**ثالثا:الانتباه الانتقائي Selective Attention**

 وهو عملية اختيار بعض المثيرات او خصائص معينة منها لتركيز عمليات المعالجة عليها.

**نظريات الانتباه الانتقائي:**

 تسمى نظريات الانتباه الانتقائي بنظريات(نماذج) المرشح او عنق الزجاجة filter & bottleneck. يمنع المرشح بعض المعلومات من المرور لذلك يختار جزء واحد فقط من العلومات الكلية للمرور خلال المرحلة التالية. اما عنق الزجاجة فانه يبطئ مرور المعلومات.تختلف هذه النماذج عن بعضها البعض بطريقتين:

**الأولى** : وجود مرشح متميز للمعلومات القادمة. هل هذه النماذج لها مرشح متميز؟

**الثانية** : اذا كــــــان لهـــــا مرشح فــــي أي مرحلة من معالجـــة المعلومات يقــــع المرشـــــح (في مرحلة مبكرة ام متاخرة).

**سوف نقدم ثلاث نظريات في الانتقاء المبكر ونظرية واحدة في الانتقاء المتأخر:**

**أ-انموذج برودبنت Broadbent’s Model**

 يسمى أنموذج برودبنت بأنموذج عنق الزجاجة bottleneck model لأن المرشح (الفلتر) يقيد مجرى المعلومات مثلما يقيد عنق الزجاجة مجرى السائل. عندما نصب السائل من الزجاجة فان عنق الزجاجة الضيق يقيد تدفق السائل، لهذا يجري السائل ببطء رغم ان هناك مقداراً كبيرا من السائل. عند تطبيق هذا التناظر الوظيفي (التشبيه) على المعلومات افترض برودبنت ان المرشح يقيد المقدار الكبير من المعلومات المتوفرة للفرد لذلك فقط جزء من هذه المعلومات تذهب الى الكشاف detector الذي يقع بعد المرشح.

 يعين المرشح الرسالة المهمة استناداً الى خصائصها الفيزيائية، مثل نغمة صوت المتكلم ، وطبقة الصوت، وسرعة الكلام ، واللهجة ، فقط هذه الرسالة يسمح لها بالمرور الى الكشاف في المرحلة التالية.

 يعالج الكشاف المعلومات ليحدد خصائص الرسالة ذات المستوى العالي ، مثلا معناها ، لأن فقط المعلومات المهمة يسمح لها بالمرور خلال المرشح ،لهذا يعالج الكشاف كافة المعلومات التي تمر خلاله.

 وفقا لأحدى نظريات الانتباه المبكر، فأننا نرشح المعلومات مباشرة بعد ان نلاحظها في المستوى الحسي. القنوات المتعددة للمدخل الحسي تصل الى المرشح الانتباهي. هذه القنوات يمكن تمييزها بواسطة خصائصها مثل ارتفاع الصوت ، النغمة، اللهجة. يسمح المرشح لقناة واحدة فقط من المعلومات الحسية ان تأخذ طريقها وتصل الى عملية الادراك بحيث نعطي معنى لأحاسيسنا. المثيرات الأخرى سوف يتم تسريبها عند المستوى الحسي وقد لا تصل الى مستوى الادراك.

 أشار برودبنت ان المعلومات الحسية أحيانا تتم ملاحظتها بواسطة الاذن غير الصاغية اذا لاتتطلب معالجة بالتفصيل، لكن المعلومات التي تتطلب معالجة ادراكية عالية المستوى لايمكن ملاحظتها اذا لم نهتم بها.

**ب-انموذج المرشح الانتقائي Selective Filter Model**

 بعد وقت قصير من تقديم انموذج برودبنت ، بدأ الدليل العلمي يفترض ان أنموذج برودبنت قد يكون خاطئاً. وفقاً لانموذج برودبنت فان المعلومات في الرسالة غير المهتمين بها قد لاتصل الى الوعي الشعوري. اجرى نيفايل موراي Neville Moray (1959) تجربة تتبع فيها المشاركون رسالة قدمت الى احد الاذنين واهملوا الرسالة المقدمة الى الاذن الأخرى، ولكن عندما قدم موراي اسم المستمع الى الاذن غير الصاغية فأن حوالي ثلث المشاركين قد اكتشفوها. هذه الظاهرة تسمى تاثير حفلة الكوكتيلcocktail party effect والتي فيها يصغي الفرد بشكل انتقائي الى رسالة واحدة من بين رسائل كثيرة ويسمع اسمه (الشخصي) اويسمع أي رسائل أخرى مميزة نكون غير مهتمين بها مثل كلمة (حريق).

 افترض موراي ان سبب هذا التأثير هو ان الرسائل ذات الأهمية الكبيرة للفرد قد تنفصل وتفلت خلال المرشح الانتقائي ، وهناك رسائل قد لا تفلت. وفقا لموراي فان المرشح الانتقائي يمنع معظم المعلومات عند المستوى الحسي. لكن بعض الرسائل المهمة شخصيا تكون قوية جدا بحيث تندفع خلال ميكانزم الترشيح.