

الفصل الثاني

نظريات تأثير وسائل الاتصال الجماهيري

قدمنا في الفصل السابق رؤية الباحثين لتعريفات الاتصال ، ووظائفه وانماطه ومستوياته ومكوناته والتي كانت نتيجة للبحوث والدراسات العلمية التي اجريت في هذا الميدان ، والتي لم تقتصر على بيان عناصر الاتصال وانما تعدى ذلك الى توضيح وتفسير علاقاتها المتشعبة بغيرها من الظواهر الاجتماعية الاخرى .

وقدمت نتائج هذه البحوث اطاراً معرفياً كبيراً اجتهد الكثير من الباحثين في صياغته في نماذج ونظريات تنظم عرض هذه المعرفة في مجالات الاتصال المختلفة ، وقبل التطرق الى مفهوم نظريات الاتصال لابد هنا من الاشارة الى مفهومي النظرية والنموذج وبيان العلاقة بينهما .

اولاً :: مفهوم النموذج

يعرف النموذج بانه ((محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي

تصنع حدثاً او نظاماً معيناً في شكل رمزي)) ، فالنماذج هي ادوات ثقافية تساعدنا على فهم أي ظاهرة او نظام وادراك العلاقات والصلات بين العناصر الاساسية في تلك الظاهرة او ذلك النظام .

والنموذج ((بناء شكلي او صوري او رياضي ، للعلاقة بين العناصر والمتغيرات التي نقوم بدراستها ، وذلك للاسهام في تبسيط المعرفة وتنظيمها وشرح الظواهر العلمية ومساعدة الباحثين على التفسير والتوقع)) .

كما يعرف النموذج بانه ((اداة تصويرية يوفر اطاراً للافتراضات تتحدد في نطاق المتغيرات الهامة)) ، والنماذج المثالية او الاساسية تتطوي على خطوات متتابعة تقوم على تصور الظروف التي استمدت منها او قامت على اساسها .

ويبحث النموذج في تحديد العناصر الأساسية لاي بناء او عملية ، والعلاقة بين هذه العناصر ، او هو اعادة تقديم هذا البناء ليكون دليلا لتحليل العناصر والعلاقات بينها .

ويمكن تقديم النماذج في اشكال عديدة تحقق الهدف النهائي وهو تبسيط المعلومات الخاصة بالظاهرة او النظام ومنها النماذج اللفظية او الاحصائية او الرسوم او الصور او المجسمات او غيرها .

ويمكن ان تصنف النماذج بشكل عام تحت فئتين رئيسيتين هما :

١. النماذج البنائية التي تظهر الخصائص الرسمية للحدث او الشي ، اي المكونات وعدد وحجم وترتيب الاجزاء المنفصلة للنظام او الظاهرة التي نصفها .
٢. النماذج الوظيفية التي تحاول ان تقدم صورة طبق الاصل للاسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام ، وهي نماذج تشرح طبيعة القوى او المتغيرات التي تؤثر على النظام او الظاهرة .

ويطرح سيفرين المعايير الاتية لتقييم النموذج وتحديد صلاحيته لتحقيق وظائفه :
. مدى امكانية تعميم النموذج عن طريق كفاية بياناته التي تحقق الهدف من صياغته .

. مدى فائدة النموذج وامكانية المساعدة على التفسير والتوجيه واكتشاف علاقات او حقائق او طرق جديدة .

. مدى اهمية النموذج في ميدان البحث وقدرته في المساعدة على التنبؤ واتفاقه مع مرحلة التطور في هذا الميدان .

. مدى دقة المقاييس التي يمكن تطويرها من خلال النموذج .

وظائف النماذج

١. الوظيفة التنظيمية : النموذج هو محاولة لاعادة خلق العلاقات التي يفترض

وجودها بين الاشياء او القوى التي ندرسها ، وذلك في شكل مادي او رمزي ،

ولا يستطيع الفرد بسهولة ان يصف عملية الاتصال التي تتغير باستمرار ،

ولكن النموذج بتجميده للعملية يوفر اطارا يسمح للدارس بعزل المتغيرات الهامة ووصف دورها في العملية كلها ، كذلك فانه يساعد على اعادة بناء او تشييد الحدث او الظاهرة وتحديد عناصرها .

من مزايا النماذج اذن ، اعادة تقديم الخصائص الرئيسة للنظام الذي نخضعه للملاحظة ، فبامكاننا عن طريق النماذج ان نضع عددا كبيرا من المتغيرات في تكوين واضح وربط تاثيرات تلك المتغيرات ببعضها البعض بطرق شديدة التعقيد ، ومحاولة استنتاج طبيعة التفاعل بينها ، مما يضمن عدم تجزئة الاحداث التي يتم دراستها .

فضلا عن ذلك يمكن ان نشير الى الميزة التوضيحية للنموذج فمصمم النموذج يضطر لتحديد المتغيرات وربطها ببعضها بدقة ، قد يستحيل على الكاتب ان يحققه بسبب مستلزمات اساليب الكتابة الفعالة ، فالاشكال الهندسية او الرسوم البيانية او الوصفات قادرة على ان تتقل الجوانب السيكلوجية التصويرية للظواهر بسرعة وسهولة وشفافية كبيرة .

ويمكننا ان نقول بشكل عام ان اول هدف للنموذج هو فهم الاحداث والعلاقات بينها وذلك عن طريق تنظيم المعلومات المتوافرة ، فالنماذج العلمية تساعد على فهم النظم والاحداث المعقدة ، وتوفر اطارا نستطيع من خلاله ان نجري التجارب كذلك فانها تساعدنا على رؤية العلاقات الجديدة .

٢. **الوظيفية التطويرية** : تساعد النماذج على تطوير الابحاث العلمية في مجال علم الاتصال كونه من العلوم الحديثة ، فالنماذج تجعل نظريات الاتصال ابسط واسهل في الفهم .

والنموذج يصور او يقدم افكار الشخص الذي قام ببنائه عما يعتقد انه المتغيرات الهامة في العملية في شكل يُمكن القارى من تحليل الاسلوب الذي تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات ، كذلك يوضح النموذج للباحث أي متغير من تلك المتغيرات يمكن تجاهله ، ويمكن تصوير مهمة تشجيع القيام بابحاث اضافية في نموذج لفظي مصور .

٣. **وظيفة التنبؤ** : هناك علاقة قوية بين الفهم والتنبؤ ، فالتنبؤ مبني على الفهم كما ان الفهم هو نقطة البداية التي ننفذ منها الى المجهول ، وذلك لاننا بعد ان نفهم ظاهرة ما فهما مبدئيا ، أي بعد ان نتصور وجود علاقة وظيفية بينها وبين احداث او مكونات معينة ، فاننا سنحاول ان نستفيد من النتائج التي حصلنا عليها ، أي نستنتج من العلاقة الوظيفية التي اكتشفناها نتائج اخرى ، او نحاول ان نطبق التعميم الذي وصلنا اليه على مواقف جزئية اخرى غير تلك التي اكتشفناها كي يتم الاستفادة من التنبؤ ، فهو مبني على تطبيق القاعدة . او بمعنى اخر تصور النتائج التي يمكن ان تترتب على استخدامنا للمعلومات التي توصلنا اليها في مواقف جديدة ، وان هذا التنبؤ سيساعد من ناحية اخرى على زيادة الفهم بلا شك لان التنبؤ سيصبح جزءا من خطة التحقق التي نختبر بها صحة معلوماتنا ، فاذا ثبتت صحة تنبؤاتنا فان معنى ذلك ان المعلومات التي اقمنا التنبؤ على اساسها معلومات صحيحة فنحن عندما نتنبأ نقيم في الواقع علاقات جديدة ليس من السهل التحقق من وجودها فعلا بناء على معلوماتنا الماضية وحدها .

٤. **وظيفة التحكم** : وبعد الفهم والتنظيم والتنبؤ نصل الى الهدف الاخير من اهداف اقامة النماذج وهو التحكم فعن طريق تطوير المعرفة سيعمل الانسان على السيطرة على الظواهر اذ يستخدمها في صالحه . والاهداف الثلاث الاولى تخدم الهدف الاخير لان التحكم معناه معالجة الظروف التي تحدد حدوث الظاهرة بشكل يحقق لنا الوصول الى هدف معين ، وتزداد قدرتنا على التحكم كما زادت قدرتنا على التنبؤ فضلا عن ان قدر تحكمنا في الظواهر هو في الوقت ذاته اختبار لمدى صحة تنبؤاتنا وقدراتنا على فهم الظاهرة ، والتحكم في الظاهرة لن يتحقق باي شكل من الاشكال ما لم نكن قد سيطرنا على الظروف او المتغيرات التي تحدد حدوث الظاهرة . وخلاصة القول ان العلاقة بين التحكم والفهم هي علاقة وثيقة كذلك فان العلاقة بين التحكم والتنبؤ هي علاقة حتمية فلكي يتحقق أي تنبؤ مهما كان بسيطا يجب ان نتحكم في الظروف التي تحدد الظاهرة التي نتنبأ بها .

تلك هي الاهداف الرئيسية للنماذج ويمكن ان نقول ان المهتمين بالاتصال يحاولون ان يصمموا نماذج تتضمن المكونات الرئيسية لعملية الاتصال والعلاقة بين تلك المكونات او التفاعل بينها ، وقد رفض واضعوا نظريات الاتصال المبدأ الذي يقول ان الطبيعة مكونة من احداث او مكونات منفصلة عن احداث او مكونات اخرى بل ادركوا ان كل ظاهرة او نتيجة تسببها مؤثرات او متغيرات متعددة ، بعضها ظاهر وواضح والبعض الاخر ما زلنا نجهله ، فالعناصر او المكونات مرتبطة ببعضها البعض ومن هذا المفهوم يمكن القول ان جميع عوامل او مكونات الاتصال تتفاعل ويصعب الفصل بينها .

وقد احتلت النماذج مكانا بارزا في العلوم الاجتماعية لما تحققه من وظائف متعددة ولذا اتجه الباحثون في مجال الاتصال لعرض النظريات والتعميمات عبر النماذج التي تعمل على تبسيط المعرفة وتسهيل ادراكها بالنسبة للقارى .

ولكن مهما كانت دقة النموذج وصحته فانه يؤخذ عليه انه يعرض او يقدم عملية الاتصال في الحالة الساكنة ، اي انه حتى في النماذج الوظيفية لا تجسد حركة العناصر وتفاعلاتها مع بعضها ، فلا تعدو الا ان تكون مجرد شكل او صورة تحتاج الى مزيد من الشرح والتفسير لتجسيد العلاقات بين المتغيرات وحركتها وترتيب اهميتها لتجنب اغفال اي من العناصر او المتغيرات او اغفال تأكيد اهميتها .

ولذلك فاننا يجب ان نراعي عند قراءتنا لنماذج الاتصال الاعتبارات التالية :

١. ان كل نموذج يمثل فكرة مستقلة (نظرية او مبدأ) تتاثر بالدرجة الاولى باتجاه البحث والدراسة ، ولا يشترط في النموذج ان يكون جامعا مانعا لشرح عملية الاتصال بكل ابعادها وعلاقاتها .

٢. تعكس النماذج في علاقاتها ببعضها تطور النظرية في هذا المجال ، فغالبا ما نجد النموذج وقد تم بناؤه استكمالا لنموذج سابق ، راي فيه الباحث عدم كفايته او جوانب ضعف او قصور في تقديمه .

٣. وإذا كان هناك اتفاق في معظم النماذج على تحديد العناصر وعلاقتها ببعضها واتجاه حركة هذه العلاقات إلا أنه في مجال دراسة اتجاهات التأثير يفضل عدم الاكتفاء بنموذج واحد بل من الأفضل دراسة النماذج في إطار متكامل .

٤. إذا كانت النماذج الخاصة بعملية الاتصال من منظور علم النفس أو علوم اللغة تهتم بالدرجة الأولى بالاتصال المواجهي أو اتصال الجماعات الصغيرة ، وكذلك النماذج التي يقدمها علماء الاتصال بالجمهير تهتم بوسائل الإعلام وجماهير المتلقين بالدرجة الأولى ، فليس هناك ما يمنع من استخدام النماذج الأولى كقاعدة أولية لبناء نماذج الاتصال في عملية الاتصال بالجمهير والإعلام .

وهذا ما عكسه تطور عرض هذه النماذج عبر منظور الاتصال بالجمهير والإعلام الذي لا يعمل بمعزل عن إسهامات العلوم الاجتماعية الأخرى في مجالات الاتصال .

ويعد النموذج الخطي هو النموذج الأول في إيضاح عناصر الاتصال والعلاقة بين هذه العناصر وبعضها ، وهو الذي يعتمد عليه كثير من الباحثين في شرح عناصر الاتصال في إطار المفهوم اللغوي لكلمة اتصال ، أو في محاولة لتبسيط عرض هذه العناصر إذ تهتم بالدرجة الأولى باتجاه حركة العلاقات من المرسل إلى المستقبل أو الهدف من عملية الاتصال مع التركيز على الدور الذي يقوم به كل من المرسل والمستقبل في عمليات الترميز أو الإدراك أو تخزين المعلومات وتصنيفها بالنسبة للمستقبل ، وعلى الرغم من أن استخدام هذا النموذج وتوظيفه في بعض المواقف الاتصالية يعتبر محدوداً وارتبط بمرحلة النشأة في علوم الاتصال إلا أنه كثيراً ما يشار إلى استخدامه في مجالات أو مواقف اتصالية عديدة مثل بعض مواقف الاتصال الإداري أو التنظيمي أو التعليمي وكذلك الاتصال عبر وسائل الاتصال الجماهيري في مجالات عديدة .

ولا تقف عناصر هذا النموذج عند حدود العناصر الأربعة التقليدية بل يتعرض بالشرح والإيضاح إلى العمليات العقلية التي تسبق عملية الإرسال (عند المرسل) مثل اختيار المعاني المعبرة عن الفكرة ووضع هذه المعاني في رموز ثم الإرسال ،

وكذلك العمليات العقلية التي تلي الاستقبال مثل الاستجابة او الفعل وفهم وتخزين المعلومات لاستعادتها مستقبلا ووضعها في اطارها المعرفي وذلك بالنسبة للمستقبل . وفي احوال كثيرة يشار الى هذا النوع من نماذج الاتصال في اطار تصنيف النماذج الى نماذج خطية ونماذج دائرية ، والنماذج الدائرية التي تركز على التفاعل بين عناصر الاتصال وتهتم بعناصر اخرى مضافة الى التغذية المرتدة مثل الادراك والتفسير وتبني الاراء او وجهات النظر عن طريق العملية الاتصالية المستمرة والمتطورة .

وهو ما سوف نشير اليه في عرضنا لنماذج الاتصال وما تتميز به من اضافات للمفاهيم العلمية وكذلك اشاراتها الى اتجاهات التأثير بشكل مباشر او غير مباشر .

١. نموذج هارولد لاسويل

وضع عالم الاتصال الأمريكي هارولد لاسويل عام ١٩٤٨ نموذج لوصف عملية سريان الاتصال في دراسته عن بناء الاتصال ووظيفته في المجتمع ، اذ اوجز ذلك النموذج في خمسة اسئلة يشكل جواب كل منها بعداً اساسياً من ابعاد سريان الاتصال وهي :

من؟ WHO? ويقصد به المرسل

يقول ماذا؟ SAY WHAT? أي الرسالة

بأي وسيلة؟ IN WHICH CHANNEL? الوسيلة

لمن؟ TO WHOM? الجمهور

وبأي تأثير؟ WITH WHAT EFFECT? الاستجابة اوالتغذية المرتدة

وكانت هناك عدة انتقادات قد وجهت الى النماذج الخطية وبخاصة نموذج لاسويل ، منها احياء هذا النموذج بان الاتصال الجماهيري يقود بالضرورة الى تأثيرات كبيرة وتجاهل ردود افعال المستقبل الآنية التي تعد تغذية مرتدة الى المرسل .

الى جانب سريان الاتصال في اتجاه واحد.



شكل (٦) يبين نموذج لاسويل

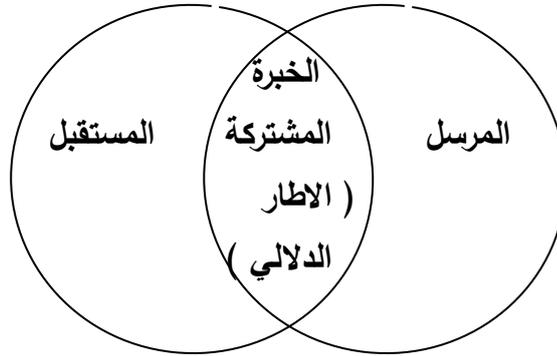
٢. نموذج ولبر شرام (التفاعل الاتصالي والإطار الدلالي) :-

طور شرام نموذج عن الاتصال الجماهيري بعد سلسلة من النماذج اذ بين أهمية وجود إطار دلالي مشترك بين المرسل والمستقبل لنجاح الرسالة الاتصالية ، فوجود نقاط الالتقاء والتوافق المرجعي بين المرسل والمستقبل من أهم مراحل الاتصال إن لم يكن لدى المصدر معلومات كافية وهدف واضح وإذا لم يتم وضع الفكرة في رموز دقيقة ولم يتم نقل الإشارات بفاعلية كي تصل إلى المتلقي المطلوب بسرعة كافية لتتغلب على التدخل الخارجي في هذه الحالة لن يعمل النظام الاتصالي بالكفاءة المطلوبة ، ومعنى ذلك يجب علينا إن نهتم بكل حلقة من حلقات سلسلة الاتصال حتى نتأكد من إن النظام يقوم بعمله بشكل مناسب فالرسالة مكونة من إشارات تعني شيئاً لكل منهما (أي المرسل والمستقبل) وكلما تشابه إطارهما الدلالي زاد احتمال نجاح الرسالة الاتصالية ونقصد بالاطار الدلالي (اللغة المشتركة والخبرات المشتركة والأفكار والاتجاهات) وعلينا إن نؤكد إن معنى أي كلمة له أبعاد عديدة فهناك المعنى الذي يختلف من فرد إلى آخر ومن ثقافة إلى أخرى ، وهناك المعنى الشائع الذي يعرفه الجميع ويتوقف التشابه في المعنى عند الأفراد على مدى التشابه بين تجربتهما ليستطيعا المشاركة في المعاني ذاتها أو الإشارات بشكل فعال .

فالإطار الدلالي هو التجربة المتراكمة عند المرسل والمتلقي والمنطقة المحصورة بين المتلاقيتين تمثل الخبرة المشتركة بينهما ، فالمصدر يصوغ الفكرة برموز والمتلقي يعمل على فك هذه الرموز وذلك على أساس خبرة كل منهما ، فكثير من المعاني تكمن خارج الكلمات المنطوقة فطريقة نطق الكلام والحركات التي يقوم بها الفرد تعطي مدلولات ومعان قد تختلف او حتى تتناقض مع ما يقوله ، ويحدث الشيء

ذاته بالنسبة للرسالة التي تنقلها وسائل الإعلام فالصفحة التي تنشر بها الرسالة ومكان الرسالة على الصفحة والمؤثرات التي تحيط بها كنوع الحرف وحجمه وموقع الخبر كل هذه لديها القدرة في إضعاف أو تقوية الرسالة ، فالرسالة تتضمن عددا من الدلالات اللفظية وغير اللفظية تساهم في تكوين المعنى الذي يريده المرسل. وينظر شرام إلى الاتصال الجماهيري على انه عملية دائرية فكل فرد يضع أفكاره في رمز ويفسر ما يتلقاه ويستجيب وفق هذا الإطار ، فالأفراد قد يتحدثون عن مشكلة واحدة وبلغة واحدة ولكن فهمهم لها قد يختلف لاختلاف خبراتهم السابقة فكلما حصل التشابه في الخبرة كان الاتصال أسهل وأيسر أي يصبح فهم الأفراد للكلمات والإشارات متقارب وهذا من شروط نجاح الرسالة .

ويضيف هذا النموذج مصطلح (مستمعي الصدفة) وهم اناس يصادف وجودهم امام المذياع او التلفاز او الجماعات التي تمكنت من التعرض للرسالة قبل الجمهور .



شكل (٧) يبين نموذج ولبر شرام

٣. نموذج تشارلز رايت للتحليل الوظيفي :

يهتم هذا النموذج بدراسة المهام التي تؤديها أي ظاهرة من الظواهر في النظام الاجتماعي ، وبذلك فان وسائل الاتصال الجماهيري تعد من الظواهر التي تؤثر على النظام الاجتماعي او على ادائه لمهامه ، اذ اضاف تشارلز رايت الى نموذج لاسويل فقرة المهام الظاهرة والمقصودة ، والمهام الخفية او غير المقصودة . وان أي اتصال له ايجابياته وسلبياته .

ويتسائل رايت : ما هي المهام الظاهرة والكامنة للاخبار وما هي الاحتياجات للمقالات الثقافية والتسلية التي يتم نقلها بوسائل الاعلام على الافراد والجماعات والنظم الثقافية في المجتمع ؟

وقسم رايت الاتصال الى اربعة انواع:

النوع الاول / يحاول قياس تاثيرات عملية الاتصال بشكل عام كعملية اجتماعية .
النوع الثاني / اقل عمومية واقل اتساعا يهتم بدراسة الاتصال كمادة للتحليل ويتسائل هنا ما هي وظائف الجريدة او وظائف التلفزيون او وظائف الراديو كوسيلة جماهيرية ؟ وما هي الاحتياجات الاجتماعية والفردية والمهام التي كانت تشبعها او لم تتمكن من اشباعها ؟

النوع الثالث / يستخدم اسلوب التحليل الوظيفي وهو تحليل وسيلة الاتصال كمؤسسة جماهيرية تستخدم دراسة حال المؤسسة في جوانب معينة هي :
- دراسة الطرق التي تتحكم باسلوب تقديم الصحف .
- مدى تاثر الصحف ببعض الافراد مثل الناشر والمحرر .
- تاثير تقاليد المهنة على العاملين .

النوع الرابع / يهتم بنتائج وواجه النشاط الاعلامي الاساسية التي تتم بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري ، ويقصد باوجه النشاط :
أ. مراقبة البيئة الاعلامية
ب. التعليق على الاخبار
ت. نقل التراث الاجتماعي للاجيال
ث. الترفيه والتسلية

وان استخدام هذه الصيغة يقترن بشرطين اساسيين هما :

اولا : رصد الحاجات الحقيقية للمتلقي والتأكد من تلبية الاعلام الجماهيري لها.
ثانيا : دراسة وظائف الظاهرة الاعلامية في اطار اجتماعي كي يكشف اليات تفاعلها مع الظواهر الاجتماعية الاخرى خلال مرحلة تاريخية معينة من حياة المجتمع .

٤. نموذج (الهيتي) سريان اللغة في عملية الاتصال الجماهيري

يوصف الاتصال بانه عملية تزامن اذ يستعين الطرف المرسل في العملية الاتصالية بالرمز في التعبير عن المعاني ، في وقت يقوم المستقبل بفك رموز الرسالة لكشف دلالاتها ، ومن هنا جاءت تسمية هذه العملية بالاتصال الرمزي .

والرموز هي ما يستخدم عمداً ليحل محل شيء او معنى آخر ، من دون ان تكون بالضرورة صلة بين الرمز وبين ما يحل محله ، وتكون الرموز في العادة واضحة اذ ينبغي ان تكون مسموعة او مرئية او موضع احساس انفعالي ، وتعد الرموز وحدات اساسية لانظمة الاتصال ، ومنها ما هو لفظي مثل كلمات اللغة المنطوقة ومنها ما هو مطبوع مثل الكلمات المطبوعة ومنها ما هو تمثيلي

وعلى اساس ذلك فان اللغة تحتمل جانبيين احدهما لفظي ويطلق عليه (اللغة اللفظية) وثانيهما غير لفظي ويطلق عليه (اللغة غير اللفظية) ، ويتمثل الاول في اللغة المنطوقة والمكتوبة ، بينما يتمثل الثاني في الحركات والاشارات والالوان والاضواء والظلال والرسوم والايماءات والعلامات ، ويمكن ان تضاف الى اللغة اللفظية اوعية صوتية اخرى غير الكلمات مثل علامات التردد والتهتهة ونغمة الصوت والضحك والبكاء وفترات الصمت في اثناء الكلام وغيرها مما يصاحب التعبير اللغوي الصوتي ويخرج عن التركيب اللغوي ، وقد وجد ان هذه الوحدات شبه اللغوية تحمل الى المستقبل معانٍ ذات فاعلية في عملية الاتصال .

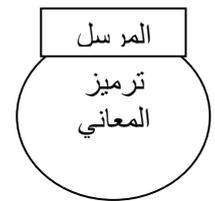
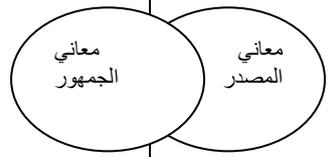
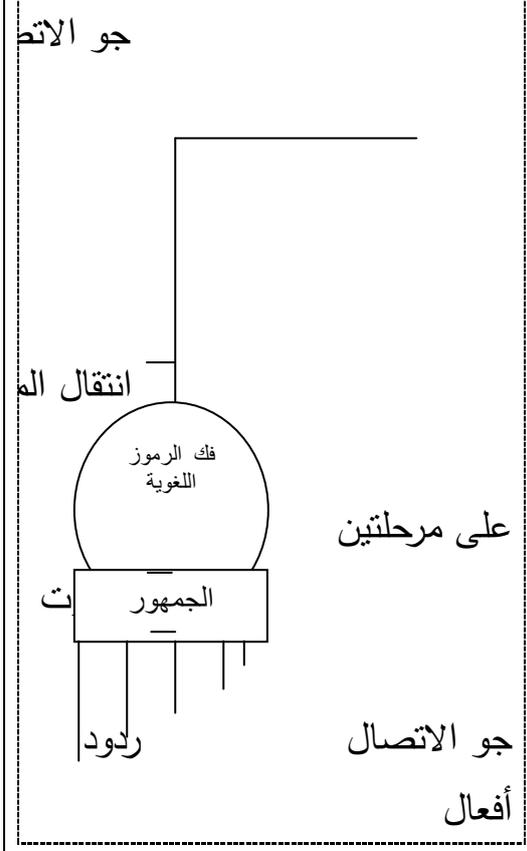
والاتصال يستعين باللغة اللفظية واللغة غير اللفظية معاً ، الا ان اللفظ يحظى بحيز كبير في

الغالب ، اذ تمثل اللغة سلوكا رمزيا في عملية الاتصال الجماهيري ، وان هذا النموذج لعملية الاتصال يأخذ في الاعتبار موقع اللغة ووظيفتها سلوكاً رمزياً في عملية الاتصال الجماهيري فضلا على الاخذ بمجمل العناصر في العملية ، مع اضافة عنصر جديد هو جو مصير الرسالة ، وهذا العنصر لا تفرضه دراسة اللغة حسب بل يفرضه بحث عملية الاتصال اساساً .

ويتضمن النموذج

. معاني المصدر : وتشمل ما يحمله المصدر من معلومات .

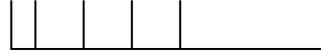
- . المرسل : وهو من يقوم بتمثيل المصدر الاتصالي في تقديم المضمون .
- . ترميز المعاني : وهي عملية تحويل المعاني الى لغة .
- . رسالة لغوية عبر الوسيلة : وهي اعداد الرسالة على وفق الوسيلة .
- . - معوقات تواجه سريان اللغة :- صعوبات الاستقبال أو التفسير أو الإدراك للرسالة نتيجة التشويش .
- . الجمهور : وهو اعداد الناس الذين يستقبلون الوسيلة .
- . فك الرموز اللغوية : عملية يؤديها الجمهور .
- . معاني الجمهور : ما يسود من افكار بين الجمهور .
- . المعاني المشتركة : الحصيلة من المعاني التي يحققها الاتصال والتي يشترك فيها المصدر مع الجمهور .
- . جو الاتصال : ويشتمل على حصيلة العوامل والتغيرات المؤثرة في الجمهور منها الظروف الاجتماعية والنفسية واللغة المحيطة بالعملية الاتصالية .



رسائل لغوية عبر الوسيلة

- معوقات تواجه سريان
- التشويش الطبيعي والد
- العمليات الانتقائية
- تباين الظروف النفسي
- تباين التكوين النفسي

- السينما
- التلفزيون
- الإذاعة



شكل (٨) يبين نموذج انتقال اللغة في عملية الاتصال

الجماهيري

ثانياً : . مفهوم النظرية

يعرف كل من Bryant and Thompson النظرية بأنها (تفسيرات منظمة وتنبؤات تتعلق بالظواهر المختلفة ، كما انها مجموعة من التعميمات المنظمة والمنطقية التي تفسر بعض الظواهر المعروفة من خلال الربط بين جوانبها ومتغيراتها باستخدام مصطلحات تضع قواعد واسس يوجد بينها اتساق داخلي) .

كما تعرف بأنها (تعميمات حول الكيفية التي يفكر بها الافراد ، وانها تقدم لنا فهماً جيداً للعلاقة بين الاشياء والاحداث المختلفة ، اي انها بناء معرفي يجمع خلاصة ما توصلت اليه البحوث العلمية كذلك فانها تصف وتشرح وتفسر العلاقة بين الاشياء) .

والنظرية العلمية هي (تحديد نهائي للعلاقة بين الحقائق والمتغيرات يقدم تفسيراً للظاهرة ويتوقع اتجاهات الحركة فيها) .

وإذا كانت النظرية تمثل مستوى اعلى للتحديد النهائي للعلاقات بين المتغيرات قائماً على التفسير العلمي ، فانها من ناحية اخرى تمثل وعاءً فكرياً لفروض اخرى يتم اشتقاقها عن طريق هذه النظريات ، بل انها تعتبر بعد ذلك اطاراً تفسيرياً للعلاقات يمكن استخدامها في مجالات علمية اخرى .

وتظهر اهمية النظرية في انها توجه الباحث الى التساؤلات الصحيحة التي يطرحها ، وتعد اساساً في اختيار الباحث للظاهرة محل الدراسة ، وبدون النظرية تظل العلاقات بين المتغيرات مجرد رؤى او حقائق تم تجميعها ، ولكنها توحد الحقائق في اطار واحد يفسر ويساعد على التنبؤ .

ولا يعني ارتفاع مستوى النظرية ثباتها وعدم تغيرها ، بل انها تكون قابلة للتغير متى تغيرت المجالات والظروف التي تم تأكيدها خلالها ، ولذلك فانها يجب ان تتغير بتغير المعرفة والعلوم التي تم صياغة النظرية في اطارها لان النظرية جزء من كل يمثل اطار المعرفة المنظمة او اطار العلوم في تخصصاتها المختلفة .

والنظرية الجيدة لها مجموعة من الخصائص الاساسية التي يجب ان تتميز بها اهمها :

١. يجب ان تكون النظرية متسقة اتساقاً داخلياً ، بمعنى ان تكون مختلف الفروض التي تشتق منها متوافقة معاً وليست متناقضة .

٢. يجب ان تتفق النظرية مع الحقائق الموجودة في العالم فضلا عن كونها منبئة باحداث المستقبل .

٣. يجب ان تتميز النظرية بالبساطة والاختصار .

٤. ان يتحدد قبول النظرية او رفضها بمقدار نفعيتها ، والنفعية لها مكونات هي القابلية لاختبار صدقها والتيقن منها والشمول .

٥. ملائمة النظرية للعالم الحقيقي بمشكلاته الاجتماعية .

ثالثاً :. علاقة النموذج بالنظرية

يعد النموذج خطوة اولى لبناء النظرية ، والنموذج نظرية لم تكتمل بعد ، فالوصول الى نظرية يتطلب وضع العديد من التصورات النظرية في شكل نماذج بنائية او وظيفية هذا من جانب ، كذلك تساهم النظرية في تنشيط الباحث على تخيل ووضع النماذج المناسبة ومحاولة اختبارها وتطويرها ، ومن ثم فالعلاقة بين النموذج والنظرية علاقة ديناميكية وايجابية ومتبادلة .

وتتضح حدود علاقة مصطلحي النظرية والنموذج اذا اخذنا في الحسبان انه لا يمكن اعتبار النموذج هيكلًا تفسيريًا متكاملًا في ذاته لكنه يساعدنا في صياغة النظرية ، فضلا عن ان دور النظرية في التوصل لتعميمات وتنبؤات قد ينشابه مع ما تقوم به بعض النماذج ، والنظرية تشمل عناصر ومحتويات الكثير من النماذج باعتبارها اداة تصويرية وتحليلية وتفسيرية ، وبإيجاز تهدف النماذج الى تزويد النظريات بالاطر المرجعية التي ترتبط بالمشكلة قيد البحث والدراسة ، وبناء على ذلك لا تاتي النظرية من فراغ بل يتطلب الوصول اليها المرور بنماذج متعددة ومتكاملة ومتمدة في الهدف ، ويعد النموذج خطوة لبناء النظرية فالنموذج نظرية لم تكتمل بعد والعلاقة بينهما هي علاقة الجزء بالكل .

رابعاً : تأثير عملية الاتصال

مع الاهتمام المتزايد بقوة وسائل الاعلام ودورها في تغيير سلوك ومواقف الافراد والجماعات والمجتمع ، ظهرت العديد من الدراسات الخاصة بتأثيرات وسائل الاتصال تبحث في انتقال المعاني بين المرسل والمتلقي ونتج عن تلك الدراسات نظريات الاتصال التي تشتمل على القواعد والقوانين التي تتحكم في عملية الاتصال ، وقبل التطرق الى هذه النظريات لابد من بيان مفهوم التأثير .

يقصد بتأثير عملية الاتصال حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية والتي تتفق مع مفهوم الهدف من الاتصال ، وعادة ما يكون هذا الهدف في وعي المرسل أو القائم بالاتصال ويتوقع تحقيقه من المستقبل أو المتلقي ، فلا يكفي حدوث التغذية المرتدة حتى نقول إن عملية الاتصال قد حققت الهدف لان ذلك لايعني سوى استمرار عملية الاتصال أو استمرار التفاعل بين كل من المرسل أو القائم بالاتصال والمستقبل ، ولذلك تتميز نماذج التفاعل بوجود التغذية المرتدة التي تشير إلى دائرية

عملية الاتصال ، لكن حدوث الأثر هو ابعد من التغذية المرتدة الفورية اذ يتمثل في اكتساب المعلومة أو الاقتناع بالفكرة أو الرأي أو اتخاذ القرار المؤيد لأهداف المرسل أو القيام بأنماط سلوكية تشير إلى حدوث الأثر اذ يسهل الكشف عنه وقياسه ، ولا يشترط إن يتم حدوث الأثر بشكل فوري بل قد يكون محصلة عمليات معرفية ونفسية واجتماعية عديدة تختلف في تأثيرها من فرد إلى آخر أو من جماعة إلى أخرى مما يؤدي إلى حدوث الأثر بنسب متفاوتة بين الأفراد المتلقين أو عدم حدوثه نهائيا بين آخرين ، لكنه في النهاية يعتبر محصلة تفاعل عوامل وعمليات عديدة فردية واجتماعية ، ويعد الترميز أساس عمليات الإدراك التي تعتبر المرحلة الأولى في عمليات حدوث التأثير ، ويمر التأثير بمراحل عدة تبدأ من الاهتمام بموضوع الاتصال حتى تصل إلى تحقيق الاستجابة لاتخاذ القرار الذي يتفق وأهداف القائم بالاتصال .

وهناك عوامل عدة من شأنها احداث التأثير لدى المتلقي عند تعرضه لمضامين وسائل الاتصال وهي :-

- يميل المتلقي للانفتاح على الرسائل التي تلائم تصوراته .
- تواجه الرسائل التي لاتنسجم مع قيم المتلقي إعراضا منه أكثر من الرسائل الأخرى .
- يقابل المتلقي بايجابية المعلومات التي تيسر له الوصول الى أهدافه وتحقق له نفعاً .
- يتقبل المستمع او المشاهد المعلومات التي تساعد على بناء بيئة الاجتماعية والمادية في حالة وجود خلل فيها .

ومع كبر الاحتمالات التي كثيرا ما توضع لتأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري الا ان من الملاحظ ان ما يتحقق منها لا يشكل الا جزءا يسيرا ، ذلك لان هناك معوقات متعددة امام العمليات الاتصالية الجماهيرية ، فهي غير قادرة على احداث التأثيرات المباشرة ، كذلك فانها تحرص على عدم تناول موضوعات ذات علاقة بالمعتقدات والاتجاهات الراسخة ، اذ انها يمكن ان تزيد الناس انكفاء عليها ، او يمكن ان تثير مشكلات تعصبية معقدة ، كذلك فان طبيعة الوسائل الجماهيرية وتنوع

الجمهور لا تتيح للمصدر الاتصالي ان يكيّف رسائله على وفق مقتضيات حاجات الافراد المستقبلين واعتقاداتهم ، كما ان عملية الاتصال الجماهيري لا تتيح للمصدر الوقوف لحظيا على ردود افعال الجمهور ازاء رسائله الامر الذي يحرمه من تكيّف اسلوبه على وفق مقتضيات الحال ، كأن يعيد استجابة او يوضحها اكثر او يعززها او يركز على استجابة ضعيفة من استجابات هذا الفرد او ذلك . فضلا عن ان الجمهور يتميز عادة بالحذر من ان تكون اراؤه ومعتقداته عرضة للتغيير من قبل الاخر ، كما ان الرسالة الاتصالية نفسها تصاب ببعض التغييرات في اثناء انتقالها ، وتواجه معوقات تتعلق بالتعرض فضلا عن ذهاب الافراد مذاهب متعددة في تفسير الرسالة الواحدة ، وفي حالة تاثيرها فيهم فان تلك التأثيرات لن تكون بدرجة واحدة ولا باتجاه واحد .

ومع هذا فان هناك مزايا كثيرة يختص بها الاتصال الجماهيري ، منها انه يهيء الافراد للمشاركة اذ يمكنهم من اشراك انفسهم الى درجة ما في مواقف وخبرات قد لا يمرون بها في حياتهم الاعتيادية ، ويمنحهم الفرص لدخول عالم غير عالمهم وتفحص ادوار ذاتية اخرى اجتماعية في الكثير من الجماعات التي قد لا يحتاج لها في واقع الحياة اداء مثل هذه الادوار .

ومن هنا جاء تأكيد دانيال ليرنر على مسالة التقمص الوجداني التي يعني بها القدرة على ان يضع المرء نفسه في ادوار الآخرين وتصور ما يحصل له ، والتي وصفها بانها قدرة حركية نفسية يمكن ان يكون لها اعظم الاثر في تغيير الشخصية الانسانية .

وتواجه دراسات التأثيرات عوامل متعددة منها ما يرتبط بطبيعة الظاهرة ، اذ ان التأثير يحصل مع جملة تغييرات الامر الذي يصعب معه عزل ما هو ناجم عن الاتصال الجماهيري عما هو ناجم عن عوامل اخرى ، والتاثير لا يحصل دفعة واحدة بل هو في الغالب حصيلة تراكم مستمرة وطويلة لذا فمن غير اليسير ملاحظة التأثيرات وتتبعها على مدى زمني طويل .

وفضلا عن ذلك فان هناك تاثيرات تتجم عن وسائل الاتصال الجماهيري او هي تسهم في احداثها من دون ان تكون مصادر الاتصال قد استهدفت تحقيقها .

وفوق هذا وذاك فان الدراسات التي تتطلب اخضاع الانسان لطرق البحث العلمي وادواته تعد شديدة التعقيد وغير قادرة على الوصول الى نتائج دقيقة ليس لان تلك الادوات والطرق البحثية ليست كفوءة فحسب بل لانه يتعذر اخضاع الانسان للمنهج التجريبي او للدراسة الميدانية لانه ما ان يحس انه موضوع ملاحظة الاخرين حتى يتصنع في سلوكه ويعود الى طبيعته الزئبقية .

وكثيرا من الدراسات عن تاثير الاتصال الجماهيري غير قابلة للتعميم لانها طبقت على حالات او عينات غير ممثلة للمجتمع تمثيلا كفوءا ، فضلا عن ان الكثير من البحوث اجريت في مُدد زمنية قصيرة او اوقات غير اعتيادية وعلى الرغم من ذلك فقد امكن الوصول الى ذخيرة معرفية علمية عن تاثيرات وسائل الاتصال الجماهيري منها ما هي في عداد النظريات ومنها ما هي في عداد الفروض .

وقد ناقشت تلك المعطيات تاثير وسائل الاتصال الجماهيري عن طريق تحليل مستويات عديدة من ابرزها المستوى الاجتماعي الذي يعني التاثيرات الحاصلة على المجتمع ومنظّماته الاجتماعية ، والمستوى السياسي ويراد به تاثيرات الوسائل الجماهيرية في الافكار والاتجاهات السياسية ، والمستوى الثالث وهو تاثيرات الوسائل في انماط السلوك وتغيير الاتجاهات .

وتتطوي تلك النظريات على ان للاتصال الجماهيري دورا في التاثير في مدارك الناس ودوافعهم واتجاهاتهم ومستويات فهمهم واهتماماتهم واذواقهم ووجهات نظرهم بصرف النظر عن مدى ذلك التاثير . وبهذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيري دور في التاثير في الافراد والجماعات والثقافات وهي بهذا الدور تسهم في عملية التغير الاجتماعي للفرد والمجتمع .

ومن الضروري التمييز بين مدخلين لدراسة هذه التاثيرات هما المدخل الوظيفي الذي يعنى بدراسة وظائف وسائل الاتصال وما يمكن ان تؤديه بالنسبة للجمهور ويركز على دراسة الكيفية التي يستخدم بها الجمهور وسائل الاتصال مثل نمط الاستماع او المشاهدة .

والمدخل التاثيري والذي يهتم بدراسة التأثيرات الناتجة عن تعرض الجماهير لوسائل الاتصال الجماهيرية ويركز هذا المدخل على دراسة التغييرات التي حدثت للجمهور بعد تعرضه للمواد الاتصالية .

ومدخل التأثيرات والمدخل الوظيفي هما في الحقيقة وجهان لعملة واحدة وهو التصور الغربي لمفهوم الاتصال والذي يفترض ان يمضي بشكل خطي من المصدر الى المستقبل بهدف الاقناع أي التحول بوجهة نظر المتلقي الى وجهة نظر القائم بالاتصال .

ورغم تحول العديد من العلماء في فهمهم للاتصال من ذلك الشكل الخطي الى كون الاتصال عملية لكن هذا التصور ظل قاصرا على المفاهيم النظرية وهذه العلاقة بين المدخل الوظيفي والتاثيري تبلورت ابعاده في منتصف السبعينات واكتسب اهمية كبرى في دراسة وسائل الاتصال لاسيما الوسائل الالكترونية لذلك فدراسة التأثير او التعرض تعمل في مجال المعلومات والاتجاهات حيث يمكن قياس استجابة الجمهور اللغوية والخروج منها باستنتاجات عن ميوله ورغباته وعموما فان تاثير الاتصال لا يخرج عن واحدة من ثلاث هي :-

- ١ . خلق اتجاهات جديدة
- ٢ . تدعيم اتجاهات موجودة .
- ٣ . تغيير اتجاهات .

خامساً :. نظريات التأثير

بدأت الدراسات التجريبية الخاصة باثار وسائل الاتصال الجماهيرية في اثناء القرن العشرين مع الدراسات التي اجراها payne Fund وهي عبارة عن برنامج شامل يستهدف التعرف على اثار الافلام السينمائية على الاطفال ، وقد كانت هذه الافلام وسيلة جديدة وفدت مع القرن العشرين وتزايد الاقبال عليها خصوصا في اعقاب الحرب العالمية الاولى ، فقد تطورت الافلام السينمائية الى احد الاشكال المهمة التي تستخدم في الترفيه عن الاسرة بحيث اصبحت وسيلة الترفيه المفضلة لغالبية افراد المجتمع ، وفي اواسط العشرينات كانت كانت ملايين الاسر الامريكية تشاهد هذه

الافلام كل اسبوع ، وقد كانت دراسات باين فاند تبحث اثار التعرض للافلام السينمائية على افكار وسلوك الافراد ، واجريت هذه الدراسات بعناية فائقة من جانب كبار خبراء البحث في ذلك الوقت ، ولاقت نتائج هذه الدراسات اهتماما جماهيريا كبيرا وادت بالفعل الى احداث انزعاج ملحوظ ، اذ بدا انها تؤيد فكرة ان الافلام السينمائية تؤثر على الجماهير تأثيرا شديدا .

بعد ذلك تم اشتقاق مفاهيم جديدة من مجالي علم النفس وعلم الاجتماع ، وكان هذان المجالان يسعيان سعيا نشيطا لفهم طبيعة الانسان من المنظور الشخصي من جهة ومن المنظور الجماعي او التفاعلي من جهة اخرى ، وقد كان الهدف من ذلك هو السلوك الفردي والجماعي من كل جوانبه بما في ذلك السلوك الناشئ عن التعرض لوسائل الاعلام .

ومن هذه الافكار النفسية والاجتماعية نشأت التفسيرات الجديدة لاثار وسائل الاعلام ولهذا السبب تعتبر المراجعة المختصرة للتطورات النظرية في هذين العلمين الاجتماعيين ضرورية لفهم اسباب اعادة صياغة الافكار المتعلقة بطبيعة وسائل الاتصال الجماهيرية واثارها والاسباب التي دفعت الى تفرع هذه الافكار وتشعبها في اتجاهات معينة .

ومن الضروري الاشارة الى ان النتائج الخاصة بتطور النظريات الاساسية واشتقاق افكار تتعلق بوسائل الاتصال واضحة ومنطقية جدا ، لم يكن الترابط بينها في ذلك الوقت منظما كما يبدو ذلك واضحا الان ، واثناء السنوات الاولى من ظهور الابحاث الخاصة بوسائل الاعلام (قبل الحرب العالمية الثانية) لم يكن يوجد مجال موحد اكاديميا يسمى الاتصال الجماهيري او الاعلام على النحو ذاته الذي كان عليه ذلك العلم الذي يسمى التاريخ او الاجتماع او علم النفس او علم دراسة الانسان (الانثروبولوجي) ، وهكذا فقد جرت العادة على ان يكون الباحثون الذين يدرسون وسائل الاعلام من باحثي العلوم الاجتماعية الاساسية او من اصحاب الخلفية الاكاديمية الذين كانوا يستخدمون سلوك جماهير وسائل الاعلام كمجال مناسب لدراسة واختبار الفروض والمفاهيم والنظريات التي جاءت فعلا من هذه المفاهيم الخاصة .

وعلى الرغم من الخلفيات المتنوعة للباحثين السابقين والطبيعة غير المنسقة لباحثهم ، الا ان المعرفة قد تراكمت بالفعل، فقد تم التوصل الى عدد من المفاهيم والفروض والتعميمات الخاصة بعملية الاتصال الجماهيري واثاره عن طريق عدد متزايد من الدراسات ، وقد تم ذلك بلا اساس حقيقي يجمع هذه المفاهيم معاً ويدعمها ويركب منها الصيغ بحيث يمكن تسميتها " نظريات الاتصال " .

ورغم الطبيعة غير المنظمة لباحث الاتصال الجماهيري في السنوات السابقة ، الا ان هذه الابحاث ساعدت بالتدرج على تراكم مجموعة من المعلومات المترابطة حول وسائل الاتصال واثارها ، كما ساعدت على خلق اتفاق جماعي متزايد عن كيفية وجوب دراستها ، واخيراً نشأ علم الاتصال الجماهيري ، اذ ان الاتصال كعلم سبقته علوم كثيرة وانه ارتبط بتلك العلوم ومن ثم تأثر بالنظريات الخاصة بها .

ولا يمكن الوصول الى نظريات ثابتة في مجال الاتصال الجماهيري وخاصة فيما يتعلق باثار وسائل الاتصال على الجمهور ، وذلك بسبب التطور الطبيعي لوسائل الاتصال من جانب وتطور المجتمع من جانب آخر .

وقد حدد ((وارنر سيفرين)) و ((جيمس تانكرو)) اربع مراحل متتالية تصل بنا في النهاية الى بلورة لنظرية الاتصال ، وهذه المراحل هي :

- فحص العلاقة بين امرين بينهما ترابط يحتاج الى معلومات لفهمه .
- وضع فروض لتفسير هذه العلاقة .
- محاولة وضع نموذج يقرب عملية التفسير والفهم .
- الوصول الى قانون يحكم الظاهرة .

ويرى ((ملفين ديفلر وساندرا بول)) ان نظريات الاتصال هي ((مفاهيم استخلصت من محاولات الباحثين الكثيرة لفهم آثار وسائل الاعلام على الناس ، وهذه المفاهيم تعتبر أدلة للتفسير والتكهن بما سيحدث عندما يفرض على بعض الطبقات من المجتمع اشكال خاصة من الرسائل ذات محتوى اعلامي معين عبر احدى وسائل الاتصال الجماهيري)) .

ونظريات الاتصال ((تمثل خلاصة نتائج الباحثين للاتصال الانساني بهدف تفسير عملية الاتصال ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها واثرها في المجتمع)) .

وتختلف تأثيرات نظريات الاتصال من مجتمع لآخر ومن بيئة لأخرى اعتماداً على القيم والتقاليد والاختلافات السائدة في كل مجتمع ، فضلاً عن ذلك فان افراد الجمهور يختلفون في تآثرهم بوسائل الاتصال نتيجة لعوامل عدة منها ما يتعلق بالفرد وقابليته للتغيير وما يمتلك من مستوى تعليم وثقافة والجماعات المرجعية التي ينتمي اليها ، ومن جانب آخر هناك عوامل تتعلق بقدرات المرسل وامكانياته اللغوية والفكرية في صياغة الرسالة الاتصالية وطبيعة الوسيلة وخصائصها والمعوقات التي تقف دون اكتمال العملية الاتصالية ، ونحن في صدد الحديث عن نظريات الاتصال نرى ان تأثير هذه النظريات نسبي اعتماداً على الاسباب التي ذكرت .

وهناك عدة نظريات تفسر تأثير وسائل الاتصال الجماهيري ومجمل هذه النظريات تؤكد على ان لوسائل الاتصال تأثيراً في المجتمع ولكنها تختلف فيما بينها في بيان كم ونوع ذلك التأثير ومن هذه النظريات :

١-نظرية التأثير المباشر(الرصاصية السحرية):-

ظهرت هذه النظرية في اثناء الحرب العالمية الأولى على يد هارولد لاسويل وتفترض أن لوسائل الاتصال تأثيراً مباشراً وقويًا على المتلقي ، واهم الافتراضات التي قامت عليها هذه النظرية هي :-

أ. إن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى افراد المجتمع الجماهيري الذين يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب .

ب.أن هذه الرسائل تقدم مؤثرات او منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد وتقودهم إلى الاستجابة بشكل مماثل .

ت.أن تأثيرات وسائل الاتصال قوية ومتماثلة ومباشرة ويرجع ذلك إلى ضعف وسائل الضبط الاجتماعي مثل التقاليد والعادات المشتركة .

ث.إن الفرد يتلقى معلوماته بشكل فردي من وسائل الإعلام وبدون وسيط وان رد الفعل فردي لايعتمد على تأثير المتلقين على بعضهم .

وبعد الحرب العالمية الثانية نشطت هذه النظرية وكان الحماس شديداً لتحليل الدعاية مما قاد إلى ظهور أسطورة رجل الدعاية وقدرته في استخدام وسائل الإعلام كأداة للتأثير والسيطرة على مواقف البشر وأفكارهم وسلوكهم ، وكتب هارولد لاسويل عن

تكتيكات الدعاية في الحرب العالمية الأولى ((إن ما تم تحقيقه بالعنف والقهر فانه يمكن تحقيقه الآن عن طريق الجدل والنقاش)) ، وكان للدعاية النازية دورها في تأكيد هذه النظرية بعد إحساس الألمان بهزيمتهم إمام الحلفاء إذ شعروا إن الحلفاء قد كسبوا الحرب حقيقة عبر الدعاية ، وفي عام (١٩٣٧) تأسس معهد لتحليل الدعاية في الولايات المتحدة كرد فعل لخطر الدعاية النازية .

ان هذه النظرية اعطت للإعلامي قوة كبيرة في التأثير فهي تشبه من يطلق الرصاصة ليصيب بها ضحيته .

وهذه النظرية تنظر إلى افراد الجمهور باعتبارهم سلبيين في تعرضهم للوسائل وفي تعاملهم مع المضمون ، ولهم الاستعداد لتقبل الافكار والمعاني بمجرد وصولها اليهم ، وان رسائل الاتصال هي تنبيهات تحرك افراد الجمهور وهم على استعداد للاستجابة لها ، ولم تلتفت المصادر الاتصالية ولاسيما اجهزة الدعاية الى استقبال التغذية المرتدة اذ كانت تلك المصادر تركز على وضع الرسائل وبتها دون تفحص للنتائج على اساس ان الرسائل لا بد لها ان تحدث تأثيراً .

وفيما بعد بدأت حركة بحث علمي اثبتت ان تأثير الاتصال ليس مباشراً وبذلك اهتزت هذه النظرية ولم تصمد أمام الدراسات الميدانية مما فسح المجال لظهور نظرية التأثير المحدود.

٢- نظرية التأثير المحدود

ظهرت هذه النظرية عام (١٩٤٠) من قبل لازرسفيلد عندما أجرى دراسة على سلوك الناخبين أظهرت إن القليل منهم قد تأثروا بوسائل الاتصال الجماهيري ، كذلك أوضحت هذه الدراسة إنه ليس هناك أدلة كافية على إن الناس غيروا اتجاهاتهم تأثراً بالرسائل الإعلامية ، وكان من نتائج هذه الدراسة التوصل إلى فكرة نظرية (انتقال المعلومات على مرحلتين) أي إن المعلومات تنتقل إلى قادة الرأي من وسائل الإعلام ومن ثم إلى الآخرين .

وترى هذه النظرية إن الأفراد يستجيبون بشكل مختلف للمثير أو المنبه وفق مكوناتهم النفسية واتجاهاتهم الفكرية وحاجاتهم وإن قوة وسائل الإعلام وتأثيرها يجب إن ينظر

إليها دوما عبر العمليات الانتقائية وهي عوامل وسيطة ومساعدة في التأثير وليست الوحيدة فيه وقد تحد من تأثير عملية الاتصال ، وتتمثل تلك العوامل في الاتي :-
أ . التعرض الانتقائي :- ويتمثل بانتقاء الناس لما يقرأون أو يسمعون أو يشاهدون ويميل البعض للتعرض بما يتوافق مع أفكارهم واهتماماتهم ويتجنبون المواد التي لايتعاطفون معها .

ب . التصور والتفسير الانتقائي:- يتمثل بتصور الناس وتفسيرهم للرسائل الإعلامية وفقا لذاتهم ومصالحهم فالرسالة الإعلامية محكومة بما يريد إن يتصوره أو يدركه الجمهور .

ج . التذكر الانتقائي:- يرتبط بالعملية السابقة فالمرء يتذكر ما يتصوره أو يحب تصوره أكثر من تذكره ما لايرغب فيه أو لايجبه .

٣. نظرية التأثير المعتدل

برز في أواخر الستينات وفي السبعينات نظريات جديدة لدراسة اثار وسائل الاتصال ، وتتفق هذه النظريات التي أصطلح على تسميتها بنظريات التأثير المعتدل لوسائل الاتصال بانها تفاعلية تضع جميع العناصر والظروف المتصلة بالعملية الاتصالية في الاعتبار ، وترى ان وسائل الاتصال عبارة عن نظم اجتماعية ذات طبيعة بنائية ، تتفاعل مع النظم الاخرى في المجتمع ، وتراعي الخصائص النفسية والاجتماعية لاعضاء الجمهور وتتطلق هذه النظريات من الافتراضات التالية :

أ. ان نظريات التأثير المحدود لوسائل الاتصال مثل نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين ، ونظرية انتشار المبتكرات قد قللت من تأثيرات وسائل الاعلام ، كذلك فان نظريات التأثير القوي مثل نظرية ليرنر ونظرية ماكلوهان قد ضاعفت بشكل مبالغ من تأثيرات وسائل الاعلام على الافراد ، ولذلك تفترض نظرية التأثير المعتدل ان وسائل الاتصال - في ظل ظروف معينة - تنتوع تأثيراتها بين القوة والضعف .

ب. ان النظريات الاخرى درست تأثيرات وسائل الاتصال في مجالات المواقف والآراء ، في حين لو نظرنا الى تأثيراتها على متغيرات اخرى سنجد لها تأثيرات اكبر .

ت. ان النظريات السابقة ركزت على التأثيرات قصيرة الامد ، في حين تراعى نظريات التأثير المعتدل التأثيرات بعيدة الامد لوسائل الاعلام .
ومن النظريات التأثير المعتدل نظرية ترتيب الاولويات ونظرية الغرس الثقافي ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام .

٤. نظرية التأثير الفعال

تفترض هذه النظرية ان لوسائل الاتصال الجماهيري قوة كبيرة في احداث التأثير عند استخدامها بطرق منظمة ومحكمة ، وترى هذه النظرية ان النظريات السابقة قد قللت من شان الوسائل في احداث التأثير .

ووضعت هذه النظرية في الاعتبار صعوبات دراسة التأثير والوصول الى نتائج دقيقة في قياسه .

وترى هذه النظرية لوسائل الاتصال الجماهيري قوة كبيرة في احداث التأثير وهي لا تغفل فعل العوامل الوسيطة .

وتركز هذه النظرية ان لوسائل الاتصال الجماهيري تأثيرا كبيرا اذا ما احسن استثمار فاعلية تلك الوسائل واذا ما تم التخفيف من قوة العوامل الوسيطة .

واعتمدت هذه النظرية في توجهها الفكري على بعض الدراسات التي اجريت ميدانيا وانتهت الى ان للاتصال الجماهيري تأثيرا فعالا في تكوين اراء عن الموضوعات التي لم يسبق ان تكونت عنها اتجاهات سابقة .

واستنادا الى هذه النظرية فان للفضائيات الوافدة تأثير واضح في المجتمع العربي ولاسيما في المجالات الجديدة ، وهذه المجالات تتخذ حيزا واسعا من المواد التلفزيونية عبر تلك الفضائيات فضلا عن ان الفضائيات تخلق اجواء نفسية واجتماعية وتحفز على انماط من العمليات العقلية المعرفية وتنبه الى انماط السلوك .