**المحاضرة رقم 02**

**نظرية الرصاصة الإعلامية (الحقنة تحت الجلد)**

اطلقت على هده النظرية عدة تسميات اهمها نظرية الرصاصة او الطلقة السحرية أي  ان الرسالة
الاعلامية قوية في تأثيرها شبهت بالطلقة النارية التي اذا صوبت بشكل دقيق لا تخطا الهدف مهما كانت دفاعاته، كما سميت أيضا بنظرية الحقنة أو الابرة تحت الجلدية أي شبهت الرسالة هنا بالمحلول الذى يحقن به الوريد ويصل في ظروف لحظات الى كل أطراف الجسم عبر الدورة الدموية ويكون تأثيره قوى ولا يمكن الفكاك منه.

**تنطلق هذه النظرية من مجموعة مسلمات:**
- تفترض بان المرسل يتحكم بشكل كول في العملية الاتصالية, لأنه هو الذى يضع الرسالة ويقوم بتصميمها و بنائها و يختار الوسيلة او القناة الاكثر تأثيرا و انتشارا و يختار التوقيت و الظرف المناسب
- استقبال الرسالة هي تجربة فردية وليست تجربة جماعية يعنى ان الرسالة تصل الى كل فرد بشكل مستقل وهو منعزل عن الاخرين فلا تفاعل بينهم لان الجماهير درات منفصلة.
- أن الفرد يتلقى الرسالة مباشرة من الوسيلة بدون وسيط.
- تفترض هده النظرية ان الرسالة الاعلامية تصل الى كل افراد المجتمع بطريقة مشابهة أي ان كل فرد يستقبلها بنفس الطريقة يعنى لا توجد فوارق بين الافراد في تفاعلها معها.

- تفترض النظرية ان المتلقي سيستجيب دائما وبشكل قوى للرسالة التي يتلقاها بما يحقق هدف القائم بالاتصال, فالمتلقي هو عنصر ضعيف جدا في العملية الاتصالية و مفعول به في حين ان المرسل هو العنصر المسيطر.

**الخلفيات النظرية لنظرية القذيفة السحرية:**
لقد تبلورت هده النظرية كنتيجة لمجموعة من النظريات في مجالات مختلفة تنتمى الى العلوم الاجتماعية ومن اهمها:
1-علم الاجتماع و نظرية المجتمع الجماهيري.
2-علم النفس ونظرية المنبه و الاستجابة .
3-التحليل النفسي والنظرية الفردية.
4-العلوم السياسية و نظرية لاسويل.
تطور الاذاعة والسنيما كوسائل اتصال جماهيري

**نقد نظرية الطلقة السحرية:**

لاقت هذه النظرية رواجا كبيرا خلال فترة ما بين الحربين لأنها كانت متسقة مع النظرية الاجتماعية أنذاك المجتمع الجماهيري و التحليل النفسي و النظرية النفسية و توفر تفسيرا منطقيا لكل من يعتقد أن لوسائل الاتصال قوة خارقة ولا محدودة. ولاكن النظرية لاقت انتقادات مختلفة سنشير لبعضها:
- اعتمدت هده النظرية بالدرجة الاولى على علم النفس و علم النفس الاجتماعي و التحليل النفسي وأكدت ان الرسائل الاعلامية تأثر فقط على الجوانب الشعورية    واللاشعورية للأفراد لكنها تجاهلت كل العوامل السياسية والثقافية و الاقتصادية التي يمكن ان تأثر على العملية الاتصالية مثال: ان الدعاية النازية في عهد هتلر لم تأثر على الشعب الألماني باستخدامها للاشعور فقط بل لأنه استعمل الرعب
و التقتيل لإخضاع الجماهير
و انتقدت هده النظرية من قبل اصحاب المؤسسات الاعلامية لأنها تقوم بتحريض الراى العام و السلطات الامريكية ضدهم وتدفعها لأتخاد اجراءات تحد من حرية تصرفهم في اختيار المضامين التي تدر عليهم ارباحا وفيرة متل العنف و الاثارة و الجنس

- اعتمدت هذه النظريه علي علم النفس  وعلم النفس الاجتماعي  والتحليل النفسي .

- كما اكدت ان الرسائل الاعلامية تؤثر فقط علي الجوانب الشعورية واللاشعورية للافراد متجاهلة كل العوامل السياسية والاقتصادية  والثقافية ةالتي يمكن أن تؤر علي العملية الاتصالية.