

## المحاضرة الاولى: ماهية النظريات الاتصالية الاعلامية

### مفهوم نظريات الاتصال الجماهيري الإعلامية

نظريات الاتصال الجماهيري هي مجموعة من الأطر الفكرية والنماذج التي تفسر كيفية تفاعل وسائل الإعلام مع الجمهور، وكيف تؤثر في تشكيل الرأي العام، والسلوك الاجتماعي. تهدف هذه النظريات إلى فهم طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع، وكيف تنتقل الرسائل الإعلامية وتؤثر على المتلقين.

### نشأة نظريات الاتصال الجماهيري

ظهرت نظريات الاتصال الجماهيري مع بدايات القرن العشرين، مع تزايد دور وسائل الإعلام مثل الصحف والراديو، خاصة خلال الحربين العالميتين. كان الاهتمام موجّهًا لفهم كيفية استخدام الإعلام في تشكيل الأفكار والدعاية. بدأت النظريات الأولى بالتركيز على قوة وسائل الإعلام وتأثيرها المباشر، ثم تطورت لاحقًا لتشمل جوانب معقدة من التفاعل بين الإعلام والجمهور.

### سبب وجود النظرية

١. فهم التأثير الإعلامي: الحاجة لفهم كيف تؤثر وسائل الإعلام في تشكيل الوعي، القيم، والسلوكيات.

٢. توجيه السياسات الإعلامية: توفر النظريات إطارًا لصناع القرار لفهم تأثير الإعلام وتوجيه استخدامه بطرق مسؤولة.

٣. التطور التكنولوجي: مع ظهور تقنيات جديدة، أصبح من الضروري تطوير نظريات تعكس التغيرات في الاتصال الجماهيري.

٤. تحليل الظواهر الاجتماعية: الإعلام يلعب دورًا محوريًا في الأحداث الاجتماعية والسياسية، مما يستدعي تفسير هذه الظواهر من خلال النظريات.

توجه النظريات:

تقسم النظريات الاتصالية في مجال الاعلام الى نظريات تدرس الجمهور ونظريات تدرس الوسيلة الاعلامية من حيث التأثير والمعالجة، مثال ذلك: نظرية التأثير الاعلامي تدرس الوسيلة الاعلامية، بينما نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام تدرس الجمهور.