

المحاضرة السادسة: نظريات التأثير

تمهيد:

إن نظريات التأثير في علوم الإعلام والاتصال، هي تلك النظريات التي توضح درجات ومستويات التأثير المتباينة والمختلفة لوسائل الإعلام على جماهيرها، حيث تشرح هذه النظريات سبل تأثير وسائل الإعلام على الجمهور بشكل أوسع، مما يساعدنا على معرفة شدة وقوة هذا التأثير، ونتائجه وأثاره على المستوى القريب أو البعيد.

كيف تأثر وسائل الإعلام على الأفراد والمجتمعات؟

تعمل وسائل الإعلام والاتصال على صياغة الرسائل التي تتوافق مع توجهاتها ومصالحها للتأثير على الأفراد والمجتمعات من خلال محاولة:

نمذجة السلوك: يمكن للإعلام أن يعرض نماذج سلوكية تؤثر في سلوك الأفراد والمجتمعات.

تبني القيم والمعتقدات: يستطيع الإعلام التأثير على القيم والمعتقدات الاجتماعية وإعادة تشكيلها من خلال نقل وتبني قيم ومعتقدات جديدة تختلف عن قيم ومعتقدات البيئة المحلية.

تعزيز التوجهات: يستطيع الإعلام تزويد الأفراد الجمهور بالمعلومات التي تعزز توجهاتهم من أجل مساعدتهم على اتخاذ القرارات المناسبة.

التأثير على الانتماء السياسي: تسهم التقارير السياسية ووسائل الإعلام في تكوين انتماءات سياسية مختلفة للأفراد.

تشكيل الهوية الثقافية: يسهم الإعلام في تشكيل الهوية الثقافية للمجتمعات من خلال توثيق وحفظ ونقل الموروث الثقافي للأجيال المتعاقبة.

تشكيل الحشود: يستطيع الإعلام أن يؤثر في سلوك الحشود من خلال تحديد وصياغة الأهداف المشتركة.

تحويل الأفكار: يستطيع الإعلام تغيير الأفكار والمعتقدات للأفراد والمجتمعات بأكملها.

توجيه الرأي: يلعب الإعلام دورًا حاسمًا في توجيه الرأي العام من خلال محاولة التأثير على آرائه وأفكاره من أجل إحداث تغيير على مستوى قناعاته واعتقاداته.

أهداف وسائل الإعلام والاتصال من إحداث تأثيرات على جماهيرها:

أهداف السياسية: يمكن لوسائل الإعلام أن تستخدم لتحقيق أهداف استراتيجية وسياسية عندما تكون قادرة على توجيه تفكير الجمهور وتشكيل وجهات نظرهم حول قضايا معينة.

أهداف تجارية: الكثير من وسائل الإعلام هي كيانات تجارية تعتمد على الإعلانات والمبيعات لتحقيق الأرباح. إذ يمكنها تحقيق عائدات عن طريق إعلانات الشراكات التجارية الراعية إذا ما توفرت لديها قاعدة جماهيرية واسعة.

وفي المحاضرات اللاحقة سنأتي بنوع من التفصيل حول أنواع التأثير إن شاء الله.