

جامعة الجزائر 03

كلية علوم الاعلام والاتصال

قسم الإعلام

د. نبيح أمينة

ملخصات الأعمال الموجهة الخاصة بمقياس نظريات الاعلام والاتصال

السنة الثالثة

الفوج 16-17

عدد الدروس المتبقية 3 وعليه سوف أقدم ملخص لكل درس على حدى

عنوان المحور 04 : نظريات التأثير في بعدها الجماهيري

الموضوع 01: نظريات التأثير المباشرة: تم التطرق لهذا الدرس

الموضوع 02- نظريات التأثير غير المباشرة

الملخص كالاتي:

تركز هذه النظريات على النتائج الحالية التي تقع في نفس الفترة والى الان لم يتم التوصل لوسائل متقدمة ومتطورة للتعرف على النتائج غير المباشرة وبعيدة المدى لوسائل الاعلام، هذه النظريات تركز على النتائج الحالية التي تقع في نفس الفترة ومن نظريات التأثير غير المباشر التي تعتمد عليها نظريات التأثير الاعلامي في هذا المجال نحد:

- نظرية الاستخدامات والاشباكات: تعد هذه النظرية مهمة جد والاكثر استخداما ، ويعد "الياهو كاتز" أول من وضع اللبنة الأولى في مدخل الاستخدامات والاشباكات في مقال له بكتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري ل " كاتز وبلومر" عام 1974 حيث تاخ هذه النظرية أن المتلقي هو نقطة البدء بدلا من الرسالة فتقوم بشرح سلوك المتلقي الاتصالي من خلال تجربته المباشرة مع وسائل الاعلام بدلا من التصرف سلبا نحوها

- نظرية ترتيب الاولويات او الاجندة: يمكن تعريفها على انها العملية التي من خلالها تحدد وسائل الاعلام، بماذا نفكر وحول وحول ماذا نقلق، حيث أن أول من لاحظ هذه الوظيفة هو " والتر ليبمان" في العشرينيات من القرن الماضي، فيعد أن وسائل الاعلام هي التي تعمل على خلق الصور في أذهاننا ورد فعل الجمهور يكون اتجاه تلك الصور الذهنية وليس اتجاه الأحداث الفعلية، فالأجندة هدفها إعادة صياغة الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بالجمهور

الى نموذج بسيط قبل ان يتعامل معها، ويعود أصل النظرية لبحوث "ليبمان" من خلال كتابه "الرأي العام 1922".

- نظرية الاعتماد المتبادل: تقوم هذه النظرية في التأثيرات المحدودة في المتلقي مثل التأثيرات السلوكية والوجدانية والمعرفية ، وهذا التأثير يرتبط مدى استطاعة الوسيلة الاعلامية في نقل محتواها بشكل جيد وجذاب بالنسبة للجمهور المتلقي مرتبطا ببئة المتلقي ، وتقوم هذه النظرية دورة كاملة ما بين المرسل والمستقبل من خلال التغذية الراجعة ، فالوسيلة الاعلامية ترسل المعلومة بطريقة محددة للمتلقي ، والمتلقي يتعرض لتلك المعلومة فإما يتأثر بها أو لا ، فالتأثيرها يزيد من تأثيرها بين أفراد المجتمع ومن هنا تأخذ الوسيلة الاعلامية تأثيرها السلوكي والوجداني والمعرفي لدى المستقبل لتصبح ماثرة فيه.

الموضوع الثالث: مرحلة التأثير المباشرة

الملخص كالآتي:

جاءت نظرية التأثير المحدود لوسائل الاعلام بعد سقوط نظريات التأثير القوي لوسائل الاعلام على الافراد وقد جاءت بمسلمات نفسية واجتماعية مختلفة تماما عن تلك المسلمات والافتراضات التي استند إليها من قبل بشأن طبيعة العلاقة بين الأفراد ووسائل الاتصال الجماهيرية ومن أهم نظرياتها نجد:

- نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين: فجوى النظرية أن قادة الرأي في المجتمع يستقبلون المعلومات من وسائل الاعلام والاتصال ، ويقوم هؤلاء بتمريرها على زملائهم أو أتباعهم . في بداية الأربعينيات من القرن الماضي بدأ الباحثون في الولايات المتحدة يتحدثون عن التدفق الاعلامي على مرحلتين حيث تمر الرسالة الاعلامية قبل وصولها الى أفراد المجتمع على قادة الرأي ومن ثم الى الأفراد العاديين الأقل نشاطا ، وقد ظهرت هذه النظرية نتيجة لدراستين قام بهما لازرسفيلد وزملاؤه. دراسة حول نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1940، وكان من أهم نتائجها أن قادة الرأي كان لهم الاثر الاكبر في اتجاهات الناخبين اكثر من الاثر الذي كان متوقعا ان تحدثه وسائل الاعلام الجماهيرية، وفسر الباحثون هذه النتيجة ان الرسائل الاعلامية لم تك ذات تاثير مباشر في الناخب وانما يكون التأثير عبر متغير وسيط هم قادة الراي نظرية انتشار المبتكرات: جاءت هذه النظرية على يد "ابفرت روجرز" بحيث ركز على كيفية تبني الجمهور للمستحدثات أي كل الابتكارات الجديدة وفي كل المجالات ، حيث صب اهتمامه على

تحديث المجتمع الريفي الأمريكي ، وجعله مواكبا للتغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي جعلت من الـ 0 م ا قوة عظمى بعد الحرب العالمية الثانية

الموضوع الرابع: نظريات التأثير المعتدل

الملخص كالآتي:

- نظرية ترتيب الاولويات: تهتم بحوث ترتيب الاولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الاعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد اولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهتم المجتمع ، ويرى صاحب النظرية " وولتر ليبمان " ان دور وسائل الاعلام يساهم في ترتيب الاولويات عند الجمهور، واتها قادرة على التأثير في الجمهور من خلال تركيزها على قضايا معينة تطرحها على المتلقين لوسائل الاعلام ليتخذوا منها مواقف معينة.

- نظرية الغرس الثقافي: يعرف الغرس الثقافي بانه زرع وتنمية مكونات معرفية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لها وقد اصبح مصطلح الغرس منذ منتصف السبعينات من القرن العشرين يرتبط بالنظرية التي تحاول تفسير الاثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الاعلام وبخاصة التلفزيون وترجع اهمية التلفزيون وتفردته عن غيره من وسائل الاتصال لشيوع وجوده في المنازل وسهولة التعرض له كما يساهم في تنشئة الاطفال بدرجة لا تحدث مع الوسائل الاخرى ، ومن بين اهم فرضياتها ان التلفزيون يعتبر وسيلة فريدة للغرس.