

1- نظرياً للتأثير المباشر :- (وتسمى نظرية الحقنة تحت الجلد او نظرية الرصاصة السحرية)

(سادتاً هذه النظرية خلال العقود الاولى من القرن العشرين نظرة ترى ان لوسائل الاتصال الجماهيري نفوذاً وقدرة على احداث التأثير بصورة مباشرة على اساس ان الرسالة تشكل عنصراً قوياً في ذلك التأثير كم ان افراد الجمهور سلبيين في تعرضهم للوسائل وفي تعاملهم مع المضمون ولهم الاستعداد لتقبل الافكار والمعاني بمجرد وصولها اليهم .) 6

2- نظرية الاستخدامات والشباعات :-

(وتسمى نظرية الاستعمالات والرضا)

(تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وهي ترى ان الجماهير فعالة في انتقاء افرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الاعلام وهي جاءت كرد فعل لمفهوم قوة الاعلام الطاغية) 7 .

3- نظرية انتشار الابتكارات :-

(وهي تفترض ان تدفق الاتصال يتم على مراحل وهو يسمح بالمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال اذا انه يرى ان تدفق المعلومات ينساب عبر افراد عديدين وان قنوات الاتصال تكون الكثر فعالية في زيادتها المعرفة حول المبتكرات .) 8

4- نظرية الانماء الثقافي :- وتسمى ايضاً بالغرس الثقافي

(ظهرت هذه النظرية في امريكا خلال عقد السبعينيات كمنصور جديد لدراسة اثر وسائل الاعلام تقول هذه النظرية ان مداومة التعرض للتلفاز ولفترات طويلة ومنظمة تنمي لدئ المشاهد اعتقاداً بان العالم الذي يراه على شاشة التلفاز ان هو الاصورة من العالم الواقعي الذي يحياها، وهذه النظرية مرتبطة بالجهود التي طورها الباحث الامريكي جورج جرينر) 9

5- نظرية التبعية (الاعتماد على وسائل الاعلام) :-

(محور هذه النظرية ان الجمهور يعتمد على معلومات ووسائل الاعلام ليحقق حاجاته ويحصل على اهداف معينة والنقطة الهامة في هذه النظرية بان وسائل الاعلام ستؤثر في الناس الى درجة التي فيها يعتمدون على معلومات تلك الوسائل، وتركز هذه النظرية على العلاقات بين النظم المعلومات الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها .) 10

رابعاً :- نظرية الحتمية التكنولوجية :-

ترجع هذه النظرية الى جهود العالمان مارشال ماكلوهان وهاورد انيس حيث ركزافي تحليل عملية الاتصال على التكنولوجية المستعملة في وسيلة الاتصال التي تفرض هيمنتها في كل مرحلة تاريخية، حيث عد ماكلوهان (الوسيلة هي الرسالة) (ان مضمون أي وسيلة هو دائماً وسيلة أخرى ، حيث يرى ان مضمون الاتصال غير ذي علاقة بالتأثير ، فالذي يجعل هناك فرقاً في حياة الناس انما هي الوسائل السائدة في عصرها ما وليس مضمونها) 11

خامساً :- نظرية ترتيب الاولويات :- (وضع الأجندة)

ترجع اصول هذه النظرية (لبحوث ترتيب الاولويات الى والتر ليبمان من خلال كتابه بعنوان الري العام حيث يرى ليبمان ان وسائل الاعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير وفي كثير من الاحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير وتعمل وسلئل الاعلام على تكوين الري العام من خلال قضايا التي تهتم المجتمع ، وقد تم تجاهل هذه النظرية تماماً في الاربعينات والخمسينيات من القرن العشرين .) 12

سادساً :- نظرية دوامة الصمت :-

(طروت هذه النظرية الباحثة الالمانية اليزابيث نويل نيومان عام 1974 ، تعتمد هذه النظرية على افتراض رئيسي فحو هان وسائل الاعلام حين تتبنى اراء او اتجاهات معينة خلال فترة من الزمن فان معظم الافراد سوف يتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الاعلام ، وبالتالي يتكون الرأي العام بما يتسق مع الافكار التي تدعمها وسائل الاعلام .) 13

سابعاً :- نظرية مؤسس الثقافة :-

وهي تعود الى افكار أ. مؤسس التي تعد طرماً متميزاً حول العلاقة بين وسائل الاتصال والمجتمع ، ويرى (صاحبها بان وسائل الاتصال تحول الثقافة عن طريق ما يسمى (بالثقافات) او الفسيفساء الثقافية ، حيث تنتقل الثقافات من المبدعون العلماء ، الادباء ، الفنانون ، الذين يخترعون الافكار الجديدة المعبر عنها بالثقافات تنتقل لاحقاً لمختلف الجماعات وتشمل قائمة لا متناهية تبدأ بوصفة طبخ وتنتهي باعقد الاكتشافات العلمية ويمثل كل ذلك قاعدة جماهيرية حيث تلعب وسائل الاتصال دوراً كبيراً في الثقافة الحديثة) 14

(تقوم هذه النظرية على فكرة التباين الموجود بين الافراد والجماعات في المعرفة واثر التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية في زيادة او خلق هذا التباين، وعرفت هذه النظرية من خلال الفروض التي وضعها تيتسينيور ووزملاؤا ويرون فيما ان تزيد انسياب المعلومات في النظام الاجتماعي والاقتصادي الأعلى نواتي تميل الى اكتساب المعلومات اكثر وبين الفئات ذات المستوى الأقل.) 15

الخاتمة:-

ان صناعة القرار للقاءم بالاتصال او للفرد والمجتمع عملية معقدة تشترك فيها العديد من العوامل والمتغيرات والاتجاهات والقيم سوى للفرد او المجتمع، والتي تساهم في مجموعها في اعطاء الصورة الحقيقية لصناعة القرار ولأن عالم اليوم هو عبار عن قرية صغيرة يمكن فيها للمتلقي التاثر والتأثير في في صناعة القرار ورسم الواقع المتخيل بفضل التكنولوجيا الحديثة والمحدثا والتي ساهمت في التأثير الكبير في وسائل الاعلام والاتصال على المتلقين (الفرد او المجتمع)، وبذلك اصبح لابد من القائمين عليها والدارسين لها من وضع الاسس والنظريات المفسرة لسلوك هذه الوسائل وتأثيرها على المتلقين في احداث التغيير المطلوب لصالح القائم بالاتصال، ومن ثم فان صناعة القرار لكلا طرفي عملية الاتصال تأخذ شكل سيناريو في ثلاث مشاهد مفترضة :-

المشهد الاول:-

--- تكون السيطرة لوسائل الاعلام على المتلقي بشكل مباشرة من خلال اثاره الخوف لديه من المجهول المتوقع، وكذلك استعمال الاثارة الموقته في تلبية حاجات ضرورية له .

--- المتلقي يكن منعزل ، مسلوب الاراداً يعاني من ضعف العادات والتقاليد والاعراف .

--- يتسلم المتلقي المعلومات بشكل فردي ورد الفعل لديه فردي ايضاً .

--- صناعة القرار تكون مرتبطة بوسائل الاعلام واهدافها بشكل مباشر .

--- نظرية الرصاصة السحرية والمجتمع الجماهيري و دواماً او لولب الصمت هي المعتمدة في رسم صورة المشهد هذا.

المشهد الثاني:-

--- تكون السيطرة لوسائل الاعلام على المتلقي بشكل انتقائي حيث تقدم رسائلها الى المتلقي وتستقبل ردود الافعال بشكل انتقائي ويرجع ذلك الى اختلاف الافراد فيما بينهم في العادات والاعراف والتقاليد .

--- المتلقي فيها ليس منعزل بل اجتماعي ويأثر في الاخرين وبذلك يجب على وسائل الاعلام ادراك حاجات ورغبات المتلقين وتقديمها اليهم من غير استخدام اسلوب الاثارة الرخيصة .

--- يتسلم المتلقي المعلومات بشكل فردي وجماعي ورد الفعل لديه فردي وجماعي .

--- صناعة القرار تكون مشتركة بين وسائل الاعلام والمتلقي ويمكن ترجيح احدهما على الاخر حسب قوة الرسالة ومدى ذكاء المتلقي .

--- نظرياً الاستخدامات والاشباع و انتشار المبتكرات هي المعتمدة في رسم صورة هذا المشهد .

المشهد الثالث:-

--- تكون السيطرة للمتلقين على وسائل الاعلام من خلال استخدامات المتلقين لهذه الوسائل ومدى اعتماد الفرد عليها وذكائه في معرفة كيفية استخدامها وبذلك تكون هناك علاقة تفاعلية بين المتلقي ووسيلة الاتصال .

---- صناعة القرار تكون مشتركة بين وسائل الاعلام والمتلقي ويمكن ترجيح احدهما على الاخر حسب قوة الرسالة ومدى ذكاء المتلقي.

--- يتسلم المتلقي المعلومات بشكل فردي وجماعي ورد الفعل لديه فردي وجماعي.

--- نظرياً الفرس الثقافي ووترتيب الاولويات والفجوة المعرفية هي المعتمدة في رسم صورة هذا المشهد.

وبذلك نجد ان هذه النظريات تحاول الاجابة عن سؤال اواشكالية صناعة القرار مع الاهتمام بالعوامل الاخرى المتعلقة بالمرسل والرسالة والوسيلة ورجع الصدى ان الفهم الواعي لهذه النظريات يؤدي الي نجاح عملية الاتصال .

المصادر :-

- 1- د. عبد الحميد ، محمد،الاتصال في مجالات الابداع الفني الجماهيري بعالم الكتب،ط1، 1993، ص25.
- 2 - د. عبد الحميد ، محمد ،البحث العلمي في الدراسات الاعلامية،عالم الكتب،ط1،2000،ص18
- 3 - د. عماد مكاوي ، حسن ، نظريات الاعلام ، الدار العربية للنشر والتوزيع،ط1، 2007، ص129
- 4- د.دليو، فضيل،الاتصال،دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2003، ص27
- 5- د.دليو، فضيل ،المصدر السابق، ص28.
- 6- د.الهييتي ،هادي نعمان،الاتصال الجماهيري المنظور الجديد،دار الشؤون الثقافية،ط1، 2006، ص78.
- 7 - د. عماد مكاوي، حسن ،المصدر السابق،ص156.
- 8- د.حسين السيد ،ليلي د. عماد مكاوي ،حسن،الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، ص254.
- 9- د.حسين السيد ،ليلي د. عماد مكاوي ،حسن،المصدر السابق، ص299.
- 10- د. خليل ابو اصبع، صالح ،الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة،دار المجدلاوي لنشر والتوزيع ،ط5، 2006، ص162.
- 11- د. خليل ابو اصبع، صالح ،المصدر السابق،ص157.
- 12- د. عماد مكاوي، حسن ،مصدر سبق ذكره ،ص190.
- 13- د.حسين السيد ،ليلي د. عماد مكاوي ،حسن،مصدر سبق ذكره،ص279.
- 14- د.دليو، فضيل ، مصدر سبق ذكره ، ص39.

5 -- د. حسن كامل : محمود، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2003، ص283.

[rafeda'eel_\(at\)_yahoo.com](mailto:rafeda'eel_(at)_yahoo.com)

زيارة الصفحة الأصلية من الموضوع