



# نظريات التأثير الإعلامي،

المحاضرة العاشرة – أبرار الجديد

هل تؤثر وسائل الاعلام على الافراد والمجتمع؟

□ اختلف رأي الباحثين حول تأثير وسائل الاعلام بين مؤيد ومعارض.

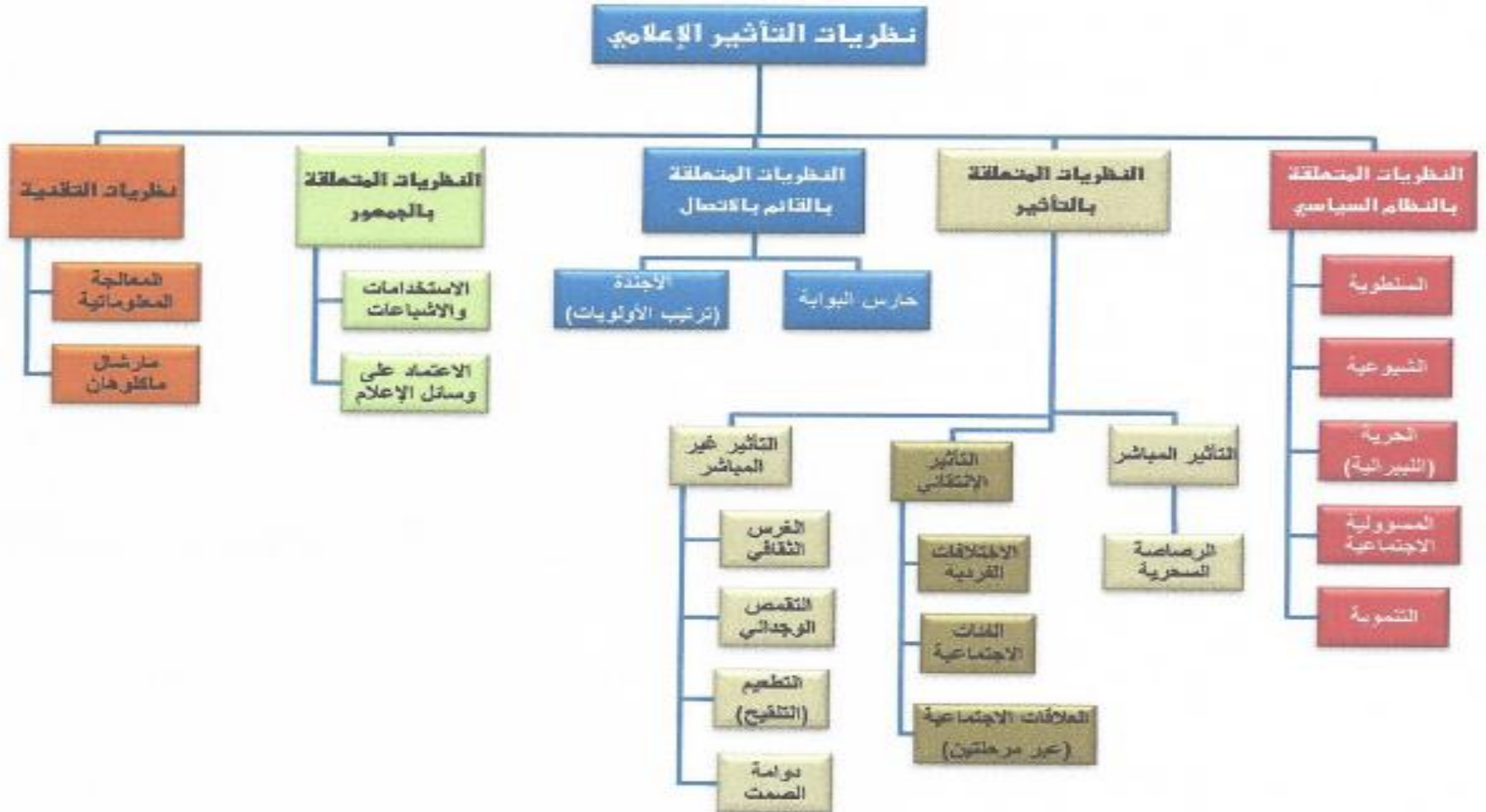
# تعريف النظرية

□ عبارة عن مجموعة من المفاهيم المترابطة التي تقدم تعريفات الظواهر، بتحديد العلاقة بين المتغيرات، مع شرح الظواهر والتنبؤ بها.

# مفهوم النظريات الاعلامية

□ ظهرت نظريات الإعلام نتاج للتغيرات التي تصاحب وتعقب حركة المجتمعات الإنسانية وهي جهد مثمر لعدد من الباحثين والدارسين المتخصصين في تفسير ظواهر علوم الاعلام والاتصال وأثرها في المجتمع.

# أبرز التصنيفات للنظريات



# أبرز نظريات التأثير الإعلامي

١. **نظريات التأثير القوي والمباشر.**
٢. نظريات التأثير التراكمي.
٣. نظرية التطعيم أو التلقيح.
٤. **نظرية التأثير على مرحلتين.**
٥. نظرية تحديد الأولويات.
٦. **نظرية حارس البوابة.**
٧. **نظرية الاستخدامات والاشباع.**



١ / نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى

**Short-term effect**

# نظرية الرصاصة أو «الحقنة»



□ ظهر التيار النظري الذي يقول بالتأثير القوي لوسائل الاتصال في العشرينات من القرن العشرين.



□ ترى هذه النظرية أن علاقة الفرد بمضمون الوسيلة الاعلامية هي علاقة تأثر قوي ومباشر وتلقائي. فالإنسان الذي يتعرض لأي وسيلة اعلامية، يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة.



□ شبهت بالطلقة النارية التي إذا صوبت بشكل دقيق لا تخطأ الهدف مهما كانت دفاعته.

□ تأثيرها قوي لا يمكن الفكك منه.



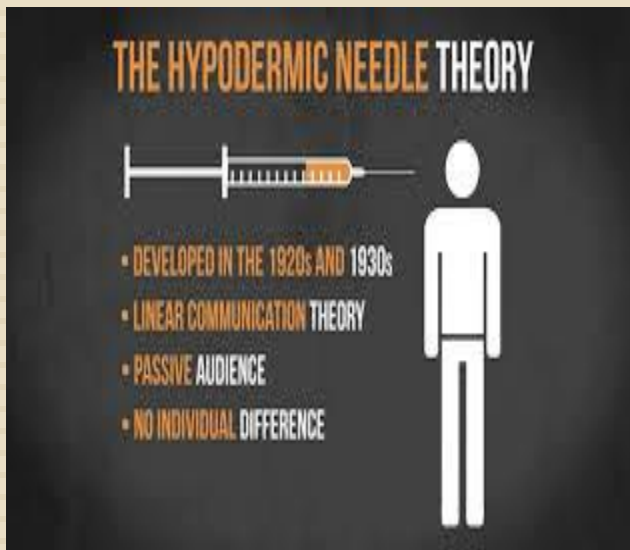
# نظرية الرصاصة أو «الحقنة»

□ تنطلق هذه النظرية من مجموعة من المسلمات التي تفترض أن المرسل يتحكم بشكل كلي في العملية الاتصالية. **لماذا؟**

١. لأنه هو الذي يضع الرسالة أو يقوم بتصميمها وبنائها.

٢. يختار الوسيلة أو القناة الأكثر تأثيرا أو انتشارا.

٣. يختار التوقيت والظرف المناسب.

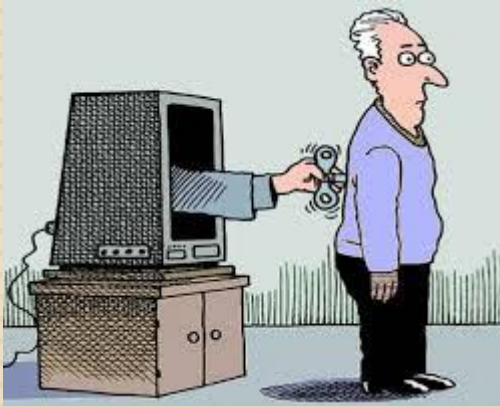


# نظرية الرصاصة أو «الحقنة»

- استشهدت الدراسات الاولى التي قامت عليها هذه النظرية بالحادثة التي صارت عام ١٩٣٩م، بعد استماعهم الى تمثيلية في الاذاعة باسم (حرب الكواكب).

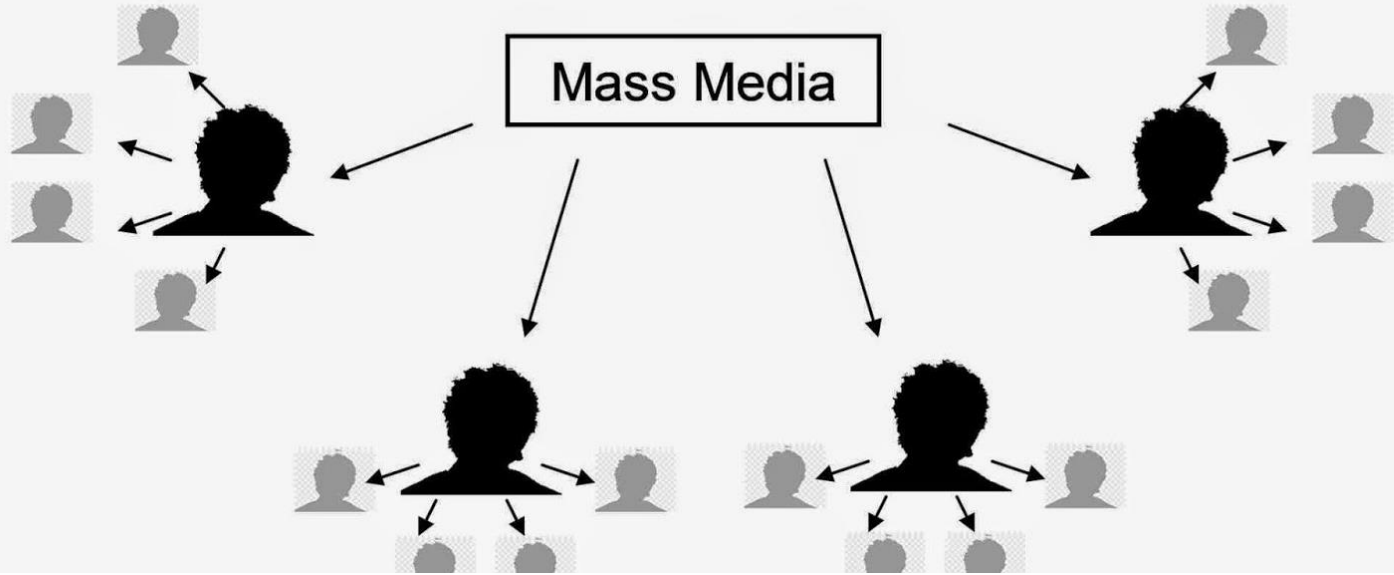
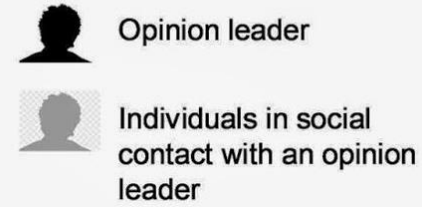


# النقد الموجه لهذه النظرية



- الاعتماد على نظرية الحقنة في تفسير علاقة الانسان بوسائل الاعلام فيه الكثير من التبسيط للطبيعة الانسانية والكيفية التي تعمل من خلالها النفس البشرية.
- تفترض هذه النظرية أن كل فرد يستقبل الرسالة بنفس الطريقة.
- المتلقي يستجيب دائما وبشكل قوي للرسالة التي يتلقاها مما يحقق هدف القائم بالاتصال.
- المتلقي عنصر ضعيف جدا في العملية الاتصالية.

# Two-step flow model



٤ / نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين

Two-step flow theory

# سبب ظهور نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين

□ ظهرت كرد على من يؤمن بقوة وسائل الإعلام والتأثير المباشر لها كالرصاصية أو الحقنة تحت الجلد، لكن الدراسة التي قام بها علماء أمريكيون (**لازر سفيلد، بيرلسون، جوديت**)، حول دور وسائل الاتصال في الإقناع خلال الانتخابات الرئاسية عام ١٩٤٠م بينت خطأ هذه الرؤية وأثبتت أن هناك عوامل أخرى وسيطة تحد من تأثير وسائل الاتصال، ويأتي في مقدمة هذه العوامل ما يسمى **بقيادة الرأي**.

□ وهي نظرية تنتمي لنظريات **التأثير الانتقائي**.

□ تهدف هذه النظرية إلى بيان الدور الذي يلعبه **الاتصال الشخصي** في مجمل عملية الاتصال الجماهيري.

□ ترى هذه النظرية ان تأثير وسائل الاعلام في الجمهور يتم بشكل غير مباشر ويمر بمرحلتين.

❖ **المرحلة الأولى:** من الأفراد الذين يتعرضون لوسائل الاعلام بصورة متكررة.

❖ **المرحلة الثانية:** من هؤلاء الأفراد أعلاه إلى الأفراد الآخرين الذين يتعرضون لوسائل الإعلام بشكل أقل **(من خلال الاتصال الشخصي)**، او الذين يعتمدون على غيرهم في الحصول على المعلومات.

# فروض نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين

١. أن وسائل الإعلام بدلا من أن تكون عامل لتحويل المعتقدات فمن الأرجح ان تكون عامل لتعزيز هذه المعتقدات.
٢. مهما كان تأثير وسائل الإعلام إلا انه يتم تنقيتها عبر قادة الرأي.

# من هم قادة الرأي؟ - Opinion Leaders

□ قادة الرأي: أولئك الأشخاص الذين يُسعى إليهم غيرهم في طلب النصيحة للحصول على المعلومات. وهم:

١. أكثر تعرض من غيرهم لوسائل الإعلام.

٢. التميز بمركز اجتماعي أفضل من غيرهم.

٣. مشاركة قادة الرأي الاجتماعية أكبر من مشاركة الاتباع.

٤. أكثر ابتكاريه من غيرهم.

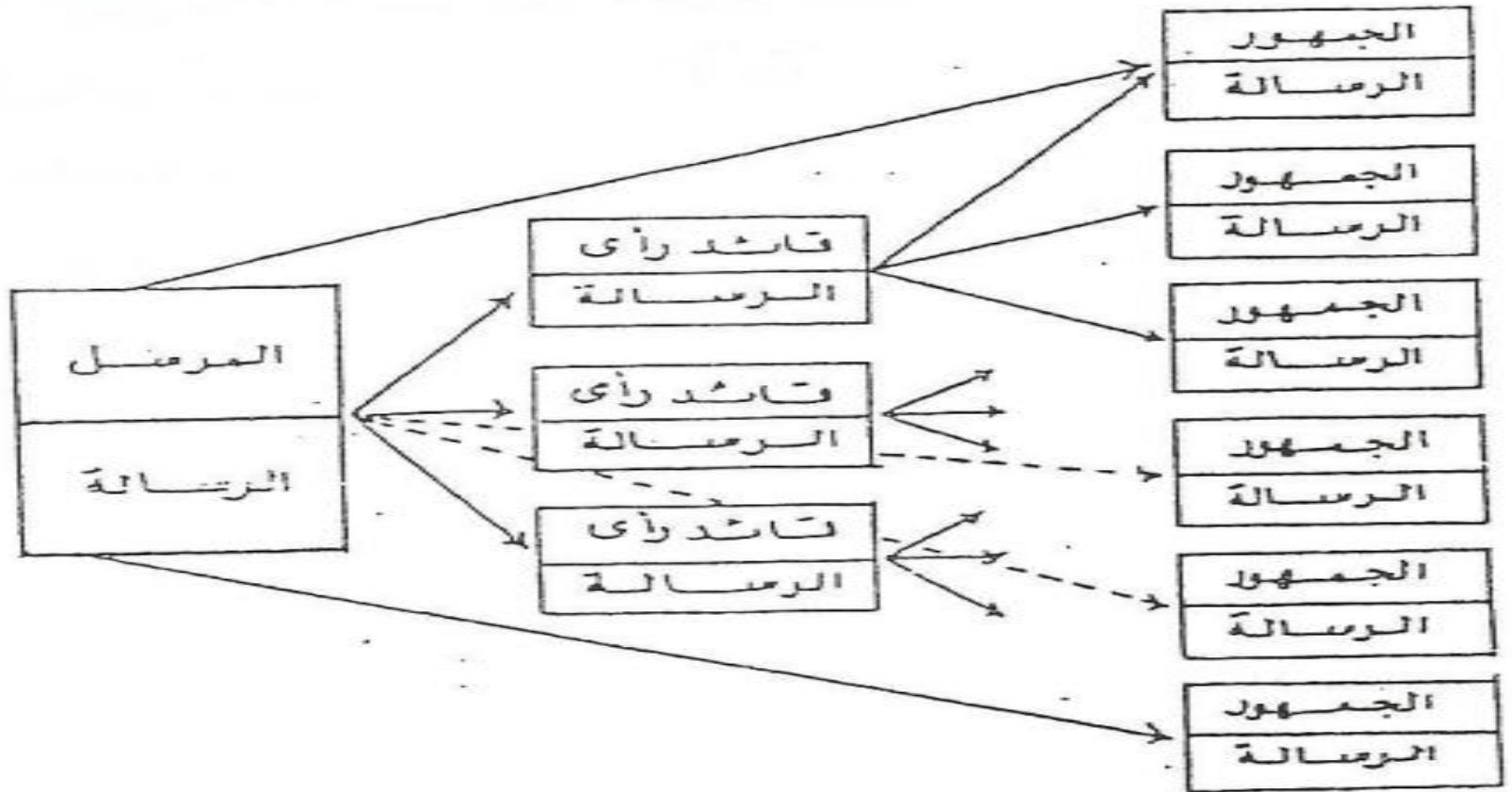
٥. عقولهم منفتحة أكثر من أتباعهم.

٦. أكثر اهتماما بما يدور خارج بيئتهم.

٧. ينتمون إلى نفس الجماعات التي ينتمي إليها الافراد الذين يؤثرون فيهم.



# رسم توضيحي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين





٦ / نظرية حارس البوابة

**Gate-keeper theory**

# فكرة النظرية

□ يقول لوين: أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور هناك نقاط أو (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في وسيلة الإعلام، ازدادت المواقع التي يصبح فيها متاحاً لسلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها، لهذا يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات والقواعد التي تطبق عليها، والشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة التقرير، يصبح نفوذهم كبيراً في انتقال المعلومات.

# مقطع فيديو



[https://www.youtube.com/  
watch?v=5djboroHx4Y](https://www.youtube.com/watch?v=5djboroHx4Y)

# من هم حراس البوابة؟

□ **الصحفيون** الذين يقومون بجمع الأنباء، ومصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيين بالأنباء، وهم **أفراد الجمهور المؤثرين** على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية، كل أولئك حراس بوابة، في نقطة ما، أو مرحلة ما من المراحل التي تقطعها الأنباء.

□ تدخل هذه النظرية تحت بند النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال.

## دور حارس البوابة (الاعلامي) مؤثر في الجمهور من ناحيتين:

١- من خلال ما يعرضه عليهم بناء على اعتبارات شخصية او سياسية اعلامية او وجهة نظر ثقافية اجتماعية.

٢- من خلال ما يحجبه عنهم.

## ثانياً : المعايير الذاتية للقائم بالاتصال

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل: النوع، العمر، والدخل، والطبقة الاجتماعية والتعليم، والانتماءات الفكرية أو العقائدية والإحساس بالذات.

## أولاً: قيم المجتمع وتقاليده

يغفل حارس البوابة عن بعض الأحداث للأسباب التالية: الإحساس بالمسئولية الاجتماعية، الحفاظ على بعض الفصائل الفردية والاجتماعية، حماية الأنماط الثقافية مثل الولاء للوطن.

## العوامل التي تؤثر على حارس البوابة

## رابعاً: معايير الجمهور

يلعب الجمهور دوراً إيجابياً في عملية الاتصال فالقائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى تحديد جمهوره بدقة وأن تصوره لهذا الجمهور يؤثر على قراراته تأثيراً لا يمكن ان نقل من شأنه.

## ثالثاً المعايير المهنية للقائم بالاتصال

وتتضمن المعايير المهنية سياسة الوسيلة الإعلامية ومصادر الأخبار المتاحة وعلاقات العمل وضغوطه.

# أخيرا..

□ يقول احد مشاهير الاعلام والاتصال: «الاکثر اهمية ليس الذي تم عرضه على الجمهور، بل ذلك الذي لم يتم عرضه».





٧ / نظرية الاستخدامات والاشباع

**Uses and gratification theory**

# مفهوم النظرية

- تعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد اعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.
- تأسيس نموذج الاستخدامات والاشباعات جاء كرد لمفهوم: "قوة وسائل الاعلام الطاغية".
- لم يعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري.
- يختار الافراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها و نوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و الاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة.

# احتياجات الجمهور التي تفترضها النظرية

تم ربط استخدام وسائل الاعلام بإشباع الحاجات الخاصة للجمهور **هذه الاحتياجات هي:**

1. استخدام وسائل الاعلام للترفيه والتسلية: من خلال استخدام وسائل الاعلام مباشرة (افلام ومسلسلات) أو من خلال التحدث عنها.
2. استخدام وسائل الاعلام وقت الفراغ وكرفيق عند الشعور بالوحدة.
3. استخدام وسائل الاعلام للتوضيح وسيلة تعلم أو معرفة لما يجري في المجتمع (أخبار- الطقس .....).
4. استخدام وسائل الاعلام للبحث عن الاخبار.

□ هذه الاحتياجات الاربعة متداخلة ويتم الحصول عليها من أي محتوى أو وسيلة اعلامية.



[http://www.youtube.com/watch?v= dSM3tmfDnA](http://www.youtube.com/watch?v=dSM3tmfDnA)