

نظريات الاتصال

أولا- نظرية الحقنة تحت الجلد

ظهرت هذه النظرية في مطلع القرن 20 بعد أن عرف علم النفس عدة كشوف عملاقة بخصوص الشخصية السوية تمثلت أهم هذه الكشوف في نظرية التعلم التي توصل إليها كل من واطسون الأمريكي و بافلوف الروسي ، و ترى هذه النظرية بإمكانية تهذيب و تدريب النفس و ترويضها على جملة من الأفعال فالشخص الغبي لا يولد غبيا و إنما يولد وهو يملك جملة من الاستعدادات للتعلم و عند تدريبه على جملة من الأفعال .بتحدد ما إذا كان غبيا أم ذكيا و قد ساهمت هذه النظرية بشكل كبير في إيجاد الحلول لكثير من مشاكل التربية و استهوت النظرية السلوكية علماء الاتصال فكانت أول نظرية نفسية تنتهج في علم الاتصال و عرفت عدة تطبيقات في ميدان الإعلام خصوصا في الدعاية ضد النازية من طرف دول الحلفاء حيث عرضت هذه الدول صورة الألمان في أبشع شكل و راحت ترسم لهم أقبح صورة في أذهان الجماهير و نفس الشيء قامت به و.م.أ في حرب الخليج ضد العراق ، و ترى هذه النظرية في ميدان الاتصال إن المتلقي يستجيب للرسالة بطريقة أوتوماتيكية ، أي أن المتأثر يتأثر بالرسالة بمعزل عن بقية الأفراد من غير وجود وسيط و يكون هذا التأثير فوريا و سريعا و بالتالي هذه النظرية ترفع من قيمة الفرد و تحط من قيمة المجتمع.

- الأفكار الأساسية للنظرية

- تداعي الأفكار: و تعني هذه الفكرة أن الفرد المدرب على فكرة ما يستدعي معنى معينا كلما أثرت هذه الأخيرة و تلي هذا المعنى مجموعة من المعاني اللاحقة مرتبطة بالضرورة به لأنها أتت عن طريق التعلم.

ب - التعزيز و التدعيم: عندما يسلك الإنسان سلوك يحصل على مكافئة أو عقاب و بالتالي يعمل على التقليل من السلوكيات المؤدية إلى العقاب ، و التقوية و التعزيز من كل السلوكيات المؤدية إلى المكافأة و الثواب و قد أجريت عدة دراسات بهذا الخصوص منها تلك التي قارنت بين نفسيه الطفل الأمريكي و نظيره الروماني فوجدت هذه الدراسات أن الطفل الروماني يعاني من صعوبة نفسية في التفريق بين الخير و الشر لأن أمه تربيته بمبدأ ينعزل عن مبدأ ، التعزيز ، بينما تعتمد الأم الأمريكية على هذا المبدأ بشكل كبير لذا فهو يملك قدرة كبيرة جدا للتمييز بين الخير و الشر.

أما شرام ، فقد أطلق على هذه النظرية اسم الطلقة السحرية بينما سماها بيرلو "الحقنة تحت الجلد" ، في ضوء هذه النظرية ينظر إلى الرسائل كأنها عبارة عن مثيرات بين الإنسان و البيئة التي تربطه بها علاقة وطيدة وله استعدادات داخلية لكنه لا يتأثر إلا إذا تعرض إلى منبهات و لذا لا بد من الإبقاء على التدفق الإعلامي إن لم نقل تكثيفه و إبقاء سياسة الحقن بالمخدر الإعلامي لكي نحصل في النهاية على رأي عام تتحكم فيه وسائل الاتصال كيفما تشاء.

وقد أجرى شرام و وايت بحثا علمية لتحقيق هذه الفكرة و محاولة مدى تحسس التأثير الأوتوماتيكي لوسائل الإعلام على الشخص و قد اعتمد هذا الباحث على عامل هو:

-العامل التفسيري: (العائد الآجل و العاجل) و قد ميز بين نوعين من العائد المنتظر من التأثير.

- العائد العاجل: هو انتظار الاستجابة الفورية مثل: الاحتكاك المباشر في العملية الاتصالية

- العائد الآجل: و تتمثل في الاستجابة التي لا يمكن المراهنة على سرعتها مثل الحملة الجزائية حول

تحديد النسل فقد دامت هذه الحملة مدة 20 سنة بسبب مقاومة المجتمع لهذه الحملة

و قد اثبت شرام و وايت أن التأثير الأوتوماتيكي لوسائل الاتصال هو تأثير اختياري فلا يمكن

للشخص أن يستجيب بشكل فوري لكل رسالة يتلقاها عبر هذه الوسائل بل إن استجابته تختلف بين

الفورية والبطء تبعاً لجملة من المقاييس لخصها كل من شرام و وايت في عاملين هما: الجهد المطلوب و عامل الاختيار.

1- تقديم الجهد المطلوب: الشخص الذي يبذل جهد في الحصول على الخدمة الإعلامية لا يتأثر بالمقدار الذي يتأثر به شخص آخر يحصل عليها من دون جهد فتكون استجابة الثاني فورية و قوية عكس الأول لذلك يعمل علماء الاتصال على تسهيل الحصول على الخدمة الإعلامية لكل الجماهير عبر الحصول و توفير السائل و تبسيط عملية الاتصال و الإعلام لتحقيق أكبر قدر و سرعة للاستجابة

2 - عامل الاختيار: القصد من هذا العامل هو تقوية العائد إذ تمارس وسائل الاتصال نوعاً من التحليل على المتلقي يثبت جملة من الرسائل في الوقت الذي يكون فيه المتلقي في حالة تركيز و ارتباط تام بالوسيلة التي يختارها و كمثال على هذا اختيار أوقات مناسبة للإشهار كما هو الحال في المسلسلات و الأفلام و كذا الحد من عمليات الإشهار بعد العاشرة ليلاً لأن معدل اختيار البرامج في الليل يتناقص إلى أن ينعدم و سياسة وضع الأخبار المهمة بالخط العريض لجعل المتلقي يختار الجريدة التي تنشر تلك الأخبار .

ثانياً--نظرية الرصاصة أو الطلقة السحرية

شبهت بالطلقة النارية التي إذا صوبت بشكل دقيق لا تخطأ الهدف مهما كانت دفاعاته أي أن الرسالة الإعلامية قوية جداً في تأثيرها.

كما سميت نظرية الحقنة أو الإبرة تحت الجلد حيث شبهت الرسالة هنا بالمحلول الذي يحقن به الوريد و يصل في ظرف لحظات إلى كل أطراف الجسم عبر الدورة الدموية و يكون تأثيره قوي .

تنطلق هذه النظرية من مجموعة من المسلمات:

*تفترض أن المرسل يتحكم بشكل كلي في العملية الاتصالية، لماذا؟

لأنه هو الذي يضع الرسالة و يقوم بتصميمها و بناءها و يختار الوسيلة أو القناة الأكثر تأثيرا و انتشارا و يختار التوقيت و الطرف المناسب استقبال الرسالة هي تجربة فردية و ليست تجربة جماعية.

أن الرسالة تصل إلى كل فرد بشكل مستقل وهو منعزل عن الآخرين. فلا تفاعل بينهم لماذا؟

- لأن الجماهير عبارة عن ذرات منفصلة

- إن الفرد يتلقى الرسالة مباشرة من الوسيلة بدون وسيط

- تفترض هذه النظرية أن الرسالة الإعلامية تصل إلى كل أفراد المجتمع بطريقة متشابهة أي أن كل فرد

يستقبلها بنفس الطريقة يعني لا توجد فوارق بين الأفراد في تفاعلهم معها

- تفترض النظرية أن المتلقي سيستجيب دائما و بشكل قوي للرسالة التي يتلقاها بما يحقق هدف القائم

بالاتصال

- المتلقي هو عنصر ضعيف جدا في العملية الاتصالية و مفعول به في حين أن المرسل هو العنصر

المسيطر

الخلفيات النظرية لنظرية التأثير القوي:

لقد تبلورت هذه النظرية كنتيجة لمجموعة من النظريات في مجالات مختلفة تنتمي إلى العلوم الاجتماعية

ومن أهمها:

علم الاجتماع و نظرية المجتمع الجماهيري

علم النفس و نظرية المنبه/الاستجابة

التحليل النفسي و النظرية الفردية

العلوم السياسية و نظرية لازويل في الدعاية
تطور الإذاعة و السينما كوسائل اتصال جماهيري.

علاقة نظرية المجتمع الجماهيري بالتأثير القوي

يتسم الأفراد في المجتمع الجماهيري بالعزلة النفسية عن الآخرين. فهم مجرد ذرات منعزلة .
يسود انعدام المشاعر الحميمية عند التفاعل مع الآخرين وقتها يشعر الفرد بالوحدة و القلق و الضياع و
فقدان المرجعيات سيلجأ لوسائل الاتصال الجماهيري لتعويض :

-جماعات الأهل و الأصدقاء والجيران الحي والتي كان يشعر في إطارها بالاطمئنان للتخلص من التوتر فهي
تحل محل العلاقات الشخصية .

- كما أنها وسيلة للتسلية و الإمتاع و تمضية الوقت و الترفيه.

- كمخدر و مسكن للشعور بالتوتر و القلق السائد في المجتمع الجماهيري.

- كمصدر للمعلومات في كل المجالات.

- كمرجعية للتوجيه و التنوير و تسهيل اتخاذ القرارات و تحديد المواقف .

إن نظرية التأثير القوي تتلاءم و تتماشى مع نظرية المجتمع الجماهيري و قد بلورت على أساسها

علاقة نظرية المنبه / الاستجابة النفسية مع نظرية التأثير القوي.

أصبحت النظرية السلوكية تفسر سلوكيات الفرد علي أنها مجرد ردود أفعال تأتيه من المحيط الذي يوجد

فيه كما يمكن أن تأتي هذه المنبهات من المحيط الطبيعي مثل :

الشعور بالبرودة أو الحرارة فردة الفعل ستمثل في وضع ملابس ثقيلة و خفيفة

كما تأتي المنبهات من المحيط الاجتماعي مثل أن يوجه لك شخص رسالة لطلب خدمة فتقدمها له

لقد همش أصحاب هذه النظرية كل العمليات العقلية التي يمكن أن يأتيها الفرد لماذا؟

-لأن كل ما يصدر عنه هو مجرد ردود أفعال على منبهات خارجية فلا يقوم الفرد بأعمال إرادية و لا يتخذ

أية مبادرة

اعتمد أصحاب نظرية التأثير القوي على النظرية السلوكية كيف ؟

اعتبروا أن الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة هي بمثابة منبهات خارجية كيف؟

الدعاية السياسية هي منبه لدفعك كمتلقي لتحديد موقفك السياسي بالطريقة التي يرغب فيها المرسل والإعلان التجاري منبه خارجي لدفعك لإتباع سلوك استهلاكي محدد

يعتبر فرويد أن سلوكيات الفرد تنبع من اللاوعي و اللاشعور أو من العقل الباطن لكن ما علاقة الفردية بنظرية التأثير القوي ؟

اعتبر أصحاب نظرية التأثير القوي أن نسبة كبيرة من الرسائل الإعلانية و الدعائية تتوجه إلى اللاوعي مثال: الترويج لسلعة معينة يتم ربطها بشخصية جميلة أو قوية يتمنى المتلقي للرسالة في أعماقه التشبه بها مثل النجمة المشهورة أو الرياضي البطل

إن نظرية المنبه/الاستجابة و النظرية الفردية رغم اختلافهما الشديد ، لهما قاسم مشترك ما هو؟ إنهما يهتمان الأفعال الإرادية للفرد.