

المحاضرة الرابعة: النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال

تمهيد:

تقوم نظرية القائم بالاتصال على أساس فهم دور القائم بالاتصال أو معد الرسالة الإعلامية في صياغة محتوى ومضمون الرسائل التي يستقبلها الجمهور المستهدف. حيث يلعب فيها القائم بالاتصال دوراً محورياً في اختيار الرموز والمعاني التي تتضمنها الرسالة الإعلامية، والتي الهدف من ورائها هو أحداث فرق في أفكار، آراء وتوجهات جماهير هذه الوسائل، وهذا باستخدام لغة مشتركة بين القائم بالاتصال باعتباره المرسل، وبين الجمهور باعتباره المستقبل والذي عليه فهم وتفسير هذه الرموز والمعاني من أجل ضمان رجوع الصدى.

التحديات التي تواجه نظرية القائم بالاتصال في وسائل الإعلام:

تنوع الجمهور: تتنوع اهتمامات وتفضيلات الجمهور، مما يجعل من الصعب تحقيق تأثير فعال للرسائل الإعلامية.

التغيرات التكنولوجية: التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال عمل على تغيير طرق الاتصال وبالتالي تغيير تأثير هذه الوسائل على الأفراد.

مجالات استخدام نظرية القائم بالاتصال:

الدعاية السياسية: ويتم دراسة القائم بالاتصال في وسائل الإعلام والاتصال من أجل معرفة الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في صياغة الرسائل السياسية بهدف التأثير على آراء وقناعات الجماهير.

الإعلانات التجارية: تستخدم الشركات نظرية القائم بالاتصال لاستقطاب وتعزيز وبناء علاقات تجارية مع المستهلكين المستهدفين.

الإعلانات الاجتماعية: تعتمد بعض المؤسسات العمومية والمنظمات الغير ربحية على نظرية القائم بالاتصال لنشر الوعي وتحقيق التأثير الاجتماعي المرجو.

دراسات حديثة حول القائم بالاتصال:

يتم تخصيص المزيد من الاهتمام لنظرية القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الجديدة من أجل تسلط الضوء على مكانة القائم بالاتصال في هذه البيئة الافتراضية الجديدة، وعن دور المستخدمين النشطاء الذين برزوا كفاعلين ومؤثرين جدد عبر وسائل التواصل الاجتماعي.