

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

المحاضرة السادسة :

مدخل التأثير المعتدل لوسائل الاعلام

يقصد بالتأثير المعتدل لوسائل الاعلام هو مجمل سلوكات المتلقي التي لا تُظهر انسياقا مباشرا وراء الرسائل الاعلامية غير أن تلك التأثيرات قد تتجلى بعد ذلك ضمن رسائل اخرى.

أساس نشأة نظرية الاعتماد

اتَّجه العلماء في مجال الإعلام إلى تفسير السلوك الذي يتبعه المستقبل ومدى علاقته بالمرسل، فظهرت نظريات إعلامية تفسر تلك العلاقة، ومن تلك النظريات نشأت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عبر فكرة رئيسية كان مضمونها بأن المتلقي أو المستقبل يعتمد على وسائل الإعلام المتوفرة له لتكوين آرائه وأفكاره، وتؤكد نظرية الاعتماد فكرة أن الإعلام يُعد من أكثر المؤثرات في الأفكار والآراء لدى المواطنين والأفراد، وارتفعت العلاقة مع مرور الزمن وتقدم التكنولوجيا، خاصةً بعد ظهور الإعلام الجديد، الذي يعتمد على الإنترنت

البنية المفاهيمية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يُنظر في نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام إلى المجتمع كالكائن العضوي الذي ترتبط فيه الأنظمة الاجتماعية مع بعضها وعليه يمكن القول أن هذه النظرية تستمد مشروعة افتراضاتها من الباريمغ الوظيفي الذي يُقر بفكرة البناء العام والمؤسسات الفرعية التي تتحرك داخله بما في ذلك وسائل الاعلام التي تعتبر نظاما اجتماعيا فرعيا. وتنطلق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بشكل رئيسي على تأثيرات محدّدة ومتفاوتة على الجمهور فقد تكون قوية ومباشرة حين يعتمد عليها النظام السياسي في الاتصال بمواطنيه وحين يعتمد عليها النظام الاقتصادي في التأسيس لتوجهاته الاقتصادية وتوسيع مشروعاته، وتكون محدودة وضعيفة حين تعتمد على النظام السياسي في تثبيت وجودها من الناحية التشريعية والممارساتية، وتعتمد على النظام الاقتصادي في تمويل احتياجاتها وتغطية نفقاتها.

يقوم نموذج نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على خطوات، حيث يقوم المتلقي في الخطوة الأولى باختيار الوسيلة الإعلامية وفقاً لأهداف محددة؛ حيث إنّ التعرض للمحتوى يرتبط بمدى اهتمام المتلقي أولاً، أو أن المتلقي قد يتعرض للمحتوى بشكل عرضي دون انتقاء مسبق، وفي حال تأثر المتلقي بالمحتوى فإن تعرضه للمحتوى ذاته سوف يزداد ما يعزز من التأثيرات فيه، وبالتالي تظهر التأثيرات السلوكية في الفرد، ومنها في المجتمع، وقد تكون النظرية أكثر وضوحاً في حالة المناطق التي تشهد حروباً أو عدم استقرار أو نزاع سياسي فيما يقل الاعتماد عليها في حالات الاستقرار .

آثار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

1 الآثار المعرفية لنظرية الاعتماد

يرتبط التأثير المعرفي بتعزيز الجانب المعرفي لدى المتلقي وفقاً لما يحتاجه نظراً لما يحيط به من ظروف، وتشمل الآثار المعرفية في نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على تأثيرات رئيسية، لا بدّ للوسيلة الإعلامية من إدراكها جيداً لتحقيق التأثير المطلوب في المتلقي، وبالتالي تكوين الرأي العام، وتلك التأثيرات كالاتي:

- **الغموض:** ينتج الغموض لدى الفرد عن نقص في المعلومات أو تناقض واختلاف في المعلومات الواردة، كما يحدث في الحروب وحالات النزاع السياسي، وغالبًا ما تكون وسائل الإعلام هي المصدر الرئيسي والوحيد للمعلومات لدى المتلقي.
- **تكوين الاتجاه:** يستخدم الكثير من الأفراد محتوى الوسائل الإعلامية لتكوين وجهات نظر في قضايا محددة، مثل القضايا السياسية أو الرياضية، بحيث يتبنى الفرد تلك الفكرة، ويناقشها في المجتمع، وهنا يكمن دور نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لدى طبيعة عمل وسائل الإعلام الرسمية، خاصةً عند وقوع الأزمات.
- **ترتيب الأولويات:** تُعد وسائل الإعلام الجهة الأكثر تأثيرًا في ترتيب القضايا لدى المتلقي، ومدى أهمية كل منها، فعلى سبيل المثال التعرض لأخبار عن قضية معينة أكثر من غيرها قد يجعلها أكثر أهمية للمتلقي، وذات ترتيب مرتفع من بين اهتماماته.
- **اتساع المعتقدات:** يؤثر الإعلام بشكل مباشر في اتساع رقعة المعتقدات لدى الأفراد، مثل الدين والسياسية، ما قد يؤثر في اتجاهات الأفراد وفي سلوكها.
- **القيم:** تتمثل القيم بمجموعة من الصفات والعادات التي تشترك بها مجموعة من الأفراد في بيئة محددة، حيث يُسهم الإعلام في التعريف بها وتعزيزها لدى الأفراد، مثل الصدق والعدل والتسامح.

2 الآثار الوجدانية لنظرية الاعتماد

- ترتبط عبارة التأثيرات الوجدانية بعاطفة الأفراد، حيث تعزز وسائل الإعلام أو تحد من مشاعر مكونة لدى المتلقي، مثل مشاعر الخوف والقلق تجاه حدث معين أو واقعة معينة، ويُساعد التعرف إلى تلك الآثار على قياس مدى نجاح الوسيلة الإعلامية في التأثير في المتلقي، وتُعد الآثار الوجدانية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها:
- **الفتور العاطفي:** يُمكن تفسير الفتور العاطفي كأحد التأثيرات الوجدانية نتيجة التعرض لوسائل الإعلام بأنه ناتج عن التعرض لمشاهد العُنف، وبأن ارتفاع معدلات التعرض لمثل هذه المشاهد يؤدي إلى الفتور العاطفي تدريجيًا، بحيث يشعر الفرد باللامبالاة تجاه الأحداث التي تجري في الحياة الواقعية.
 - **الخوف والقلق:** ينعكس التعرض المبالغ والمتكرر لمشاهد العنف والرعب والكوارث عبر وسائل الإعلام على المتلقي في الواقع، فقد يتتابه الخوف والقلق تجاه وقوع تلك الأحداث في البيئة المحيطة به.
 - **الدعم المعنوي والاعتزاز:** يُعد الدعم المعنوي المرتبط بالجانب الوطني أو المجتمعي من الآثار الوجدانية الشائعة نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، وخاصةً الوطنية والقومية، والتي تسعى إلى تعزيز روح الانتماء إلى الوطن مثلًا.

3 الآثار السلوكية لنظرية الاعتماد

- تُعدّ التأثيرات السلوكية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، والتأثيرات النهائية في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، بحيث تنعكس تلك التأثيرات في سلوك الأفراد، وبالتالي سلوك المجتمع، ومن أبرز الأمثلة على ذلك، السلوك التجاري لدى الفرد، بحيث تسهم الإعلانات التجارية في التأثير في سلوك الفرد، وبالتالي سلوك المجتمع، وهو من الأهداف الرئيسة لدى وسائل الإعلام من أجل تحقيق نتائج اقتصادية أو سياسية، وترتبط الآثار السلوكية في ردة فعل المتلقي بعد تكوين الجانب المعرفي أولًا، ومن ثمّ التأثير في الجانب الوجداني، ويُمكن حصرها بأمرين رئيسين، وهما:
- التنشيط:** ليس من المشترك أن يكون ذلك إيجابيًا، فقد يكون النشاط عنيفًا مثلًا، ويُمكن تفسير جانب التنشيط بأنه

ردة فعل المتلقي تجاه حدث محدد من خلال الإيجاب، مثل المشاركة في الانتخابات.

الخمول: يعني الخمول تجاه حدث محدد رد الفعل السلبي تجاه الحدث ذاته، مثل عدم المشاركة في العملية الانتخابية،

وتنتج غالبًا عن عرض متكرر بشكل مبالغ به للرسالة الإعلامية، ما قد يحفز الشعور بالملل لدى المتلقي.