

# تطور نظريات الاتصال

التأثير القوي

التأثير المحدود  
والانتقائي

التأثير المباشر

التأثير المعتدل

نظريات التلقي



وسائل الاعلام كانت في بداياتها في بدايات القرن العشرين

الجماهير كانت متخوفة من هذه الوسائل

استخدام واسع لوسائل الاعلام في الدعاية خلال الحرب العالمي الأولى

تطور نماذج نفسية واجتماعية حول السلوك الإنساني مثل تقسيم العمل لدى أوجست كونت وهربرت سبنسر إضافة إلى نتائج النظريات السلوكية والتفسيرات النفسية لها

ظهور مفهوم المجتمع الجماهيري والآثار الموحدة لوسائل الاعلام

التأثير المباشري

التحولات التي حدثت على نظريات علم الاجتماع وعلم النفس والاهتمام  
المتزايد بالبحث الامبريقي

تحرك التفكير في طبيعة العلاقة بين وسائل الاعلام والأفرد واعتبار  
الجماهير كائنات اجتماعية لها ارتباط ببيئتها

بروز مداخل أساسية هي الفروق الفردية، الفئات الاجتماعية والعلاقات  
الاجتماعية

أبرز النظريات التي فسرت العلاقة بين الجماهير ووسائل الاعلام  
انطلاقا من هذه المفاهيم هي: انتقال المعلومات عبر مرحلتين،  
وانتشار المبتكرات التي ركزت على الاتصال الشخصي في اطار الفروق  
الفردية، ونظرية الاستخدامات والاشباع التي ركزت على الفئات  
الاجتماعية في ظل الفروق الفردية

# التأثير القوي

وسائل الاعلام لها تأثيرات قوية إذا تم استخدامها بشكل هادف في إطار حملات إعلامية ضمن: مدى زمني بعيد مع التكرار والتركيز على جمهور محدد من حيث احتياجاته، رغباته، وخصائصه... الخ

انتشرت مطلع الخمسينيات من القرن العشرين مع الدراسات التي أجراها دانيال ليرنر في نظرية اجتياز المجتمع التقليدي على ست دول في الشرق الأوسط في دراساته لدور وسائل الاعلام في الاقناع بضرورة التحضر على النمط الغربي والتخلي عن الحياة التقليدية في هذه الدول

أهم النظريات التي اهتمت بها الاتجاه هي: نظرية اجتياز المجتمع التقليدي، الحتمية التكنولوجية، ودوام الصمت

هي نماذج تفاعلية انتشرت خلال الستينيات والسبعينيات توضع جميع العناصر الاتصالية على نفس المستوى من الأهمية في دراسة آثار وسائل الاعلام التي تعتبر نظم اجتماعية ذات طبيعة بنائية تتفاعل مع النظم الأخرى في المجتمع مع أخذ الخصائص النفسية والاجتماعية للجمهور بعين الاعتبار

تركز على التأثيرات طويلة المدى لوسائل الاعلام على الجمهور، على خلاف النظريات الأخرى

أهم النظريات التي اهتمت بهذا الاتجاه هي: نظرية ترتيب الأولويات، الانماء (الغرس) الثقافي والاعتماد على وسائل الاعلام