلاقات بين النظم الاجتماعية ، ونظم وسائل الإعلام مثل :
تمرير قوانين جديدة يتم تصميمها لتغير سياسات تشغيل وسائل الإعلام (١)

ثالثاً : الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعى :

ويرى الكثير من الباحثين فى الغرب أن العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها فى المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل ، كما يرى مؤسساً نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ميلفين ديلفير وساندرا بول روكيتش أن كلاً من وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى فى المجتمع لا تستطيع إنجاز أعمالها وتحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضهم البعض الذى أصبح ملزماً فى المجتمع الحديث (٢) .

وتكمن قوة وسائل الإعلام فى سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها المنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم ، وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد ، وإنما تعتمد وسائل الإعلام أيضاً على المصادر التى يسيطر عليها الآخرون ، فالحكومات الحديثة التى ترغب فى الاتصال بمواطنيها والمؤسسات التى ترغب فى الاتصال بعملائها لا يستطيعون الاعتماد على الاتصال الشخصى بشكل وحيد أو أساسى ، لكى يصلوا إلى ملايين الأفراد وآلاف الجماعات والمنظمات الذين يرغبون فى الوصول إليهم ، ولذا فإن النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى فى المجتمعات الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام لعمل الربط أو الاتصال بالجمهور المستهدف (٣) .

فى نفس الوقت تتحكم وسائل الإعلام فى المعلومات وموارد الاتصال التى تحتاجها المنظمات السياسية والاقتصادية لكى تؤدى وظائفها بكفاءة فى المجتمعات الحديثة المعقدة ، ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام ليست قوية تماماً ، فهى أيضاً تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكى تمارس عملها بكفاءة أيضاً ، ويمكن وصف ذلك بمفهوم " الاعتماد المتبادل " Interdependence ، فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى فى المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها البعض (٤) .

(١) Melvin L., Defleur & Sandra Paul Rokeach. Theories of Mass communication, Op. Cit, PP 251-253.

(٢) محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص ١٤١ .

(٣) حسن عماد مكاوى ، ليلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ٣١٧ .

(٤) المرجع السابق ، ص ٣١٧ .

ويمكن عرض هذا الاعتماد المتبادل من خلال شرح مختصر للعلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والسياسية كما يلى :

أ- علاقة وسائل الإعلام بالنظام الاقتصادى (١) :

- يعتمد النظام الاقتصادى على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية :
 - ١- ترويج وتدعيم القيم الخاصة بالمشروعات الحرة والرأسمالية.
 - ٢- تأسيس وصيانة العلاقة بين المنتج والمستهلك ؛ لإبلاغ المستهلك عن المنتجات المتاحة وتحفيزه على الشراء أو استخدام المنتج.
 - ٣- التحكم وكسب الصراعات الداخلية مثل : الصراعات التى تحدث بين الإدارة والاتحادات ، أو الصراع مع المنظمات الخارجية أو أى موقف يكون تهديداً للمؤسسات الاقتصادية.
 - وتعتمد وسائل الإعلام على النظام الاقتصادى لتحقيق الأهداف التالية :
 - ١- الربح من عائد الإعلانات.
 - ٢- التطوير التكنولوجى لتقليل النفقات والتنافس بفاعلية من خلال امتلاك منتجات أكثر تقدماً.
 - ٣- التوسع فى المشروعات الإعلامية للوصول إلى جماهير أكبر وتحقيق عائد أعلى.
- وبذلك يمكن القول أن الاعتماد المتبادل بين النظام الاقتصادى ووسائل الإعلام حيث يعتمد كل منهما على موارد الآخر لتحقيق أهدافه فى الحياة والتنافس والرخاء.

ب- علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسى (٢) :

- يعتمد النظام السياسى على موارد وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية :
 - ١- زيادة وتدعيم القيم والمعايير السياسية مثل : الحرية - المساواة - إطاعة القوانين - التصويت الانتخابى.

(١) حسن عماد مكاوى ، ليلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ٣١٨.

- Melvin L., Defleur & Sandra Paul Rokeach. Theories of Mass communication, Op. Cit, PP237-238.

- محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص ١٤١.

(٢) حسن عماد مكاوى ، ليلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ٣١٩ ، ٣٢٠ .

- Melvin L., Defleur & Sandra Paul Rokeach. Theories of Mass communication, Op. Cit, PP238-239.

- ٢- الحفاظ على النظام السياسى وتحقيق التكامل الاجتماعى من خلال بث روح الإجماع ، وتكوين الرأى العام.
 - ٣- تدعيم الشعور بالمواطنة لتنفيذ الأنشطة الأساسية مثل : الحماس للحرب أو المشاركة فى التصويت الانتخابى.
 - ٤- التحكم وكسب الصراعات التى تقع داخل السيادة السياسية مثل : صراعات الأحزاب أو الصراعات بين النظام السياسى ونظم اجتماعية أخرى مثل : النظام الدينى.
- وتعتمد وسائل الإعلام على النظام السياسى لتحقيق الأهداف التالية :
 - ١- اكتساب الحماية التشريعية والقضائية والتنفيذية مثل حرية وسائل الإعلام ، الثقة بالقوانين
 - ٢- الحصول على معلومات رسمية وغير رسمية لتغطية الأخبار مثل : عقد المؤتمرات الصحفية ، والحصول على تصريحات بشأن الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
 - ٣- اكتساب قدرات صانع القرار.
 - ٤- تحقيق عائد من الإعلانات السياسية من خلال الانتخابات ، وخفض الضرائب ، الإعانات المالية.

وبذلك يمكن القول أنه لا يستطيع النظام السياسى ولا وسائل الإعلام أن يبقيا ويزدهرا بدون وجود تعاون وتحقيق أهدافه بدون الاعتماد على الآخر ، حتى لا تتحول العلاقة التبادلية بينهما إلى صراع بحيث يسعى النظام السياسى لفرض الرقابة وسرية المعلومات وإخفاء الفساد السياسى ، فى حين تقوم وسائل الإعلام بدور الحارس الأمين على قضايا المجتمع ومراقبة سياسات الحكومة وترويج مبدأ الحق فى المعرفة ، والحفاظ على سرية المصادر الإعلامية.

رابعاً : الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام :

إن الأفراد مثل النظم الاجتماعية ، يقيمون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام ، لأن الأفراد توجههم الأهداف ، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام ، كذلك يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم ، فالفرد يهدف إلى تأييد حقه فى المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة^(١)

(١) حسن عماد مكاوى ، لىلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ٣٢٠ .
- محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص ٢٢٣ .

وهناك العديد من العوامل التى تنتج من اعتماد الفرد على وسائل الإعلام^(١) :

- ١- البناء : نمط من العلاقات بين الاعتماد على وسائل الإعلام فى النظم السياسية والاقتصادية.
- ٢- السياق : طبيعة البيئة الاجتماعية التى تتضمن الأفراد والمجموعات الاجتماعية.
- ٣- وسائل الإعلام : طبيعة النظم الإعلامية ونوعية نشاطها فى بناء وتعريف رسائلها.
- ٤- الشبكة الشخصية : الطرق التى بها تتشكل الشبكات الإعلامية الشخصية مرتبطة بالتوقعات والحوافز.
- ٥- العوامل الفردية : الأهداف الفردية التى قد تخدم من خلال الاستخدام الإعلامى.

وبالتالى تنوع اعتمادات الفرد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية^(٢) :

- ١- الفهم :
 - معرفة الذات مثل : التعلم عن ذات المرء ، والحصول على الخبرات أو النمو كشخص.
 - الفهم الاجتماعى مثل : معرفة أشياء عن العالم أو البيئة المحيطة وتفسيرها
- ٢- التوجيه :
 - توجيه العمل : كأن يعزز الفرد ماذا يفعل أو يلبس أو يشتري.
 - توجيه تفاعلى تبادلى مثل : الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.
- ٣- التسلية :
 - التسلية المنعزلة مثل : الراحة والاسترخاء والاستثارة.

(1) [http : // www.colostate.edu/Depts/speech/rccs/theory12.htm](http://www.colostate.edu/Depts/speech/rccs/theory12.htm), Melvin L., Defleur and Sandra Paul Rokeach, **The ultimate basis influence lies in the nature of the interdependency between the media and other social systems and how these interdependencies shape audience relationships with the media**, 16/4/2004.

(٢) حسن عماد مكاوى ، لىلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ٣٢٠ .
- ميلفين ديفليير ، ساندر ا بول روكيتش. نظريات وسائل الإعلام ، مرجع سابق ، ص ٤١٨ .

- التسلية الاجتماعية مثل : الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى أو القراءة مع الأسرة والأصدقاء

لذلك فإن الدوافع الإنسانية الأساسية للاعتماد تتلخص فى ثلاثة أهداف (الفهم والتوجيه والتسلية) ، فأهداف الفهم تركز على أسئلة عن (المعنى والمعرفة) أو احتياجات ومتطلبات الناس لفهم العالم من حولهم ، وترتبط أهداف الفهم بأهداف التوجيه التى تحول الاحتياج إلى سلوك فعال وفقاً لكل من التفاعل مع الآخرين وعمل قرارات سلوكية شخصية ، وأخيراً فإن الهروب من الحياة والمتعة (أهداف التسلية) يتم التفكير فيها بنفس الأهمية للرفاهية الشخصية ، وتفترض النظرية أنه عندما يكون محتوى وسائل الإعلام مرتبط بالأهداف الشخصية أو الفردية يكون له تأثير يؤدي إلى زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام (١) .

وكما يشير ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش إلى وجود أربعة عوامل تؤثر فى فاعلية وسائل الإعلام ، وجاءت الاختلافات الفردية فى المركز الأول والتى تظهر بوضوح من خلال العمليات الانتقائية المتعددة التى يمارسها الفرد مثل : الإدراك الانتقائي ، التعرض الانتقائي ، الفهم ، التذكر الانتقائي. فالأفراد يلجأون لوسائل الإعلام للحصول على دعم لأفكارهم إذا لم يكن لديهم خبرة سابقة بالموضوع يرجعون لها كمصدر لاستيفاء مزيد من المعلومات فى حالة إمامهم ببعض جوانب القضية محل الاهتمام (٢) .

كما ينبغي ألا نبالغ فى أهمية وسائل الإعلام للفرد ، فهى تجعل بالفعل أهداف الفهم والتوجيه والتسلية أكثر سهولة ، ولكنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف ، فالأفراد يتصلون فى نهاية الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة ، وكذلك بنظم تربية وسياسية وغيرها ، تساعد الناس أيضاً على بلوغ أهدافهم . ولكن تكمن قوة وسائل الإعلام فى السيطرة على مصادر معلومات معينة تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية ، علاوة على ذلك فإنه كلما زاد المجتمع تعقيداً ، زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التى تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام (٣) .

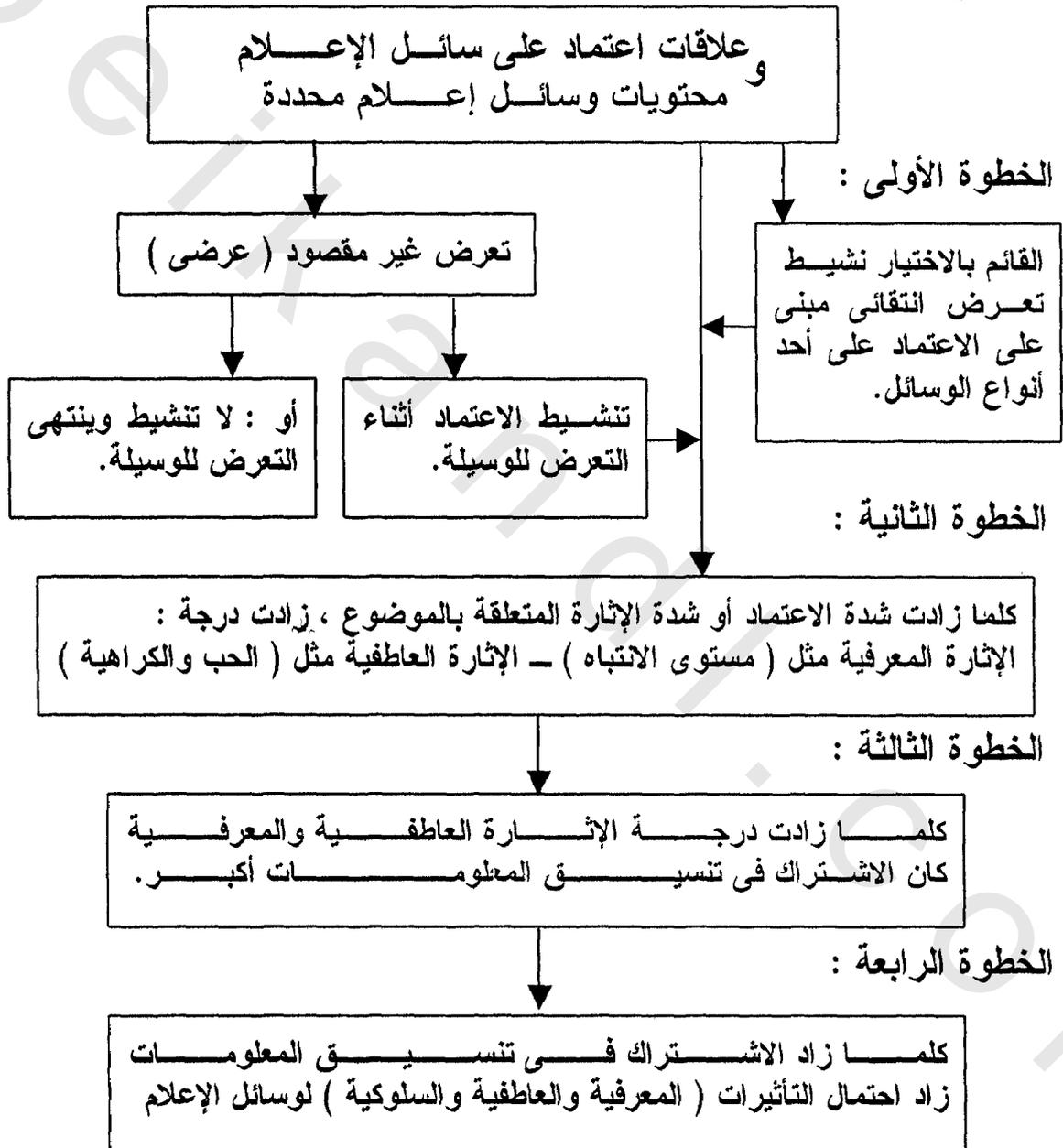
(1) Thomas A. Morton, Julie M. Duck. "Social Identity and media dependency with gay community the prediction of safe sex attitudes", **Communication research**, Vol. (27), No.(4), August 2000, P.440.

(2) Melvin L., Defleur & Sandra Paul Rokeach. Theories of Mass communication, **Op. Cit**, PP 264-265

(٣) حسن عماد مكاوى ، ليلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ٣٢١.

وقد طور الباحثان ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش نموذج الاعتماد الفردي على وسائل الإعلام عام ١٩٨٩ ليوضح كيف يؤثر الاعتماد على وسائل الإعلام على الفرد كتصور لعملية نفسية إدراكية تزيد من احتمالات أن يتأثر الفرد بمضامين أو محتويات معينة من خلال وسائل الإعلام^(١).

ويقدم ميلفير ديفلير وساندرا بول روكيتش هذه العملية من خلال النموذج التالي :



شكل رقم (٣)

نموذج تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد (النموذج الأخير) عام ١٩٨٩م

(١) حسن عماد مكاوى ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ٣٢١.

ويبدأ النموذج السابق^(١) بفرد يتفحص وسائل الإعلام بدقة ، ليقرر بفعالية ما يرغب فى الاستماع إليه ، أو مشاهدته ، أو قراءته. أو بشخص يتصل بشكل عرضى بمحتويات وسيلة إعلامية ، وتحديث الخطوات التالية :

الخطوة الأولى :

يتسم الفرد القائم بالاختيار بالنشاط ، وينتقى محتوى معين من وسائل الإعلام ، ويتوقع أن التعرض سوف يساعده على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم والتوجيه والتسلية ، وتعتمد التوقعات على :

- ١- تجارب وخبرات سابقة.
 - ٢- تحادث مع أصدقاء أو زملاء عمل.
 - ٣- إشارات يحصل عليها من مصادر وسائل الإعلام مثل : (خريطة البرنامج اليومية) .
- والشخص الآخر يكون مراقب عارض ، أو بالصدفة بدون أى توقعات مسبقة وأغلب الناس يختارون بنشاط ما يودون التعرض إليه فى معظم الأوقات ، ولكنهم مراقبون عرضيون لوسائل الإعلام فى بعض الأحيان .

الخطوة الثانية :

تصبح جوانب أخرى من عملية الاعتماد ذات أهمية ، فليس كل الأشخاص الذين يتعرضون لوسائل الإعلام سوف يفعلون ذلك بنفس القدر من الاعتماد ، كما أنه ليس كل الأشخاص تتحرك بواعث اهتمامهم فى خلال فترة تعرض عارضة ، وتتوقف شدة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال الفروق فى :

- ١- الأهداف الشخصية.
- ٢- الوضع الشخصى والاجتماعى.
- ٣- التوقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتوى الوسيلة الإعلامية.
- ٤- سهولة الوصول إلى المحتويات.

(١) حسن عماد مكاوى ، ليلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ص ٣٢٢-٣٢٥ .

- [http://www2.UNA.edu/com314:Mass communication, Janet McMullen, Media systems dependency theory and Accommodation, 19 November. 2003.](http://www2.UNA.edu/com314:Mass%20communication,%20Janet%20McMullen,%20Media%20systems%20dependency%20theory%20and%20Accommodation,%2019%20November%202003)

وأهداف الأفراد كثيراً ما تعكس متغيرات فى بيئاتهم. وعندما تكون هذه البيئات حافلة بالغموض أو التهديد مثلاً ، يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام ؛ إذ أن الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام غالباً ما يكون ضرورياً لحل الغموض وتقليل التهديد الحقيقى أو المحتمل ، فالأشخاص الذين يكونون هم أنفسهم أو أحبائهم مصابين بمرض خطير ، كثيراً ما يقيمون علاقات اعتماد قوية بوسائل الإعلام ، من أجل الحصول على معلومات تساعد فى تقديم أفضل خدمة طبية أو مساعدة.

ولابد أن تختلف كذلك توقعات الأشخاص بشأن فائدة عرض معين. فالشخص الذى يختار بنشاط ، من الواضح أن لديه توقعات أعلى من المراقب العارض ، فكلما زاد توقع الأشخاص لتلقى معلومات مفيدة ، زادت قوة اعتمادهم على وسائل الإعلام .

وكما أن بعض وسائل الإعلام ليست كذلك متاحة على نطاق واسع ومتساوية لجميع الأفراد مثل : أن تكون الوسيلة غالية الثمن ، أو إمكانية الوصول إليها محدودة مثل (استخدام الكمبيوتر ، والاتصال بشبكة الإنترنت ، أو مشاهدة القنوات الفضائية) .

وعندما يكون اعتماد الأشخاص على برنامج تليفزيونى — مثلاً — منخفضاً أو منعدماً ، فإننا سوف نتوقع أن نجدهم يتحدثون أو يفعلون أشياء أخرى فى أثناء تشغيل جهاز التليفزيون ، وبالتالي لا يحتمل أن يكون شعورهم قوياً تجاه البرامج إيجابياً وسلباً.

الخطوة الثالثة :

يعتبر الاشتراك مفهوماً أساسياً ، فالسياسى الذى يقول : " أحبونى أو اكرهونى ، ولكن لا تتجاهلونى " إنما يتحدث عن أهمية مشاركة الجمهور ، ويشير إلى ضرورة الاشتراك والمساهمة النشطة فى تنسيق المعلومات ، فالأشخاص الذين أثيروا إدراكياً أو عاطفياً سوف يشتركون فى نوع من التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض مثل : الإقلاع عن التدخين ، أو بدء التدريبات الرياضية ، أو إجراء فحوص طبية.

الخطوة الرابعة :

فالأفراد الذين يشاركون بشكل مكثف فى تنسيق المعلومات أكثر قابلية للتأثر بمحتوى وسائل الإعلام ، وتهتم أغلب بحوث وسائل الإعلام بالآثار

الإدراكية ، أو الآثار على الإدراك الحسى ، والمواقف ، والمعرفة ، والقيم. أما الآثار الوجدانية مثل : مشاعر الخوف والسعادة والحب والكرهية ، فإنها تحظى باهتمام أقل ، كذلك فإن الصلة بين أبعاد التأثيرات الإدراكية والسلوكية أقل وضوحاً^(١) .

آثار الاعتماد على وسائل الإعلام :

يرصد مليفين ديفلير و ساندرابول روكيتش مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي : الآثار المعرفية ، والآثار الوجدانية ، والآثار السلوكية كما يلي^(٢) :

أولاً : الآثار المعرفية :

تشتمل الآثار المعرفية لوسائل الاعتماد وفقاً لنظرية الاعتماد على : كشف الغموض ، وتكوين الاتجاهات ، وترتيب أولويات الاهتمام ، واتساع المعتقدات ، والقيم.

١- الغموض :

ترتبط مشكلة الغموض بالآثار المعرفية لوسائل الإعلام. والغموض عبارة عن مشكلة ناتجة إما عن نقص في المعلومات ، أو معلومات بها صراع وتناقض. فالغموض يمكن أن يحدث لأن الناس يفتقرون إلى معلومات كافية لفهم معنى حدث ، أو يفتقرون إلى المعلومات التي تحدد التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام. وتشير البحوث السابقة إلى أن نسبة الغموض تزداد حين تقع أحداث غير متوقعة مثل : كارثة طبيعية أو اغتيال زعيم سياسى . وحين تقدم وسائل الإعلام معلومات غير متكاملة أو معلومات متضاربة بشأن هذه الأحداث ، فى هذه الحالة يتولد الإحساس بالغموض لدى أعضاء الجمهور ، فهم يدركون وقع الحدث ، ولكنهم لا يستطيعون تفسيره أو معرفة أسبابه وآثاره واحتمالاته المستقبلية. وفى حالات عديدة تكون وسائل

(١) مليفين ديفلير ، ساندرابول روكيتش . نظريات وسائل الإعلام ، مرجع سابق ، ص ص ٤٢٥ - ٤٢٩ .

(2) Melvin L., Defleur & Sandra Paul Rokeach. Theories of Mass communication, Op. Cit, PP 242-250.

- حسن عماد مكاوى ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ص ٣٢٥ - ٣٢٩ .

الإعلام هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات ، ويحدث الغموض حين تكون هذه المعلومات غير مكتملة ، أو يكتنفها الغموض والتضارب .

يحدث الغموض للجمهور أيضاً في ظروف التغيرات الاجتماعية السريعة ، وتحديث المجتمعات التقليدية. والناس الذين يعتمدون أكثر على وسائل الإعلام هم الذين يحاولون الحصول على معلومات بسرعة لإزالة الغموض ، وبدون الاعتماد على وسائل الإعلام قد يحتاج الأمر إلى أيام أو شهور أو سنوات لكشف أسباب الغموض في المعلومات.

٢- تكوين الاتجاه :

من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام أنهم يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع ، وقد حدث ذلك كثيراً بأن ساهمت وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الأفراد نحو قضايا مثل : مشكلات البيئة وأزمات الطاقة والفساد السياسى والدعاية لرموز سياسية جديدة وقادة الدين والعلماء والرياضيين ونشر المبتكرات وتنظيم الأسرة ويجب عدم إغفال دور العوامل الانتقائية في تكوين اتجاهات الأفراد (١).

٣- ترتيب الأولويات :

تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذى يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة والمشكلات الملحة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع (٢).

٤- اتساع المعتقدات :

تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التى يدركها أفراد الجمهور لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام ، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى : الأسرة أو الدين أو السياسة بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية.

(1) Melvin L., Defleur & Sandra Paul Rokeach. Theories of Mass communication, Op. Cit, PP 244-245.

- حسن عماد مكاوى، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ٣٢٧.

(2) Ibid, PP. 245-246

- المرجع السابق ، ص ٣٢٧.

٥- القيم :

القيم هى مجموعة المعتقدات التى يشترك فيها أفراد جماعة ما يرغبون فى ترويجها والحفاظ عليها مثل : الأمانة – الحرية – المساواة – التسامح ، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير فى توضيح أهمية القيم.

ثانياً : الآثار الوجدانية :

ترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثل : المشاعر أو العواطف ، ويمكن التعرف على آثار وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الآثار ، ويحدد " ديفلير وروكيتش " هذه الآثار الوجدانية فى : الفتور العاطفى أو اللامبالاة والخوف والقلق والدعم المعنوى والاعتراب (١).

١- الفتور العاطفى :

يفترض أن كثرة التعرض للعنف فى وسائل الإعلام يؤدى إلى الشعور بالتبلىد أو اللامبالاة ، وعدم الرغبة فى تقديم العون للآخرين حين تقع أحداث عنيفة فى الواقع الحقيقى. وتشير بعض الدراسات إلى أن الاستثارة الناتجة عن مشاهدة أعمال العنف فى وسائل الإعلام تتعرض للنقصان التدريجى وتؤدى إلى الفتور العاطفى.

٢- الخوف والقلق :

عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاعتيالات ، فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين ، والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف فى الواقع.

٣- الدعم المعنوى والاعتراب :

من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو تزايد شعورهم بالاعتراب. كما يؤكد "كلاب" klapp " أن المجتمعات التى تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية ، ترفع الروح المعنوية لدى الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعى والتوحيد والاندماج ، وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التى ينتمى إليها الفرد .

(1) <http://www.ou.ed>, Reaching your audience : Matching media channels to target audience, 16/4/2004.

- حسن عماد مكاوى ، ليلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ٣٢٨ - ٣٢٩.

ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات وسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية.

ثالثاً : الآثار السلوكية :

تتصدر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام – وفقاً لديفلير وروكيتش – في سلوكين أساسيين هما التنشيط والخمول^(١).

١- التنشيط :

التنشيط يعنى قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية ، وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية ، وقد يتمثل هذا التنشيط فى : اتخاذ مواقف مؤيدة لمطالبة المرأة بحقوقها ، والمساواة بين الجنسين ، أو الإقلاع عن التدخين ، أو التبرع المادى أو المعنوى لفئات معينة . والتنشيط فى هذه الحالة يكون مفيداً اجتماعياً Prosocial . ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام قد يكون ضاراً اجتماعياً Antisocial مثل : التورط فى أعمال ضد المجتمع ، ومحاكاة العنف والجرائم والأنشطة الضارة بالمجتمع^(٢).

٢- الخمول :

الخمول يعنى عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل ، وهذا النوع من الآثار السلوكية لم يحظ بالدراسات الكافية ، وقد يتمثل الخمول فى العزوف عن المشاركة السياسية ، وعدم الإدلاء بالتصويت الانتخابى ، وعدم المشاركة فى الأنشطة التى تفيد المجتمع ، وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها ، تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل ، وزيادة الإحساس بعدم الفرق بين " أيهما يكسب أو يخسر ؟ " ، وهى حالات داخلية Inner states تدفع الفرد إلى الخمول وعدم المشاركة^(٣).

(1) [http : // www.colostate.edu/Depts/speech/rccs/theory12.htm](http://www.colostate.edu/Depts/speech/rccs/theory12.htm), Melvin L., Defleur and Sandra Paul Rokeach, **The ultimate basis influence lies in the nature of the interdependency between the media and other social systems and how these interdependencies shape audience relationships with the media**, 16/4/2004.

(2) Melvin L., Defleur & Sandra Paul Rokeach. Theories of Mass communication, **Op. Cit**, PP 249-250.

- حسن عماد مكاوى ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص ٣٢٩.

(3) **Ibid**, P. 250.

- المرجع السابق ، ص ٣٢٩.

المتغيرات الوسيطة المؤثرة فى علاقة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام :

(١) مستوى الاهتمام :

توصلت العديد من الدراسات إلى أن اهتمامات الجمهور يمكن أن تعتبر متغيراً هاماً فى علاقات الاعتماد ، حيث يعتبر الجمهور الغافل أقل اعتماداً على وسائل الإعلام بينما يعتبر الجمهور المهتم جمهوراً نشطاً يبحث عن المعلومات لوجود دافع معرفى حول قضية أو مشكلة معينة ، وقد وجدت جرابر (عام ١٩٨٨) أن الجمهور الأكثر اهتماماً اكتسب المعرفة بشكل أكبر من الأقل اهتماماً بغض النظر عن السمات المرتبطة بالشخصية ، وربطت جرابر الاهتمام بما يسمى بالأثر الحزونى : فالتعرض للمعلومات الجديدة ينتج معرفة جديدة والتي بدورها تخلق اهتماماً آخر يتم إشباعه من خلال الانتباه للأخبار ، وتستمر هذه الدورة الحزونية حتى يصل الفرد لمستوى الإشباع^(١).

فقد أثبتت دراسة عزة عبد العظيم (١٩٩٣)^(٢) أن الاهتمام ارتبط إيجابياً بالمعرفة عن مشكلة إدمان المخدرات ، ودراسة أمل جابر (١٩٩٦)^(٣) توصلت إلى وجود علاقة إيجابية بين الاهتمام بالأحداث الخارجية ومستوى المعرفة ، ودراسة عزة مصطفى الكحكى (١٩٩٨)^(٤) التي أثبتت وجود فروق دالة فى مستوى المعرفة عن الحملة الإعلامية عن الإيدز والدرن بين الأعلى والأقل اهتماماً لصالح الفئة الأعلى ، دراسة جيهان يسرى (٢٠٠١)^(٥) وجدت علاقة ارتباط إيجابية بين معدل تعرض الجمهور المصرى لوسائل الإعلام (راديو وتلفزيون وصحافة) ومعدل الاهتمام بأحداث انتفاضة الأقصى.

(٢) المستوى الاجتماعى والاقتصادى :

يعد المستوى الاجتماعى والاقتصادى من العوامل المهمة فى تحديد علاقات الاعتماد ، حيث أن قطاعات الجمهور ذوى المستوى الأعلى اجتماعياً واقتصادياً

(1) Graber D. **Processing the new : How people tame the information tide**, (New York : Longman, 1988) P.135.

(2) Azza Abed El-Azim, "Television dependency and knowledge of drug abuse among Egyptian adults", **Master un published**, (Cairo : AUC, 1993), P.114.

(٣) أمل جابر صالح ، مرجع سابق ، ١٨٢.

(٤) عزة مصطفى الكحكى . الآثار المعرفية للحملة الإعلامية بالتلفزيون على الجمهور المصرى فى إطار نظرية فجوة المعرفة ، مرجع سابق ، ص ٢٤٨.

(٥) جيهان يسرى ، مرجع سابق ، ص ٢٢٨.

لديهم مستويات أعلى من المعرفة بالشئون العامة بالمقارنة بغيرهم من قطاعات الجمهور من ذوى المستوى الأقل اجتماعياً واقتصادياً ، و تزداد هذه الفروق عندما تتدفق المعلومات عن قضية ما من خلال وسائل الإعلام وعندما تصبح معظم هذه المعلومات ذات فائدة للمجتمع ^(١) ، فقد أثبتت دراسة عزة عبد العظيم (١٩٩٣) ^(٢) وجود علاقة ارتباط إيجابية بين ارتفاع المستوى الاجتماعى والاقتصادى وارتفاع مستوى المعلومات المكتسبة عن إدمان المخدرات ، دراسة هانى البطل عام (٢٠٠٠) ^(٣) التى أثبتت وجود اختلاف فى مستوى المعرفة بالقضايا التى تعالجها البرامج الإخبارية بالتلفزيون بين المراهقين الأعلى والأقل فى المستوى الاجتماعى والاقتصادى.

(٣) المتغيرات الديموجرافية :

وتشمل كل من العمر والنوع حيث اقترحت كثير من الدراسات أنهما من المتغيرات المؤثرة فى الاعتماد على وسائل الإعلام ، فقد وجد بادمنى باتواردان أن الارتباط الهام بين (العمر والنوع) وأهداف الترفيه يلقى الضوء على قوة الاعتماد على وسائل الإعلام ^(٤) كما أن الجمهور الناضج والجمهور فى مرحلة الكهولة المبكرة هم الأكثر اعتماداً على الصحف ، بينما بقية أعضاء الجمهور أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام المرئية والمسموعة كذلك يؤثر العمر على علاقات الاعتماد ذات الفهم الاجتماعى ^(٥).

(٤) المستوى التعليمى :

إن المستوى التعليمى يرتبط بالاعتماد على وسائل الإعلام للدلالة على المستوى المعرفى حول القضايا المتعلقة بالشئون العامة ، وهناك بعض

(1) Tan A. . **Mass communication theories and research**, (New York : John Wiley , Sons Inc., 1985) P.377.

(2) Azza Abed El-Azim, **Op. Cit.** P.112.

(٣) هانى إبراهيم البطل ، مرجع سابق . ص ٢٨١.

(4) [Http://www.jiad.org](http://www.jiad.org), Padmini Patwardhon, **Internet dependency relations and online consumer behavior : a media system dependency theory perspective on why people shop, chat and read news online**, 16/4/2004.

(5) William E. Loges, Sandra Paul Rokeach. "Dependency relations and newspaper readership", **Journalism Quarterly**, Vol. (70), No. (3), 1993, P. 601.

الدراسات أثبتت مدى ارتباط المعرفة بالتعليم في عدد من المجتمعات الصغيرة التي تحظى بتغطية مكثفة من الصحف^(١). وفي دراسة جاندي ، الوابلي (١٩٨٥) حيث كان التعليم هو المتغير المتحكم في تحديد حجم تعرض العينة للمعلومات عن النزاع الفلسطيني الاسرائيلي^(٢) ، كما أن أخبار التليفزيون تبدو بوضوح مصدر المعلومات الأكثر لمن مستواهم العلمي والثقافي أقل ، بينما تعتمد الصفوة على الصحف بدرجة كبيرة^(٣) .

(٥) الثقة :

تلعب الثقة بالمعلومات دوراً هاماً في زيادة مستوى الاعتماد على الوسيلة ، خاصة حينما تكون الثقة بالمحتوى الإخباري لهذه الوسيلة لا تتناقض مع اتجاهات ومعلومات الفرد^(٤).

(٦) الخبرات السابقة :

تعتبر الخبرة متغيراً هاماً في دراسات الاعتماد ، فإذا كانت الخبرة متوافقة مع صدق الأخبار فالاعتماد يزداد ، والخبرة قد تكون مغنية عن الاستخدام المركز لأن المرء يبحث عن المعلومات التي تؤخذ من خارج نطاق حياته وأحداث محيطه^(٥) . فقد وجد أندلمان و جونستون عام (١٩٩٨م) بأن الطلاب لديهم معرفة مسبقة بالأحداث الجارية وأن هناك علاقة دالة بين مستوى المعرفة ومستوى الاهتمام بالأحداث^(٦) .

(1) Donohue G., Tichenor P. and Colien. "Mass media knowledge and social control", **Journalism Quarterly**, Vol. (50), 1973, PP. 562-659.

(2) Gandy O. and El-Waylly. "The knowledge gap and foreign affairs : The Palestinian – Israeli conflict", **Journalism Quarterly**, Vol. (62), 1985, P.384.

(3) Azza Abed El-Azim, **Op. Cit**, P.41.

(4) Oscar II Candy, Jr Poula Montabone and John Omachance. "Media use, reliance, and active participation exploring student awareness of South African conflict" , **Communication research**, Vol. (14), No. (6), 1987, PP 644-663.

(5) **Ibid**.

(6) Anderman. E.M and Johnston T. . "Television of new in the classroom, What are adolescents learning ?" **Journal of adolescents research**, Vol. (13), No. (1) Jan 1998, P.217.

عند تحليل أى نظرية يجب النظر حول بعض المعايير التى يمكن بواسطتها الحكم على هذه النظرية ، فإن المعايير التى تنطبق مثلاً على نظريتي الاستخدامات والاشباع ، والاعتماد على وسائل الإعلام منها : المنطق ، الاتساق ، القدرة على الاختبار ، البساطة كالتالى (١) :

(١) المنطق : إن النظريتان يتميزان بالمنطق لأن الأفراد يستطيعون أن يختاروا ما يريدون قراءته أو رؤيته وأيضاً تحقيق أهدافهم ، هذا هو السبب أننا نرى الجمهور يزداد اعتماداً عندما تحدث أحداث هامة فى مجتمعنا .

(٢) الاتساق : إن هذا العامل يوجد به تبايناً الى حد ما ، على الرغم من أن النظريات تكون متسقة بدرجة كبيرة ، إلا أنها لا تكون متوافقة تماماً مع بعض البحوث التى أجريت فى هذا المجال ، كما يمكن أن يجد الفرد صعوبة فى تصديق أن وسائل الإعلام ليس لها تأثير على كل أفراد الجمهور ، وهناك العديد من الحالات التى تجعل الناس يتأثرون بوسائل الإعلام كالأزمات أو الإعلانات وهذا يدل على أن الناس قد اقتنعوا بما تقدمه وسائل الإعلام من مضامين تحقق أهدافهم .

(٣) القدرة على الاختبار : إن الطريقة التى يتم من خلالها اختبار النظريات عن طريق أخذ العينات من الجمهور القارئ أو المشاهد ، ويمكن أن تتحيز النتائج لأن الأفراد لا يدركون القوة التى تؤثر بها وسائل الإعلام عليهم .

(٤) البساطة : فإن هاتين النظريتين يتميزان بالبساطة لأن كل من النظريتين تكون سهلة الفهم جداً بالإضافة الى أنهما مترابطتين معاً فى مساعدة فهمهم بصورة أكبر .

ومع كل نظرية يجب أن نتوقع بعض النقد ، فإن نظرية الاعتماد لا يوجد بها استثناء لهذا النقد .

(1) <http://Zimmer.Csufresno.Edu.E.Rossi.Soring.2002,UsesandGratificationanddependencytheory,16/4/2004>.

بعض الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أهمها ما يلي :-

(١) إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام علمية نسبياً في الطبيعة ، وهناك علاقة بين الاعتماد والأهمية لوسائل الإعلام وتأثير هذه الوسائل ولكن كل فرد يستخدم وسائل الإعلام بطرق مختلفة ، وأيضاً تؤثر وسائل الإعلام على كل فرد بطرق مختلفة^(١) ، فإن ما يفرضه النموذج من اعتماد الفرد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته يزيد من أهمية وسائل الإعلام في حياة الفرد والمجتمع ، وهذا ما جعل بعض الباحثين يبالغون في أهمية وسائل الإعلام بالنسبة للفرد ، لكن هذه المبالغة غير منطقية ، فعلى الرغم من أن هذه الوسائل تحقق أهداف الفهم والتوجيه والتسلية للفرد ، إلا أن وسائل الإعلام ليست السبب الوحيد لبلوغ تلك الأهداف ، فالأفراد يتصلون بالأصدقاء والمعارف والأسرة وكذلك بنظم سياسية وتربوية تساعدهم على بلوغ أهدافهم ، وخاصة حينما يزداد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب اللجوء الى معلومات ووسائل الإعلام كلما زاد المجتمع تعقيداً أو غموضاً^(٢) .

(٢) إن النظرية لم تبين بشكل مباشر ما إذا كان هناك مستوى مثالي للاعتماد على وسائل الإعلام . هل الاتجاه الحالي يزيد أو ينقص الاعتماد ؟ وهل تزيد الوسائل الإعلامية الجديدة اعتماد الأفراد أم تجعلهم أكثر استقلالاً ؟ وكلها تساؤلات تحتاج الى إجابة عنها^(٣) .

(٣) النموذج الذي قدمه ميلفين ديفلير وساندررا بول روكيتش في الشكل الأول يسمح بوجود عمليات تفاعل مستمرة بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والأفراد الذين يكونون جمهور وسائل الإعلام وهو نموذج تغذية مرتدة ، ويوجد به بعض القصور منها^(٤) : أن النموذج مركب ومعقد جداً ولكن هذا أمر طبيعي لأن عملية الاتصال الجماهيري نفسها معقدة جداً وبشكل كبير ، كما أن وسائل الإعلام ليس لها تأثير دال على

(1) <http://www.uky.edu/~drlane/capstone/mass/dependency.htm>>spring 2001 theory workbook.

(٢) ميلفين ديفلير وساندررا بول روكيتش . نظرية وسائل الإعلام ، مرجع سابق ، ص ص ٤١٦-٤٢٠ .

(3) Stonly Baron, Dennis Davis, Op. Cit, P. 229.

(4) Melvin L., Defleur & Sandra Paul Rokeach. Theories of Mass communication, Op. Cit, P. 254.

الإفراد والمجتمع ؛ إن النموذج يسمح وبطرق محدودة أن نعرف متى وأين يكون أو لا يكون لوسائل الإعلام تأثيرات دالة على الطريقة التي يفكر بها الجمهور ويشعر بها والسلوك المتوقع أن يقوم به تجاهه ، كما أن علماء الاتصال سوف يقومون بوضع إضافات للنموذج أو مراجعته أو حتى رفض النموذج التكاملية لتأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام وهذا أمر طبيعي ، وإن كان النموذج أكثر نظرية تكاملية وثباتاً حتى الآن ، وقد طورت النظرية بدرجة كبيرة لكي تتيح إجراء اختبار أمبريقي على فروضها كخاصية للنظريات التكاملية المستمرة .

(٤) طور كل من ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش عام ١٩٨٩ م النموذج ووسعا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عدداً من المرات لتوضيح ذلك النظام : التغيير الذي يحدث في المجتمع ، ولكن الموضوع لم يختلف كثيراً عن رؤيتهما الأساسية لأن لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الجمهور . وقد قيس الاعتماد على وسائل الإعلام بطرق متنوعة ، وكان لكل طريقة عوائقها ، وإن لم تعرض بشكل نهائي فإن خبرة الاعتماد لدى الناس ترتبط بعدد من المؤثرات على النحو التالي :

- هل نستطيع أن نعتمد على وسائل الإعلام بدون خبرة ؟
- هل نستطيع أن نختبر الاعتماد فعلاً ، عندما نكون معتمدين بالفعل ؟
- هل هذه النظرية أفضل في توضيح نتائج الاعتماد لفترة قصيرة ، والافتتاح بالاعتماد في موقف ما أكثر من الاعتماد لفترة طويلة ؟ (١)

مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

وعلى الرغم من بعض الانتقادات ومواطن الضعف في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلا أن نظرية الاعتماد كما يصفها بلاك وبريانت نظرية شاملة ومتكاملة لأن لها رؤى أو منظورات متعددة : تجمع بين رؤى مستمدة من علم النفس وعلم الاجتماع ، ورؤى مستمدة من نظرية الاستخدامات والإشباع ، والتأثيرات الإعلامية التقليدية (٢) ؛ أي أنها تقدم سياقاً عاماً وواسعاً يوضح

(١) محمد عبد الوهاب الفقيه ، مرجع سابق ، ص ٥٥.

(2) [http : // www.colostate.edu/Depts/speech/rccs/theory12.htm](http://www.colostate.edu/Depts/speech/rccs/theory12.htm), Melvin L., Defleur and Sandra Paul Rokeach, **The ultimate basis influence lies in the nature of the interdependency between the media and other social systems and how these interdependencies shape audience relationships with the media**, 16/4/004.

ويصف تأثيرات وسائل الإعلام من خلال رؤية تكاملية ، ويختلف هذا إلى حد كبير عن الاهتمام التقليدى الذى يربط بين محتوى وسائل الإعلام وتأثيره على الجمهور^(١) ، وطبقاً لتشافى وبيرجير عام ١٩٩٧م فى وضع معيار للنظريات العلمية فإن هذه النظرية جيدة جيداً من خلال^(٢) :

- أ- أن هذه النظرية لها قوة توضيحية ولكن القوة التنبؤية أكثر ، لأنها تتوقع كيفية الاعتماد على وسائل الإعلام وتربطها بأهمية وسائل الإعلام بالنسبة لشخص معين.
- ب- أنها مرتبطة نسبياً بالفهم.
- ج- يمكن إثبات صحتها ، أى أنه إذا لم يعتمد الفرد على وسائل الإعلام فإنها لا تشكل أهمية بالنسبة لهذا الفرد.
- د- أنها متناسقة داخلياً.
- هـ- أنها تعد نقطة انطلاق لبحث آخر إضافى وخصوصاً إذا كانت من نظريات أخرى.
- و- تساعد فى تنظيم وترابط النظريات الأخرى لتأثير وسائل الإعلام.

وهناك بعض المميزات التى تنفرد بها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كالتالى :

- ١- تؤكد النظرية على التأثيرات الواسعة لوسائل الإعلام على الجمهور عندما يعتمد على وسائل الإعلام والتى تتضمن التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية.
- ٢- يوضح نموذج النظرية العلاقة بين وسائل الاتصال والرأى العام ، كما يوضح أن الجمهور أيضاً يؤثر فى وسائل الإعلام وفى النظام الاجتماعى ككل^(٣) .

- [http://www.amazon.com/exec/obidos/asin,Blac+kjay+and+jennings+Bryant,+Introduction+to+Mass+communication,+4th+ed.,\(Madison:+Brown+&+Benchmark,+1995\).](http://www.amazon.com/exec/obidos/asin,Blac+kjay+and+jennings+Bryant,+Introduction+to+Mass+communication,+4th+ed.,(Madison:+Brown+&+Benchmark,+1995).)

(1) <http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/macro/dependency%20theory.doc>. Media system dependency theory, 16/4/2004

(2) <http://www.uky.edu/~drlane/capstone/mass/dependency.htm>>spring 2001 theory workbook.

(٣) محمود حسن إسماعيل ، مرجع سابق ، ص ٢٨٢.

- Stonly Baron, Dennis Davis, Op. Cit, P. 229

- ٣- تضع النظرية فى اعتبارها أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور من شأنه أن يؤثر فى النظام الاجتماعى أولاً والنظام الإعلامى فى مراحل تالية.
- ٤- أن هذه النظرية تعتبر من أفضل نظريات التأثير وأشملها فى التعامل مع النظام الاجتماعى ، فقد أكدت على ضرورة الاهتمام بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعى أكثر من الاهتمام بالمتغيرات الفردية.
- ٥- أن تعدد الدراسات الأمبريقية التى استخدمت نظرية الاعتماد قد استطاعت أن توضح الفروق الدقيقة بين المتغيرات المتشابهة مثل الاعتماد ، الاستخدام ، التعرض ، والتى تضع مقاييس لتلك المتغيرات ولأنواع التأثيرات^(١).

ومما سبق يمكن تقسيم دراسات الاعتماد التى تهتم بالتأثير المعرفى لوسائل الإعلام إلى نوعين^(٢) :

النوع الأول :

وهو نوع الدراسات التى تقارن بين اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام المختلفة (غالباً تقارن بين الوسائل المطبوعة والتلفزيون) لتقرير أى الوسائل أكثر فاعلية فى نقل المعلومات.

النوع الثانى :

يختبر اعتماد الأفراد على وسيلة معينة وتأثير ذلك على مستوى معرفتهم فى ضوء الموضوعات المختلفة.

وفى ضوء ذلك تأتى الدراسة الحالية ضمن النوع الثانى والذى يختبر مدى اعتماد المراهقين من (١٥ - ١٨ سنة) على وسيلة معينة (الصحف المصرية) وتأثير ذلك على تشكيل اتجاهاتهم ومعرفتهم بالعدوان الأمريكى على العراق.

مدى ملاءمة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للدراسة الحالية :

وبعد استعراض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فإنها تعد ملائمة للدراسة الحالية للأسباب التالية :

(١) محمد عبد الوهاب الفقيه ، مرجع سابق ، ص ٥٦.

(٢) أمل جابر صالح ، مرجع سابق ، ص ٣٣.

- ١- تساعد على اختبار مدى اعتماد المراهقين من (١٥-١٨ سنة) على الصحف المصرية (القومية - الحزبية - المستقلة) كوسيلة ومصدر من مصادر الحصول على المعلومات في تشكيل اتجاهاتهم نحو العدوان الأمريكي على العراق خلال الفترة المحددة للدراسة.
- ٢- تساعد هذه النظرية في اختبار اعتماد المراهقين على وسيلة معينة (الصحف المصرية) وتأثير ذلك الاعتماد على مستوى معرفتهم بالعدوان الأمريكي على العراق.
- ٣- تزداد أهمية تطبيق هذه النظرية في الدراسة الحالية كون جمهورها أكثر قدرة على تحديد أهدافه وحاجاته الأكثر تنوعاً وبالتالي تحديد واختيار الرسائل الإعلامية المعتمد عليها ، فهذا يساعد على معرفة (متى ، ولماذا ؟) وإلى أى مدى يعتمد المراهقون على الصحف المصرية (القومية - الحزبية - المستقلة) في الحصول على المعلومات ، وما هي التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد سواء تأثيرات معرفية أو وجدانية أو سلوكية.
- ٤- تعتبر نظرية الاعتماد المدخل الأنسب لدراسة تأثير وسائل الإعلام خلال فترة الأزمات والكوارث والصراعات والحروب ، وتعد أيضاً الأنسب لدراسة التهديد أو الغموض وتعقيدات المجتمع ، والعدوان الأمريكي على العراق يمتاز بالغموض والتعقيد في المجتمع نتيجة نقص المعلومات أو عدم كفايتها أو الصعوبة في تحديد التفسيرات الممكنة أو الصحيحة للحدث ، وتكون الوسيلة أكثر تأثيراً وفاعلية في الأمور التي تقع خارج نطاق الخبرة الشخصية المباشرة للجمهور أو الأفراد وهذا هو موضوع الدراسة الحالية.
- ٥- تربط النظرية بين النظام الاجتماعي وخاصة في حالة عدم الاستقرار أو كثرة التغيرات ، وبين الجمهور (تطبيق الدراسة على جمهور المراهقين في مرحلة المراهقة المتوسطة من (١٥ - ١٨ سنة) ، وبين وسائل الإعلام (تختبر الدراسة مدى الاعتماد على الصحف المصرية في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو العدوان الأمريكي على العراق).
- ٦- تساعد نظرية الاعتماد على اختبار مجموعة المتغيرات الوسيطة أو المتوقعة التي تؤثر على متغير الاعتماد على الصحف المصرية

(القومية والحزبية والمستقلة) وعلاقته بالفروق المعرفية للعدوان الأمريكي على العراق .

خلاصة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

استعرض الباحث في هذا الجزء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حيث قام الباحثان ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش بتقديم هذه النظرية عام ١٩٧٦ ، وهذه النظرية امتداداً لنظرية الاستخدامات والإشباع ، و تفترض النظرية " بأنه كلما زاد استخدام الفرد واعتماده على وسائل الإعلام لإشباع حاجاته ، كلما زادت أهمية هذه الوسائل بالنسبة لهذا الفرد ، ويكون لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً وقوياً عليه ، وإذا اعتمد شخص ما على وسائل الإعلام من أجل الحصول على المعلومات وأن هذه الوسائل هي مصدر الشخص الوحيد للمعلومات فإنه من السهل تحديد وترتيب الأولويات " .

وتفسر النظرية العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع ككل وتربط هذه العلاقات ببعضها البعض في نظام يسمى " الاعتماد " ، كما أن التأثير الإعلامي يكمن في طبيعة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى ، وكيف أن هذا الاعتماد يؤثر على شكل علاقة الجمهور بوسائل الإعلام ، وأن الناس في المجتمع الحضري أصبحوا يعتمدون على وسائل الإعلام لمساعدتهم في الحصول على المعلومات التي يحتاجونها لكي يقوموا باتخاذ القرارات التي تتعلق بحياتهم اليومية .

وتوضح النظرية أن هناك عاملين يؤثران على درجة الاعتماد على وسائل الإعلام هما : الأول : " أن الفرد سيصبح معتمداً على الوسيلة التي تلبي عدداً من احتياجاته أكثر من الوسائل التي تزوده بقليل منها " ، فإذا وجد الفرد الوسيلة التي تزوده بالعديد من الوظائف التي تكون مركزية في تحقيق رغباته وبالتالي هو سيكون أكثر ميولاً لمواصلة واستخدام هذه الوسيلة في المستقبل .
والعامل الثاني للاعتماد : الاستقرار الاجتماعي ، وعندما يحدث الصراع وخاصة في فترات الحرب فإن المجتمع ككل يكون أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام ليشرح بالاستقرار ، علاوة على ذلك فإن الفرد يرى أن الاعتماد على وسائل الإعلام يزداد عندما يظهر شيئاً هاماً مثل العدوان الأمريكي على العراق وتجعل هذه الظروف الخاصة الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام لاكتشاف ما يحدث من تطورات بشأن العدوان الأمريكي على العراق .

وتخلف نظرية الاعتماد العديد من المقترحات والوظائف الفريدة وتتلخص فى " إن إمكانية وسائل الإعلام لإنجاز مجموعة كبيرة من التأثيرات السلوكية والمعرفية والوجدانية ستزداد عندما تكون الأنظمة الإعلامية تخدم العديد من الناس ووظائف معلومات مركزية ، أى كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للارتباط برسالة معينة فإن هناك احتمال أكبر بأن هذه الرسالة تعدل من سلوك ومشاعر الجمهور ، وفى ضوء هذا نوضح ما يلى :

- تحدث التأثيرات ليس لأن وسائل الإعلام قوية جداً ولكن لأنها منظمة بهذه الطريقة لتلبى حاجات الجمهور .

- إن درجة اعتماد الجمهور على المعلومات من خلال وسائل الإعلام هى عامل مهم فى فهم كيفية أن وسائل الإعلام تعدل من اعتقادات الجمهور .

- مجتمعنا الصناعى يجعلنا نعتمد على الإعلام على نحو متزايد لكى (نفهم العالم الذى نعيش فيه ، نتصرف بشكل عملى ونو مغزى فى المجتمع ، نجد من خلالها الهروب والمتعة) .

كما أصبح قياس متغير الاعتماد على وسائل الإعلام مسألة سهلة لدى الباحثين ، يتم ضبطها من خلال معرفة مدى تصنيف المبحوثين لوسائل الإعلام أو مصادر المعلومات على أنها مصدرهم الرئيسى فى الحصول على المعلومات ، ولم يعد هناك خلاف بين الباحثين فى قياس متغير الاعتماد على هذا الأساس .

وتناول الباحث تعريف الاعتماد على وسائل الإعلام ، والأهداف الرئيسية للنظرية ، والأسس التى تقوم عليها النظرية ، والافتراضات ، التى تبنى عليها نظرية الاعتماد ، ونماذج تطور العلاقات المتبادلة بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور : النموذج الأول ١٩٧٦ ، والنموذج الثانى ١٩٨٢ ، والنموذج الثالث ١٩٨٩ ، وتم تحديد تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد والتى تتمثل فى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية ، كما تبنى نظرية الاعتماد على بعض المتغيرات الوسيطة تمثلت فى (مستوى الاهتمام — المستوى الاجتماعى والاقتصادى — المستوى التعليمى — المتغيرات الديموجرافية — الخبرات السابقة — الثقة) وقام بعد ذلك بتقديم بعض المميزات والانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد ، ووضح مدى ملائمة النظرية للدراسة الحالية .

ثانياً : مدخل الاتساق بين المعرفة والاتجاه والسلوك (التوازن المعرفى)

Consistency of Knowledge, Attitudes and Behaviors

من المفروض أن الفرد لديه دافع أساسى لأن يفهم ، وأن يعرف مغزى الأشياء ويشكل خبراته ، وعلى هذا فإنه يعيد ترتيب خبراته التى كانت غير متنسقة من قبل كلما أضاف إلى معارفه جديداً ، وهو يغير من تلك الخبرات ليحقق الاتساق (١) كما افترض بعض الباحثين أن جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط ، وأن التعرض لوسائل الإعلام يحدد نوع الآثار المحتملة التى يمكن أن تتحقق كنتيجة للتعرض لوسائل الإعلام (٢).

وتطور هذا المدخل بداية من نظرية التنافر المعرفى التى صاغها كورت لويين ، واهتم ليون فيستنجر بهذه النظرية حيث نقاها وطورها بسبب ندرة النماذج النظرية فى علم النفس الاجتماعى عام ١٩٥٧م (٣) ، وهذه النظرية تقترح العلاقة بين عنصرين أو أكثر من النواحي المعرفية ، أو بعض عناصر المعلومات Items of Information ويكون هناك اتساق Consistency وتوازن Balance فى النواحي المعرفية ، ولا يوجد تنافر معرفى فى الحالات الآتية : (حينما يكون هناك معرفتين متنسقتين منطقياً — حينما تكون الأفكار والمشاعر والانفعالات والسلوكيات والتصرفات متنسقة مع الأعراف فى المجتمع — حينما تكون المعلومات والمعارف الجديدة متنسقة مع الخبرات والمعارف السابقة) ، بينما يحدث التنافر المعرفى Cognitive dissonance فى النواحي التالية : (حينما يكون هناك معلومتان أو معرفتان غير متنسقتين منطقياً — حينما تكون الاتجاهات أو السلوكيات ضد الأعراف الاجتماعية — حينما يكون هناك حادث أو موقف ضد أو مخالف للخبرات السابقة) (٤).

(١) سيد عبد العال ، طلعت حسن . المدخل إلى علم النفس : الدراسة العلمية لسلوك الإنسان ، (القاهرة : العربى للنشر والتوزيع ، د . ت) ، ص ١٧٦ .

(2) <http://www.ou.edu>, Reaching your audience : Matching media channels to target audience, 30/4/2004

- Mark M. Levy and Seven Windahi. "Audience activity and gratification : Conceptual clarification and exploration" , **Communication research**, 1984, PP 51-78.

(3) [http://www.med.usf.ed/~kmbrown/cognitive consistency overview.Htm](http://www.med.usf.ed/~kmbrown/cognitive_consistency_overview.Htm), , 30/4/2004

(٤) سيد عبد العال ، طلعت حسن ، مرجع سابق ، ص ص ١٧٧-١٧٨ .

فالانساق المعرفى فى هذه النظرية هو الهدف المحرك لسلوك الشخص واتجاهاته ؛ فكل سلوك يختاره ، وكل قرار يتخذه تنشأ عنه حالة من عدم التوازن أو من التنافر المعرفى يكون من شأنها أن تخلق توتراً وبالتالي تخلق حالة دافعية تسعى إلى خفض هذا التوتر ، فكل اختيار يختاره الشخص يكون معرضاً لإعادة النظر فيه بناءً على معلومات جديدة عن موضوعه ، وعن البدائل الأخرى المقابلة له والتي لم يتم اختيارها. والشخص لا بد أن يتعرض لهذه المعلومات الجديدة سواء بإرادته أو بفرض هذه المعلومات عليه ، ويكون من شأن هذه المعلومات أن تدعم هذا الاختيار وتبرره ، وبذلك يتغير اتجاه الشخص نحوه تغيراً مسائراً أو أن تحول الشخص عن هذا الاختيار فيتغير اتجاه الشخص نحوه تغيراً مضاداً^(١).

وقد يكون القرار الذى توصل إليه الشخص مفروضاً عليه ؛ أى يكون قد أذعن له إذعاناً قسرياً عن طريق التهديد بالعقاب أو عن طريق التلويح بالإثابة. فإذا أذعن الشخص لهذا القرار نشأ عنده تنافر بين رأيه وبين سلوكه ، فإما أن يغير رأيه أو اتجاهه تغيراً مضاداً ليتمشى مع سلوكه ، وإما أن يرفض القيام بهذا السلوك المتعارض مع رأيه أو اتجاهه ويبقى على هذا الرأى. فالانساق دائماً هو الهدف الذى يسعى الشخص إلى تحقيقه كما ترى نظرية التنافر^(٢).

وتتضح محددات نظرية الانساق المعرفى فى التربية الصحية لأنها لا توضح العلاقة بين المعرفة والاتجاه والسلوك السوى ويظهر الناس لإدراك التنافر بين المعرفة الشخصية والسلوك والناس أيضاً يكونون قادرين على تغيير معارفهم واتجاهاتهم لتكون متوافقة مع السلوك ، كما أنهم يعدلوا سلوكهم ليكون متسقاً مع المعلومات الجديدة ، فإن التربية الصحية الفعالة حالياً يجب أن تستهدف المعرفة والاتجاهات والسلوك مع فهم أنهم يتفاعلون بطرق معقدة وديناميكية^(٣) ، وبذلك قد أضاف كل من كلينبرج Klineberg وهومانز Homons إلى مبدأ الانساق بعض المصطلحات الأخرى مثل التفاعل

(١) منيرة أحمد حلمى. ثلاث نظريات فى تغير الاتجاهات ، (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، د . ت) ، ص ص ١٩٠-١٩١.

- Leon Festinger. **A theory of cognitive Dissonance**, (Stanford CA : Stanford university press, 1957), PP 1-31.

- Haber H. Leach, Schudy A.S. and Sidelcau B. . **Comprehensive psychiatric nursing**, 2nd ed. (New York: McGeaw-Hill Inc., 1982).

(٢) المرجع السابق ، ص ١٩١.

(3) [http://www.med.usf.edu/~kmbrown/cognitive consistency overview.Htm](http://www.med.usf.edu/~kmbrown/cognitive_consistency_overview.Htm), 30/4/2004.

Interaction والقرابة Propinquity والتبادلية Reciptceity لإيضاح عملية تكوين الاتجاهات وتنظيمها وتغييرها ^(١).

وأصبحت نظرية الاتساق المعرفي معروفة جداً في أواخر الخمسينات واستمرت لجذب باحثي الاتجاهات في الستينيات والسبعينيات ^(٢) ومنذ فترة ظهر مفهوم الاتساق بين المعرفة والاتجاه والسلوك كقضية نظرية ، فقد وجد فيستجر أن هناك عدد قليل من الدراسات الإعلامية تم فيها قياس التغيير في المعرفة والاتجاه والسلوك بشكل منفصل ، كما اعتقد أن هناك ارتباطاً واضحاً بين المتغيرات الثلاثة ^(٣) وتوصل في دراسته إلى معاملات ارتباط عالية بين هذه المتغيرات .

وتظهر علاقة المعرفة بالاتجاه والسلوك الاتصالي ، في اتجاه الفرد إلى تحقيق التوازن بين عناصر المعرفة وعناصر الشعور إزاء الموضوعات المختلفة ، فالأفراد غالباً ما يبحثون عن الأشياء التي تكون متألّفة مع معتقداتهم ومعارفهم وأفكارهم وشعورهم ، وهذا هو جوهر نظرية التوازن المعرفي Balance Theory ، وأن وجود الاختلال أو عدم التوازن Imbalance يشكل ضغطاً كبيراً على الأفراد يجعلهم يحاولون تحقيق التآلف أو الاتساق Consistency من خلال الاتصال والتعرض للحصول على حقائق جديدة ، قد يؤدي إلى تعديل الشعور نحو موضوع الاتجاه ، أو عدم التعرض إلى موضوع الاتجاه ، حتى لا يشعر الفرد بحالة الاختلال أو عدم التوازن ^(٤).

وهدف التوازن الذي يسعى إليه الفرد ، يؤكد حاجته إلى المعرفة التي تسهم وسائل الإعلام في تقديمها أو دعمها ، وتؤثر بعد ذلك في الميل السلوكي للفرد ، وبذلك تعتبر المعرفة عنصراً أساسياً في التأثير على الاتجاه القائم والسلوك الفعلي ، وهذا هو جوهر العلاقة بين الاتجاه والمعرفة والسلوك ^(٥).

(١) سيد عبد العال ، طلعت حسن ، مرجع سابق ، ص ص ١٧٨-١٧٩ .

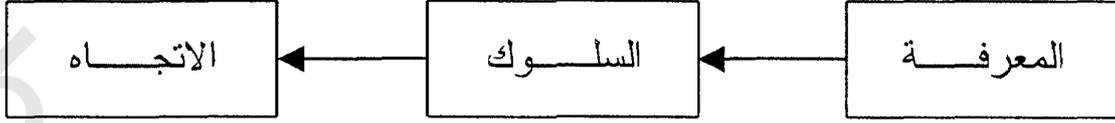
(2) <http://www.Ciadvertising.org/studies/student/99spring/interactive/bklee/theory1/development5.htm>.

(3) Leon Festinger. "Behovioral support for openion change", **Public openion quarterly**, Vol. (38), 1964, PP. 404-415

(٤) محمد عبد الحميد. دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٣) ، ص ص ٩٩-١٠٠ .

(٥) المرجع السابق ، ص ص ١٠٠-١٠١ .

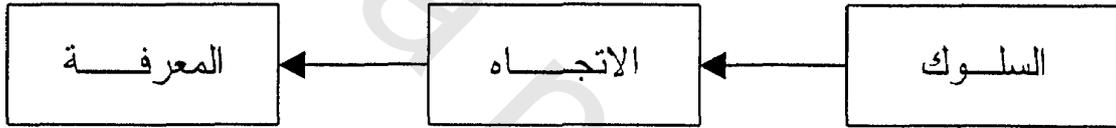
مراحل تأثير العلاقة بين المعرفة والاتجاه والسلوك :
 هناك ثلاث مراحل لهذه العلاقة كالتالي (١) :
 (١) تدرج الارتباط المنخفض :



شكل رقم (٤)
 تدرج الارتباط المنخفض

فالمعرفة تؤدي إلى السلوك ثم يتكون الاتجاه ويحدث ذلك لو درجة اهتمام
 أو ارتباط الفرد بالموضوع منخفضة والاختلاف بين البدائل صعب.

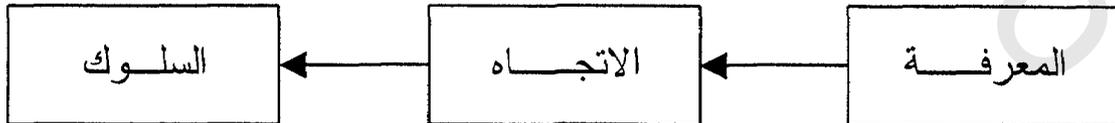
(٢) تدرج التنافر :



شكل رقم (٥)
 تدرج التنافر

وهنا يتعرف الأفراد على اتجاهاتهم ثم يبحثون عن معلومات تدعم سلوكهم
 واتجاهاتهم لتقليل التنافر مما يؤدي للاتساق بين معارفهم واتجاهاتهم وسلوكهم ،
 ويحدث ذلك عندما تكون درجة ارتباط الفرد بالموضوع مرتفعة ولكن من
 الصعب التمييز بين البدائل المتاحة.

(٣) تدرج التعلم :

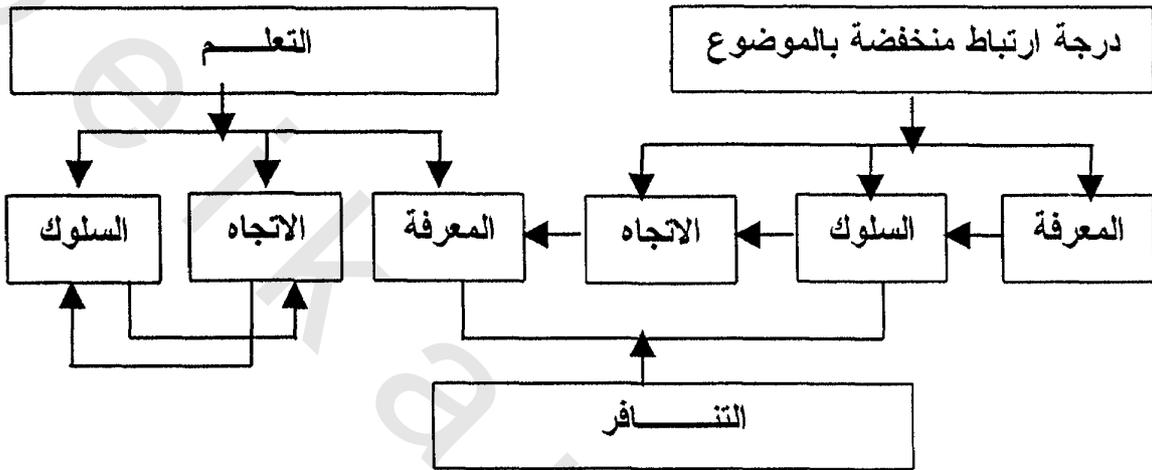


شكل رقم (٦)
 تدرج التعلم

(١) أشرف جلال حسن. " معرفة واتجاهات الأميين نحو الحملة القومية لمحو الأمية الموجهة
 عن طريق الراديو والتلفزيون : دراسة تقويمية " ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة
 ، (القاهرة : كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، ٢٠٠١) ، ص ص ٥٤-٥٥ .

وهنا يؤدي تعلم الفرد لمعلومات جديدة لتغيير الاتجاه والذي يؤدي بدوره لتغيير السلوك ، وتحدث هذه الحالة عندما تكون درجة ارتباط الفرد بالموضوعات مرتفعة ويمكن التمييز بين البدائل المتاحة مع أهمية الموضوع .

النموذج المتكامل للتأثير بين المعرفة والاتجاه والسلوك :
قدم كل من روسر وشافيهيه نموذجاً متكاملًا للتأثير كالتالي (١) :



شكل رقم (٧)
النموذج المتكامل للتأثير

ويبدأ هذا النموذج بدرجة ارتباط منخفضة بالموضوع "اهتمام منخفض" وقلّة في المعلومات تدفع الفرد مباشرة لتغيير السلوك ، ولكن قلّة المعلومات تؤدي للبحث عن المزيد من المعلومات والمعرفة وتؤدي مباشرة للتعلم ، وبذلك تكون القيم ويتشكل السلوك وتصبح طريقة الاستجابة للمعلومات الجديدة أكثر عقلانية.

ويتشكل الاتجاه في السلسلة الأولى من السلوك معتمداً في تكوينه على الخبرة ولا يكون هذا الاتجاه قوياً وإن كان في نفس التوجه وتكون العلاقة بين الاتجاه والسلوك ضعيفة ، أما الاتجاه في السلسلة الوسطى فهو استجابة دفاعية وغالباً ما يقاوم أي تغيير في الاستجابة للمعلومات الجديدة ، أما الاتجاه في السلسلة الأخيرة فقد تكون بشكل أكثر عقلانية نتيجة للمعرفة ، ويعتبر مؤشراً قوياً وموثوقاً به للسلوك ، وفي هذه السلسلة تكون أقوى علاقة بين المعرفة والاتجاه والسلوك.

(1) Steven H. Chaffee and Conni Roser. "Involvement and consistency of knowledge, Attitude and behaviors", **Communication Research**, Vol. (13), No. (3), July 1986, PP. 373-399.

النماذج الحديثة للاتجاهات :

وأجريت العديد من الدراسات للتعرف على تأثير ترتيب هذه المتغيرات الثلاثة : المعرفة والاتجاه والسلوك . ومعظم الدراسات السابقة اعتمدت على النموذج المعروف KAP (المعرفة ، الاتجاه ، السلوك) .

وقد تعددت نماذج التأثيرات بين المعرفة والاتجاه والسلوك واشتملت على ستة نماذج هي ^(١) :

- ١- سلسلة التعلم KAP :
وقد قدمها كل من (Ryan & Gross 1943, Nalent Rogers 1995) وهي عبارة عن نموذج معرفة يؤكد على ضرورة حدوث المعرفة أولاً ثم الاتجاه وأخيراً السلوك.
- ٢- سلسلة النهاية AKP :
وتعتمد على حدوث الاتجاه أولاً ثم بعد ذلك حدوث الاتجاه الإيجابي يدفع الأفراد للمزيد من البحث عن المعلومات التي تؤدي في النهاية للسلوك.
- ٣- النموذج العقلاني KPA :
يعتمد على أن الأفراد لابد أن يعرفوا عن الشيء حتى يستطيعوا أن يتبنوه بصرف النظر عن الاتجاهات أو المشاعر أو الميول المسبقة.
- ٤- سلسلة نموذج القبول PKA :
وهذا النموذج يحدث عندما يشترك الأفراد في ممارسات قريبة من مستوى معلوماتهم أو اتجاهاتهم الإيجابية ، وتعتمد السلطة كثيراً على هذا النموذج في تطبيق السياسات الجديدة.
- ٥- سلسلة التنافر PAK :
تعتمد على أن تكون المعرفة هي العنصر الأخير في السلسلة حيث يبدأ الأفراد بالسلوك ثم يكونون اتجاهات إيجابية ثم يتعلمون كيفية حدوث ذلك ويطلق عليها سلسلة التنافر لأن الأفراد يطبقون سياسات لا يعرفون عنها شيئاً.
- ٦- السلسلة العاطفية APK :
حيث يطور الأفراد اتجاهات إيجابية نحو السلوك ويبدأون في ممارسة السلوك رغم معرفتهم المحدودة عن هذا الموضوع.

(١) (أشرف جلال حسن ، مرجع سابق ، ص ص ٥٦-٥٧ .

وفى ضوء ما سبق يمكن للنماذج الستة أن تفسر لنا تقسيم الجمهور ، فليس من الضرورى حدوث المعرفة أولاً ثم الاتجاه فالسلوك ، فهناك فئات أخرى من الجمهور يحدث لها سلسلة مختلفة من التأثيرات حسب مستويات التطور العمرى والحضرى وغيرها من العوامل الديمجرافية ، حيث أشار بعض الباحثين للنظر فى الفروق الفردية فى السمات والخصائص الديموجرافية للفرد ودورها فى إحداث التوافق بين المعرفة والاتجاه والسلوك K.A.B (١) .

وقد أثبتت بعض الدراسات أن هناك أكثر من سلسلة لحدوث التأثيرات ولكن المؤكد أن المعرفة تعد مكوناً أساسياً ضمن المكونات الثلاث لسلاسل عملية التأثير ، كما أثبتت أن الاتجاهات والسلوك ارتبطاً بالمعرفة كمتغير تابع بشكل ضعيف جداً بينما ارتبطت المعرفة والسلوك بالاتجاه بشكل كبير .

وانقسم هذا المدخل فى التأثير إلى قسمين من المتغيرات (٢):

- أ- المعرفة والاتجاه والسلوك .
 ب- الاتساق بين المتغيرات الثلاثة ، بما يودى إلى البناء المعرفى للفرد (K.A.B) .
 فالمجموعة الأولى من المتغيرات تتكون من ثلاثة متغيرات تابعة أحادية لتحليل تأثير وسائل الإعلام ، وهى (K, A and B) أى تأثيرها على المعرفة والاتجاه والسلوك كل على حدة .

أما المجموعة الثانية : فهى مكونة من ثلاث علاقات ثنائية كل منها يمثل جانباً منفصلاً لتأثير الحملات الإعلامية بوسائل الإعلام وهى :

- ١- المعرفة والاتجاه (K - A) .
- ٢- المعرفة والسلوك (B - K) .
- ٣- الاتجاه والسلوك (A - B) .

(1) Lynn R. Kahle, David M. Klingel and Reichard A. Kulka. ,
 "Alogitudinal study of Adolescents Attitude – Behavior
 Consistency", **Public openion quarterly**, Vol. (54), No. (3),
 1981, PP. 402-414.

(٢) عزة مصطفى الكحكى . الآثار المعرفية للحملات الإعلامية بالتلفزيون على الجمهور المصرى ، مرجع سابق ، ص ١١٢ .

- Steven H. Chaffee and Conni Roser, **Op. Cit**, P375.

أولاً : علاقة المعرفة بالاتجاه :

يعتبر عنصر المعرفة أحد العناصر الأساسية فى تحديد الاتجاه ، حيث يشمل الأفكار والمعتقدات والمعلومات التى تشكل فى مجموعها الخبرات المتراكمة التى تؤثر فى وصف موضوع الاتجاه ^(١) ، وتلعب المعلومات دوراً بارزاً فى تكوين اتجاهات الأفراد والجماعات ، لذا تهتم أجهزة الإعلام بنشر المعلومات حول الموضوعات التى ترغب فى تشكيل اتجاهات الجمهور حولها ^(٢).

فالتنظيم المعرفى للاتجاهات يوجد به صورتان هامتان فى خصائص التكوين كما يلى ^(٣) :

(أ) تنشيط الاتجاهات :

- ١- يجب أن تكون الاتجاهات نشطة أو مرنة.
- ٢- فهم أو حفظ المأزق فى الذاكرة كما فى مجتمعات الشبكات الإعلامية التى تصبح مرتبطة بالتجربة ، فكلما زاد ارتباط التجربة بالموقف كلما زاد الارتباط.
- ٣- الكل ينشط بواسطة العوامل البيئية.
- ٤- ينشط إحداهما : إن الاتجاهات تؤثر على ما يلفت انتباهنا.

(ب) إمكانية الوصول إلى الاتجاهات :

- ١- إن الاتجاهات القوية والهامة سهلة الوصول عن الاتجاهات الضعيفة.
- ٢- إن الاتجاهات الممكنة الوصول تحكم السلوكيات بدرجة كبيرة عن الاتجاهات الغير ممكنة الوصول.
- ٣- إن الشبكات الإعلامية يمكن أن توجد فى كل من البناء الأفقى والرأسى.

(١) محمد عبد الحميد. دراسة الجمهور فى بحوث الإعلام ، مرجع سابق ، ص ٩٩.
 (٢) عزة مصطفى الكحكى . الآثار المعرفية للحملات الإعلامية بالتلفزيون على الجمهور المصرى ، مرجع سابق ، ص ١١٢.

(3) <http://carlisle.unn.ac.uk/CHP/psychology/year2/applied%20soc/attitude.htm>, 30/4/2004.

وعلى الرغم من وجود عدد قليل من الدراسات التى أثبتت عدم وجود علاقة بين المعرفة والاتجاهات ، فإن معظم الدراسات التى أجريت أكدت نتائجها على وجود هذه العلاقة (١) .

وفى دراسة ملبورن Milburn عام ١٩٧٩ أثبت أن الزيادة فى المعرفة لها تأثير على الاتجاهات ، حيث أظهرت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين الزيادة فى المعرفة الصحية والاتجاهات الإيجابية نحو السلوكيات الصحية وذلك بعد التحكم فى تأثيرات كل من متغيرات العمر والجنس والتعليم والدخل والدين ، فالفروق بين المقاطعات الثلاثة كانت دالة إحصائياً فى صالح المقاطعات التجريبية التى تلقت معلومات عن الحملة ، وتأكدت هذه النتائج بدراسة روسلر Russler عام ١٩٩٠ واتضح أن هناك ارتباطاً دالة إحصائياً بين المعرفة بالإيدز والاتجاه نحوه متمثلاً فى الخوف من عدوى الإيدز ، وأيضاً أثبتت دراسة ميلر Miller عام ١٩٩٠ العلاقة بين المعرفة والاتجاه وأن هناك تطوراً فى معرفة أفراد المجموعة التجريبية بالإيدز ، كما ارتبطت هذه المعرفة بشكل دال بالاتجاهات نحو مرضى الإيدز حيث أصبحت أكثر سلبية (٢).

ثانياً : علاقة المعرفة بالسلوك :

إن المعرفة تؤثر فى السلوك ، فتجعل الفرد يقبل أو يرفض متأثراً ببنائه المعرفى الذى يشمل عدداً كبيراً من المعارف والمعلومات والخبرات تتفاوت فى أهميتها وتتباين فى طبيعتها وفى علاقتها بموضوع الاتجاه ، بحيث تؤثر فى العنصر الشعورى والتقويمى للفرد إزاء موضوع الاتجاه (٣).

ورغم أهمية المعرفة فى تحديد السلوك إلا أننا يجب ألا نتوقع وجود علاقة مباشرة بين المتغيرين ، ففى بعض الأحيان توجد أسباب أو متغيرات تمنع تحول المعرفة لسلوك فعلى ، وهذه المتغيرات أو العوامل الوسيطة إما عوامل ديموجرافية أو عوامل مرتبطة بالعرف الاجتماعى والاتجاه نحو السلوك ،

(1) http://www.Dartmouth.edu/~chance/course/student_projects/polling.htm1, Margaret McCalla, **Influenc of polling knowledge, on attitude and behavior**, 30/4/2004.

(٢) عزة مصطفى الكحكى . الآثار المعرفية للحملات الإعلامية بالتليفزيون على الجمهور المصرى ، مرجع سابق ، ص ص ١١٤-١١٥ .

(٣) محمد عبد الحميد. دراسة الجمهور فى بحوث الإعلام ، مرجع سابق ، ص ٩٩ .

ويمكن معرفة مدى أهمية العوامل الوسيطة هذه بالنسبة لأي قضية من القضايا وذلك بتحليل العلاقة بين المعرفة والسلوك كما يلي :

لا توجد	توجد	المعرفة السلوك
٢	١	يتحقق
٤	٣	لم يتحقق

شكل رقم (٨)
العلاقة بين المعرفة والسلوك

ويتضح من الشكل السابق أنه عندما تكون العلاقة بين المعرفة والسلوك علاقة قوية ويكون دور العوامل الوسيطة هامشياً فإن معظم التكرارات تكون في الفئة الأولى والرابعة ، أما الفئة الثالثة فهي تمثل مدى أهمية العوامل الوسيطة ، وكلما زاد عدد التكرارات في هذه الفئة كانت المعرفة وحدها غير كافية لإحداث السلوك (١).

وهناك عدد من الدراسات التي أثبتت العلاقة بين المعرفة والسلوك ، في حين البعض الآخر لم يثبت وجود العلاقة بين المعرفة والسلوك.

وقد أثبتت دراسة فلين وآخرين عام ١٩٩٢ Flynn et al., دلالة الارتباط بين المعرفة بأضرار التدخين والسلوك المتمثل في التقليل من التدخين ، ودراسة ريمبرج Rimberg عام ١٩٩٠ حيث توصل إلى درجة الارتباط بين مستوى المعرفة بالإيدز وتغيير السلوك الجنسي بالنسبة لقطاع الشباب من الجمهور ، في حين أثبتت دراسة خيهر Khehra عام ١٩٨٩ إلى عدم وجود علاقة ارتباط بين معرفة الطلاب بالإيدز وتغيير السلوك بين الطلاب الجامعيين ، وأيضاً دراسة فرداجور Verdaguer عام ١٩٩٠ حيث أظهرت النتائج عدم وجود دالة ارتباط بين مستوى المعرفة والسلوكيات المرتبطة بالإيدز (٢).

(١) فرج الكامل. تأثير وسائل الاتصال : الأسس النفسية والاجتماعية ، ط ١ ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٨٥) ، ص ٩١ .

(٢) عزة مصطفى الكحكي . الآثار المعرفية للحملات الإعلامية بالتليفزيون على الجمهور المصري ، مرجع سابق ، ص ١١٦-١١٨ .

ثالثاً : العلاقة بين الاتجاه والسلوك :

إن العلاقة بين الاتجاه والسلوك ليست بسيطة ، فالاتجاه قد يؤدي إلى السلوك والعكس صحيح ، والسلوك فى أغلب الأحيان قد يكون غير مرتبط بالاتجاهات ، ووضح ويكر Wicker أن العلاقة بينهما ضعيفة جداً ، فإن معظم الأبحاث تحاول أن تبين الظروف التى يجب أن تكون الاتجاهات مرتبطة بالسلوك ، والعمليات التى يتم فيها تأثير السلوك على الاتجاهات منها : بعض المتغيرات التى تقوى ارتباط الاتجاه بالسلوك ؛ فالاتجاهات التى شكلت من خلال الخبرة المباشرة بالموضوع أكثر قوة وارتباطاً بالسلوك الذى يرتبط بهذا الموضوع عن الاتجاهات التى لا ترتبط بالخبرة المباشرة ، والاتجاهات الأكثر ثباتاً توضح الاتساق القوي بين الاتجاه والسلوك عن الاتجاهات الغير ثابتة ، والفروق الفردية التى تؤثر على العلاقة بين الاتجاه والسلوك (إن الأفراد الذين يدركون ذاتهم يظهرن اتساقاً أكثر من هؤلاء الذين لا يدركونها ، مراقبة الذات بدرجة كبيرة توضح اتساقاً أقل ^(١) .

إن درجة تأثير الاتجاه على السلوك أصبحت قضية هامة فى بحوث الاتجاهات ^(٢) ولكن الثابت أن هناك مجموعة من العوامل تؤثر فى درجة واتجاه العلاقة بين الاتجاه والسلوك ، فالاتجاه القوي يؤدي لزيادة فى الاتساق بين الاتجاه والسلوك والعكس صحيح ، والاتجاه نحو سلوك محدد بعينه أقوى فى الارتباط من الاتجاه نحو سلوك عام ^(٣) .

فبعد أن يكون الفرد اتجاهه - وذلك بناءً على معرفته السابقة - يلزم وجود نية Intention حتى يترجم هذا الاتجاه إلى سلوك فعلى ، فهى تعتبر بمثابة المسافة الفاصلة بين الاتجاه والسلوك ، ويؤكد كل من كيم وهنتر Kim & Hunter عام ١٩٩٣ على هذا الرأى فى دراستهما التى افترضت العلاقة بين الاتجاه والنية السلوكية BI - A أقوى من العلاقة بين الاتجاه والسلوك B-A وأثبتت النتائج صحة هذا الفرض ^(٤)

(1) [http://carlisle.unn.ac.uk/CHP/psychology/year2/applied%20 soc/attitude.htm](http://carlisle.unn.ac.uk/CHP/psychology/year2/applied%20soc/attitude.htm), 30/4/2004

(2) David O. Sears et al. **Social psychology**, 5th ed., (USA : Practic Hall & Englewood diffs, 1985), P114.

(٣) فرج الكامل ، مرجع سابق ، ص ص ٩٥-٩٦ .

(٤) عزة مصطفى الكحكى . الآثار المعرفية للحملات الإعلامية بالتليفزيون على الجمهور

المصرى ، مرجع سابق ، ص ١١٩

وفى دراسة برينت ستيل Brent Steel حيث قام باختبار تأثير الاتجاهات البيئية على سلوك حماية البيئة والنشاط السياسى فى القضايا البيئية وأجرى الاختبار التجريبي ، وأشارت النتائج إلى أن قوة الاتجاه كانت فى حاجة إلى الاتصال بالتقارير الشخصية للسلوك البيئى والنشاط السياسى فى القضايا البيئية ، كما أن المستجيبين لاتجاهات الحماية البيئية هو الذى يحقق مشاركة المواطن فى القضايا البيئية ، فقد قرروا أنهم " يفكرون عالمياً ويتصرفون محلياً " وهذا يؤكد تأثير الاتجاهات على السلوك^(١).

وفى ضوء ما سبق عرض الباحث العلاقات الثنائية (المعرفة بالاتجاه – المعرفة بالسلوك – الاتجاه والسلوك) ، وإن التعرض لوسائل الإعلام يمكن أن يحقق تأثيراً منفصلاً ، بحيث تؤثر على المعرفة والاتجاه والسلوك بشكل منفصل ، أو أن التعرض لوسائل الإعلام يمكن أن يقوى العلاقة بين كل متغيرين من المتغيرات السابقة.

مدى ملاءمة الدراسة الحالية بمدخل الاتساق بين المعرفة والاتجاه والسلوك:

يقوم الباحث باختبار العلاقة بين المعرفة والاتجاه (K - A) فقط باعتبار أن التعرض للصحف المصرية (القومية والحزبية والمستقلة) يساهم فى تشكيل اتجاهات المراهقين نحو العدوان الأمريكى على العراق ويستبعد الباحث السلوك لعدة اعتبارات منها ما يلى :

- ١- إن الاتجاه فى حد ذاته يعد مؤشراً للسلوك.
- ٢- صعوبة قياس السلوك إلا من خلال الملاحظة ، وهو ما يفوق طاقة الباحث بالنظر إلى حجم العينة.
- ٣- أن الدراسة تستخدم المنهج المسحى لعينة من المراهقين ، بينما تحتاج دراسة السلوك إلى استخدام المنهج التجريبي.
- ٤- طبيعة الموضوع : وهو العدوان الأمريكى على العراق.

(1) <http://www.oregonstate.edu/dept/polsci/fac/steel/cl/ps475/read3.htm>., Brent S. Steel, Environment politics and policy Environment Values and Behavior : hypocrisy or consistency, 30/4/2004

خلاصة مدخل الاتساق بين المعرفة والاتجاه والسلوك (التوازن المعرفي) :

يؤكد هذا المدخل على العمليات المعرفية ويفترض أننا على وعى باتجاهاتنا وسلوكنا ويحدث تغير عندما نحس بشئ من عدم الاتساق فيما بين معتقداتنا واتجاهاتنا ، أى يتضمن المدخل المسلمات التالية :

١- أن الأفراد لديهم دافع قوى لابد أن يكونوا متسقين وأن يظهرُوا أمام الآخرين بهذا الاتساق.

٢- وعى الإنسان بعدم اتساقه يولد لديه التوتر والقلق.

٣- تغيير الاتجاه أداه رئيسية بالنسبة لحسم عدم الاتساق.

فنظرية الاتساق تعنى أن كل فرد له معتقدات واتجاهات لابد أن تكون متسقة وأن يظهر هذا الاتساق وإذا لم يشعر الفرد باتساقه يولد لديه التوتر والقلق وعليه فقد يشغل الطفل مثلاً بعدم تقبله للعمل بالرغم من الضغوط القائمة عليه من قبل والديه واحتياجه للعمل نظراً للظروف الاقتصادية فقد يعرضه للقلق والتوتر والذي يؤدي إلى العدوان.

وتناول الباحث مدخل الاتساق ربين المعرفة والاتجاه والسلوك ، ومراحل تأثيرات العلاقة بين المعرفة والاتجاه والسلوك ، ثم قدم النموذج المتكامل للتأثير بين الاتجاه والمعرفة والسلوك ، مع عرض النماذج الحديثة للاتجاهات فى هذا النموذج ، والعلاقات الثنائية للتأثير فى العلاقة بين المعرفة والاتجاه والسلوك (علاقة المعرفة بالاتجاه - المعرفة بالسلوك - الاتجاه والسلوك) مع ارتباط ذلك بالتطبيق على علاقة المعرفة بالاتجاه نحو العدوان الأمريكى على العراق .

خلاصة الفصل :

استعرض الباحث فى هذا الفصل التراث العلمى لنظريتى الاعتماد على وسائل الإعلام ومدخل الاتساق بين المعرفة والاتجاه والسلوك .