

المحاضرة الثامنة

تابع لنظريات تشكيل الرأي العام

(التصنيف الثاني: نظريات التأثير المعتدل)

➤ نظرية الفجوة المعرفية:

في البداية عبر الباحثون عن قلقهم ممّا أطلقوا عليه الفجوة الرقمية وهي نمط من فجوة المعرفة ولكن في الفضاء الإلكتروني، ويستخدم هذا المصطلح لوصف الاختلاف بين الأفراد والجماعات والدول والقدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة مثل الهاتف والتلفزيون والانترنت، وتقوم هذه الفجوة الرقمية بين هؤلاء الذين يقطنون في المدن والذين يقطنون في المناطق الريفية، وبين المتعلمين وغير المتعلمين، وبين أصحاب الدخول الكبيرة وأصحاب الدخول المنخفضة، وبين الدول المتقدمة والدول النامية والدول المتخلفة، وبشكل أكثر تحديدا فإنّ الفجوة الرقمية تشير إلى الاختلاف بين الناس الذين يملكون وصولا سهلا إلى الانترنت وبين الذين لا يملكون هذا الوصول.

➤ نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين:

يطلق عليها البعض اسم نظرية الخطوتين في الدول النامية، بحيث يقوم قادة الرأي ووجهاء وأعيان ومثقفي المجتمع بدور الوسيط بين الإعلام والجمهور، بحيث يستطيعون فهم الرسالة الإعلامية، ثمّ توصيلها للآخرين بالأسلوب السهل والمقنع، كما أن الأفراد أثناء تعرّضهم لوسائل الإعلام قد تكون عملية إشباع رغباتهم مشتركة وقد تكون عكس ذلك، أمّا المتغيّر الاجتماعي فيتمثّل في عملية التأثير فيما بين الأفراد، من خلال قيادات الرأي التي تستمد معلوماتها من وسائل الإعلام ثم تعرضها على الرأي العام.

➤ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا من مصادر تحقيق أهدافهم، فالفرد يهدف إلى تأييد حقّه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، ويحتاج إلى التسلية والترفيه كهدف أيضا في نفس الوقت إلا أنّ الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الرسائل التي تبثّها وسائل الإعلام أكثر مما هي عليه ، ولكنهم يستطيعون تحديد ما لم ينشر من وسائل، لأنّ وسائل الإعلام تحدّد ما يُنشر

أو لا يُنشر بناءً على العلاقة الدائرية مع أفراد المتلقين مثلها مثل النظم الاجتماعية ويظهر بالتالي تأثير الخصائص والسمات الفردية والاجتماعية على تطوير هذه العلاقة الدائرية مع وسائل الإعلام.

التصنيف الثالث: نظريات التأثير الانتقائي:

➤ **نظرية تبني الأفكار المستحدثة:** يعتبر إيفريت روجرز Everett Rogers صاحب هذه النظرية، نشر المستحدثات هي تلك الإجراءات الاتصالية المؤدية إلى قبول الشيء المبتكر سواء كان سلعة أو خدمة أو فكرة أو ممارسة جديدة، وذلك من خلال استخدام وسائل اتصال شخصية أو غير شخصية أو جماهيرية، بهدف الوصول إلى أعضاء النظام الاجتماعي المستهدفين والتأثير عليهم خلال فترة زمنية معينة، أما عملية التبني فهي العملية العقلية التي يمر بها الفرد من بداية سماعه أو علمه بالابتكار إلى أن ينتهي الأمر إلى مرحلة التبني النهائية، وقد لاحظ روجرز من خلال مراجعته للدراسات والبحوث أن هناك خمس مراحل أساسية لعملية تبني المبتكرات:

1- **مرحلة الوعي بالفكرة:** ويسمى فيها الفرد لأول مرة بالمبتكر الجديد بشكل عفوي أو بشكل مقصود.

2- **مرحلة الاهتمام:** تعبر عن رغبة الفرد في الحصول على مزيد من المعلومات حول الموضوع، أي

أن السلوك أصبح هادفاً.

3- **مرحلة التقييم:** يقوم الفرد بالموازنة بين المزايا والعيوب من وراء تبني هذا المبتكر طبقاً للمعطيات

المتوفرة لديه حول الموضوع، ثم يقرر ما إذا كان هناك فائدة لإخضاع المسألة للتجريب العملي.

4- **مرحلة التجريب:** يقوم الفرد بتجريب المبتكر على نطاق ضيق أو لفترة محدّدة سواء كان هذا

المبتكر سلعة أو خدمة أو فكرة.

5- **مرحلة التبني:** إذا كانت نتيجة التجريب غير مقنعة فسيختلج عن الموضوع، أما إذا اقتنع بنتيجته

فسوف يتبناه ويطبّقه على نطاق واسع.

➤ **النظرية التعزيزية:** أصبح تيار التأثير المحدود للاتصال، أي مجموعة النظريات التي تشترك في

هذه المقولة، مهيمنا على الساحة الإعلامية بدون منازع في الستينات ومن أهم من كرّس هذه الهيمنة

خلال الستينات الباحث كلاير Klapper Joseph من خلال النظرية التعزيزية، حيث تمكّن من أن

يجعل من هذا التيار مهيمنا بشكل مطلق في مجال البحوث الإعلامية، وقبل أن نتطرق للنظرية التعزيزية

يجب أن نتحدّث عن مفهوم "الإطار الدلالي" أو "الإطار المرجعي" لأنه مرتبط ارتباطاً مباشراً بنظرية

كلاير.

مفهوم الإطار الدلالي / المرجعي: يعتبر من المفاهيم التي بلورها علم النفس وعلم النفس الاجتماعي، ويعبر المفهوم عن خلاصة خبرات الانسان المتراكمة على مر الأيام التي تم بناءها بناء على الاستعدادات والقدرات الشخصية والخصائص البيولوجية والاجتماعية والثقافية، وتختلف هذه العوامل من فرد إلى آخر مثل: العوامل الوراثية والاستعدادات الفطرية، العوامل البيئية والاجتماعية، العوامل الثقافية والاقتصادية، ويتكوّن الإطار الدلالي أو المرجعي من عنصرين أساسيين هما:

- الإطار الدلالي / الفلتر أو المصفاة.

- المخزون المعرفي.

المراجع المُعتمدة في المحاضرة:

- 1- حسني محمد نصر، نظريات الإعلام، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2015.
- 2- عبير فتحي الشربيني، الرأي العام: "إشكاليات القياس ونظريات التكوين"، د. ط، دار النهضة العربية، القاهرة، 2014.
- 3- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2004.