

جامعة باجي مختار- عنابة-
كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الإعلام والاتصال

المقياس: نظريات الإعلام والاتصال

أستاذ المقياس: د. بن طراد وفاء

المستوى: السنة الثالثة، تخصص إعلام

السنة الجامعية: 2020/2019

المحاضرة الأولى: نظرية التفاعلية الرمزية

برز مبدأ ارتباط العادات اللغوية بسلوك الناس في علم الاجتماع كطريقة لتحليل كيف يكتسب الناس تحديدات مشتركة لمعاني الأشياء، بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية، وذلك بالتفاعل مع الآخرين عن طريق اللغة، أو كما يميل علماء الاجتماع إلى القول بأنه من خلال التبادل الرمزي.

وهناك خيطان منفصلان إلى حد ما حول فكرة تبادل التفاعل الاجتماعي والمعاني المشتركة كأساس للتفسير الفردي للعالم الموضوعي. وقد تبنى الخيط الأول عالم النفس الاجتماعي تشارلز هورتون كولي الذي رأى أن الناس يستطيعون الانتساب إلى بعضهم بعضا ليس على أساس صفاتهم الموضوعية كما هي موجودة في الواقع، ولكن من خلال الانطباعات التي يخلقها كل منهم لدى الآخرين من خلال عملية التفاعل بينهم. وأطلق كولي على هذه الانطباعات اسم الأفكار الشخصية. فعندما نكون فكرة شخصية عن كل فرد نعرفه، أو عن أي جماعة من الناس، تصبح الفكرة الشخصية عبارة عن بناء للمعنى، أي مجموعة من الصفات التي نتخيلها ونسقطها على كل من الأصدقاء ومن نعرفه من الأشخاص كتفسير لشخصياتهم الواقعية، وكقاعدة للتنبؤ بسلوكهم، والتنبؤ بسلوك الآخرين الذين يبدوون مشابهيين لهم.

أما الخيط الثاني فقد تبناه العالم جورج هيربرت ميد الذي رأى أن القدرة على الاتصال بالآخرين تعتبر مفتاحا لأفكار الفرد، وعلى الرغم من أن الإنسان يستطيع أن يبني مفاهيم عن نفسه بالطريقة التي اقترحها تشارلز كولي، فإنه يستطيع أن يتعلم أيضا كيف يتوقع تصرفات الآخرين، وما سوف يعتبرونه سلوكا مقبولا اجتماعيا.

فروض النظرية:

يمكن تحديد الفروض الأساسية لنظرية التفاعلية الرمزية فيما يلي:

1. إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما للمعاني، وبالنسبة للأفراد فإن المساهمة في المعاني المشتركة المرتبطة برموز اللغة تعد نشاطا مرتبطا بالعلاقات بين الأشخاص تنبثق منه توقعات ثابتة ومفهومة لدى الجميع، تقود السلوك الانساني في اتجاه النماذج التي يمكن التكهن بها.
2. من وجهة النظر السلوكية، تعد الحقائق النفسية والاجتماعية بناء مميزا من المعاني. ونتيجة لمشاركة الناس في التفاعل الرمزي الفردي والجماعي فإن تفسيراتهم للواقع تمثل دلالة متفقا عليها من الناحية الاجتماعية، وذات ايقاع محدد من الناحية الفردية.

3. إن الروابط التي توحد الناس والأفكار التي لديهم عن الآخرين، ومعتقداتهم حول أنفسهم، تعد كلها أبنية شخصية من المعاني الناشئة عن التفاعل الرمزي، وهكذا فإن المعتقدات الذاتية لدى الناس عن أنفسهم وعن الآخرين من أهم حقائق الحياة الاجتماعية.
4. إن السلوك الفردي في موقف ما يتوقف على المضامين والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف، وهكذا فالسلوك ليس رد فعل أوتوماتيكيا أو استجابة آلية لمؤثر خارجي، ولكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس والآخرين والمتطلبات الاجتماعية للموقف.

التفاعلية الرمزية في مجال الاعلام:

من الواضح أن وسائل الاتصال الجماهيرية تمارس دورا مهما في المجتمعات الحديثة، فهي تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة والصورة والحركة واللون. ويبني الأفراد معاني مشتركة للواقع الاجتماعي من خلال ما يقرأونه أو يسمعون أو يشاهدونه. ومن ثم، فإن سلوكهم الشخصي والاجتماعي يمكن أن يتحدد جزئيا من خلال التفسيرات التي تقدمها وسائل الاعلام للأحداث الاجتماعية والقضايا التي لا توجد مصادر معلومات بديلة عنها. ويعد هذا أحد أعقد النماذج المستخدمة في بحوث الاتصال، وهو ضروري لفهم التأثيرات غير المباشرة وبعيدة المدى لوسائل الإعلام سواء أكان ذلك على مستوى الأفراد أم المجتمعات. (ديفلير وروكيتش 1993).

ولقد بين والتر ليبمان في مؤلفه "الرأي العام" سنة 1922، على أن الصفات الحقيقية للواقع الاجتماعي ليست لها علاقة غالبا بمعتقدات الناس حول هذا الواقع، فقد ناقش هذا الكتاب كيف أن التفسيرات التي تقدمها الصحف عن الأحداث يمكن أن تغير بشكل كبير هذا الواقع. والنقطة المهمة التي سعى ليبمان لإيضاحها هي أن طريقة تصوير الصحافة للعالم خلال فترة الحرب العالمية الأولى كانت زائفة غالبا لأنها كانت مضللة جدا، وتخلق صورا مشوهة في الأذهان عن العالم الحقيقي. واستنتج من ذلك أن الناس يتصرفون ليس على أساس ما يحدث أو ما قد وقع فعلا، ولكن على أساس ما يعتقدون أنه الموقف الحقيقي. وهذا الموقف حصلوا عليه من الصور التي نقلتها لهم الصحف، وهي معاني وتفسيرات ليس لها في الغالب سوى نصيب محدود مما حدث فعلا، وهذا من الممكن أن يؤدي إلى سلوك لا علاقة له بحقيقة ما يجري في الواقع الحقيقي. والذي لم يتوقعه ليبمان في 1922 أن نظريته عن الصحافة تنطبق أيضا على وسائل الاعلام الأخرى: الراديو والتلفزيون، والتي تنقل أيضا بناءات مشوهة أو زائفة عن الواقع الاجتماعي. (ديفلير وروكيتش 1993).