

نظرية تمثيل المعلومات : أخذت نظريات الإعلام بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية اتجاها معرفيا ، وطور علماء النفس المعرفي نظرية تدور حول الطريقة المعتادة التي يتعامل بها الأفراد مع المعلومات الحسية ، أو ذات العلاقة بالحواس ، وهي نظرية تمثيل المعلومات التي دمجت بين علم النفس المعرفي وبين الإعلام ، كما تعد الإنجازات التي أنجزها العالم " دونالد بروننت بنت " Broadbent في مجال علم النفس التطبيقي والذي انتهى من الدمج بين (علم النفس التطبيقي والإعلام إلى إيجاد ، وتطوير نظرية تمثيل المعلومات ، وتعتبر التطورات التي شهدتها علم الكمبيوتر منذ خمسينات القرن الماضي عاملاً في ظهور نظرية تمثيل المعلومات حيث اعتمد الباحثون على أسلوب عمل الكمبيوتر في تطوير فروض هذه النظرية (31) . وتهتم نظرية تمثيل المعلومات بوصف ، ثم جزء صغير من هذه المعلومات يتجه للانتباه ، كما تميزت هذه النظرية بالتمييز بين عمليتين معرفيتين يحدثان داخل الذاكرة طويلة المدى وتنتج عنهما عملية التعلم وهما : (1) عملية التذكر : وهي إدراك المواقف الماضية وما يشتمل عليها من خبرات وأحداث ، (2) عملية فهم المعلومات : هي عملية تكامل بين المعلومات الجديدة ، أو المختزنة في القيام باستنتاجات عن ، بمعنى أن التذكر يعتمد على تخزين بسيط للمعلومات ، وتقوم نظرية تمثيل المعلومات على العديد من الفروض ، منها ما هو متعلق بالانتباه ، ومنها ما هو متعلق بالإدراك ، ومنها ما هو متعلق بالذاكرة ، ولكن الافتراض الرئيس للنظرية والتي اتفقت عليه غالبية الدراسات يقوم على أساس أن عملية تمثيل المعلومات في الذهن تتضمن جميع العمليات الإدراكية من انتباه ، وتذكر بالإضافة إلى الفهم ، وهذه العمليات تمر عبر سلسلة من المعالجة سواء من أسفل إلى أعلى ، الانتباه والتذكر في ضوء نظرية تمثيل المعلومات : يعد الانتباه من العمليات العقلية التي تهتم بالأساليب التي يستخدمها الإنسان للحصول على المعرفة وبدونه لا يستطيع الإنسان أن يدرك ما يحدث حوله من مثيرات إدراكا واضحا ، فعندما ينتبه الإنسان لأى مثير فإنه يركز شعوره في ذلك المثير ، وإذا مر الإنسان بموقف جديد فإن الانتباه يوجه شعوره نحو الموقف السلوكي كله ويرى علماء النفس أنه إذا لم ينتبه الإنسان فإنه لا يتعلم (36) ؛ حيث يعد الانتباه العملية الأولى في اكتساب الخبرات التربوية ؛ ويجعله يعمل ذهنه في دلالاتها ، وبالتالي يساعد لذلك يعد الانتباه للموضوع مرتبطا ارتباطا وثيقا بعملية الوعي لموضوع الرسالة الإعلامية ، ويوجد نوعان من الانتباه هما : الانتباه الخاضع للسيطرة ، ولا يستلزم الانتباه التلقائي استخدام موارد محدودة ويتم تحديده عن طريق وبالتالي فالفرد طبقاً لنظرية تمثيل المعلومات يتعرض يوميا لكميات كبيرة من المعلومات الحسية ، وهي تتفق مع كل النظريات المعرفية في أن الفرد لا يتمسك بكل المعلومات التي لا يتعرض لها ، وبنفس الطريقة يمكن النظر إلى اكتساب الرموز ،