

المحاضرة الاولى

اعداد

م.م منتظر حسين عبد علي

نظريات تأثير وسائل الاتصال

المقدمة

منذ نشوء وسائل الاتصال الجماهيري في بدايات القرن العشرين، تساءل الباحثون

هل يمتلك الإعلام سلطة فعلية على عقول الناس وسلوكهم؟

وقد جاءت نظريات التأثير الإعلامي لتجيب على هذا السؤال عبر مراحل متعددة
ففي البداية، كان يُعتقد أن الإعلام قوي التأثير، ثم اكتُشف لاحقاً أن التأثير محدود ويعتمد على عوامل عدة
ومع الثورة الرقمية، عادت الأسئلة حول مدى قوة وسائل الإعلام في توجيه الجمهور وصنع القناعات

مفهوم تأثير وسائل الاتصال

يُعرّف التأثير الإعلامي بأنه

مجمّل التغييرات المعرفية أو الوجدانية أو السلوكية التي تُحدثها الرسائل الإعلامية في الأفراد أو الجماعات"
(McQuail, 2010)

ويشمل هذا التأثير تغيير الآراء والمواقف، أو تشكيل الاتجاهات، أو إثارة السلوك الجماعي، أو حتى خلق الوعي الاجتماعي
والسياسي

تطور نظريات التأثير الإعلامي

مرت نظريات التأثير بثلاث مراحل تاريخية رئيسة:

1. مرحلة التأثير القوي – (Strong Effects) من عشرينيات إلى أربعينيات القرن العشرين.
 - أبرز نظرياتها: الرصاصة السحرية والتلقين المباشر.
 - كانت تفترض أن الجمهور سلبي ويتأثر فوراً بالرسائل الإعلامية.
2. مرحلة التأثير المحدود – (Limited Effects) من خمسينيات إلى ستينيات القرن العشرين.
 - أبرز النظريات: التدفق ذو الخطوتين والاستخدامات والإشباع.
 - رأت أن العوامل الاجتماعية والشخصية تحدّ من تأثير الإعلام.
3. مرحلة التأثير المعتدل أو المتغير – (Moderate/Negotiated Effects) من السبعينيات حتى اليوم.
 - أبرز النظريات: الغرس الثقافي، ترتيب الأولويات، دوامة الصمت، التآطير.
 - اعتبرت أن التأثير الإعلامي مستمر وتراكمي، يتشكل مع مرور الوقت.

أهم نظريات التأثير الإعلامي

نظرية الرصاصة السحرية (The Magic Bullet Theory)

- تفترض أن الرسائل الإعلامية تعمل مثل "رصاصة" تخترق عقول المتلقين مباشرة
- ظهرت في أعقاب الحرب العالمية الأولى متأثرة بالدعاية السياسية
- مثال تطبيقي: إذاعة "حرب العوالم" عام 1938 التي تسببت بذعر جماعي في أمريكا

نقدها

اعتبرت الجمهور كتلة متجانسة وغير قادرة على التفكير النقدي، وهو ما ثبت خطؤه لاحقاً

نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory)

- الجمهور **نشط** يسعى لاستخدام وسائل الإعلام لتحقيق حاجاته النفسية والاجتماعية
- (1974) طُورت في السبعينيات على يد **كاتز ويلومر وغوريفيتش**
- ماذا يفعل الناس بالإعلام؟ وليس ماذا يفعل الإعلام بالناس؟: تركز على سؤال

أمثلة

- للترفيه والتعبير عن الذات YouTube و TikTok استخدام الشباب لتطبيقات
- متابعة الأخبار للحصول على معلومات سياسية محددة

نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)

- وترى أن التعرض الطويل للمحتوى التلفزيوني يُشكل تصورات الناس عن (1976) وضعها جورج غيرنر الواقع
- الجمهور يبدأ برؤية العالم من خلال الصور التي يقدمها الإعلام

مثال

المبالغة في عرض العنف في الدراما تجعل الناس يعتقدون أن المجتمع أكثر عنفاً مما هو عليه فعلاً

نظرية ترتيب الأولويات (Agenda-Setting Theory)

- وتؤكد أن الإعلام لا يخبر الناس بماذا يفكرون بل بما يجب أن يفكروا (1972) طورها ماكومبس وشو فيه

- أي أن ترتيب الموضوعات في نشرات الأخبار يجعل الجمهور يعتقد أن هذه القضايا هي الأهم

مثال

عندما تركز القنوات العراقية على مواضيع الفساد أو البطالة، يصبحها الجمهور من أهم القضايا الوطنية

نظرية دوامة الصمت (Spiral of Silence Theory)

• (1974) قدمتها إليزابيث نويل نيومان

- تقول إن الأفراد يخشون العزلة الاجتماعية، لذا يفضلون الصمت عندما يشعرون أن رأيهم مخالف للرأي العام السائد

مثال

في وسائل التواصل الاجتماعي، يتجنب البعض إبداء آرائهم السياسية خوفاً من الانتقادات أو الهجوم

نظرية الغرس الرقمي والإعلام الجديد (Digital Cultivation and New Media Effects)

- هي تطوير حديث لنظرية الغرس الثقافي في ظل الإعلام الرقمي

- ترى أن الاستخدام المفرط لمواقع التواصل يخلق تصورات جديدة عن الواقع الاجتماعي والسياسي، قد تكون مشوهة أحياناً

مثال

في تويتر سابقاً يجعل المستخدم يعيش في "فقاعة معلوماتية" تحدد رؤيته للعالم "X" الاعتماد الكبير على الأخبار

المراجع الأكاديمية

1. McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.). Sage Publications.
2. Baran, S. J., & Davis, D. K. (2020). Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (9th ed.). Oxford University Press.
3. Bryant, J., & Oliver, M. B. (2009). Media Effects: Advances in Theory and Research (3rd ed.). Routledge.
4. Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and Gratifications Research. Public Opinion Quarterly, 37(4), 509–523.
5. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process. Lawrence Erlbaum Associates.