

## المحاضرة السابعة والعشرون: نظريات في الاتصال

نظرية الرصاصة:

أطلقت على هذه النظرية عدة مسميات من أهمها نظرية الرصاصة أو الطلقة السحرية Magic Bullet theory أي أن الرسالة الإعلامية قوية جداً في تأثيرها، وشبهت بالطلقة النارية التي إذا صوبت بشكل دقيق لا تخطأ الهدف مما كانت دفاعاته كما سميت بنظرية الحقنة أو الإبرة تحت الجلد (Hypodermic needle) وشبهت الرسالة هنا بالمحلول الذي يحقن به الوريد ويصل في ظرف لحظات إلى كل أطراف الجسم عبر الدورة الدموية ويكون تأثيره قوي ولا يمكن الفكك منه.

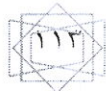
وتعني هذه النظرية أن الفرد يتأثر بمضمون الوسيلة الإعلامية تأثيراً تلقائياً ومباشراً، كما يرى أصحاب هذه النظرية أن وسائل الإعلام لها تأثير قوي ومباشر على الفرد والمجتمع يكاد يبلغ حد الهيمنة، وهذا التأثير قوي وفعال مثل الرصاصة، ولا يفلت منه أحد، وكما نرى أن تأثيرها قوي وسريع ومباشر مثل تأثير رصاصة البندقية إلا ان أثرها قصير المدى.

### نظرية التأثير التراكمي

يرى أصحاب هذا النوع من النظريات ان تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة وإنما بعد فترة زمنية طويلة من خلال تراكم المتابعة الإعلامية، حيث يرون أن العرض الهائل للأفكار المبتوثة عبر وسائل الإعلام تؤثر بشكل ملحوظ على المتلقي على مر الزمن\*.

\* في كل نظرية يتم الاستعانة بأمثلة تطبيقية ونبين مدى انطباقها على البرامج التي تبثها القنوات الفضائية أو وسائل الاتصال الاجتماعي ثم

نطبقها على الجمهور العراقي وكيف يجري استثمارها سلباً أو إيجابياً.



ومن أمثلة هذا النوع نظرية دوامة الصمت التي تقوم على فرضية: أن قيام وسائل الإعلام بعرض رأي الأغلبية، يقلل من أفراد الرأي المعارض، وتأثير هذه النظرية بطيء وطويل المدى، إلا أن أثرها كبير وكبير جداً.

### نظرية التطعيم أو التلقيح

ويمكن وصف هذه النظرية بأنها غرس تديجي لما ينتقل عبر وسائل الإعلام، حيث يتأثر المتلقي دون إدراك ووعي بما تعرضه وسائل الإعلام بشكل متواصل، فيصاب بنوع من التبدل وعدم الإحساس، فتكرار المناظر الفاضحة عبر هذه الوسائل يصنع في نفوس الناس شيئاً من اللامبالاة تجاه ما يرى في المجتمع من تبرج وفضائح، ونظرية التطعيم أو التلقيح هي جرعات من القيم الفكرية تجعل الأمور عادية وبديهية ومألوفة.

### نظرية التأثير على مرحلتين:

ويقصد بهذه النظرية انتقال المعلومات أو الأفكار على مرحلتين من خلال تلقي الناس لمعلومات التي تبثها وسائل الإعلام ومن خلال تفسيرات قادة الرأي لهذه المعلومات، ففي السابق كان يظن أن لوسائل الإعلام التأثير المطلق في المتلقي، إلا أن هذه النظرية تبث عكس ذلك، فالرسائل تنتقل من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي ومن ثم إلى الجماهير، فالإعلام المباشر قد لا يؤثر فينا أو يكون تأثيره محدود، وعلى العكس من ذلك إذا انضم له قادة الرأي الذين لديهم النفوذ المادي والمعنوي الذي يفسر الرسائل الإعلامية بالطريقة التي يراها، على أساس تكوينه الثقافي، وهذه النظرية تظهر بوضوح في الحملات الانتخابية.