

نظريات التأثير الإعلامي وعلاقتها بالإعلام الجديد



فان فودة



مركز الأبحاث والدراسات الإعلامية

المحتويات

7	المقدمة
11	الفصل الأول : مفاهيم الاتصال : الاتصال - الإعلام - المعلومات
13	أولاً : الاتصال
14	مفهوم كلمة اتصال
16	مفهوم الاتصال في ضوء المتخصصين العرب
17	ثانياً : مصطلح الإعلام
19	أهم خصائص ومميزات الإعلام
21	ثالثاً : مصطلح المعلومات
23	الفصل الثاني : التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال
25	تمهيد
26	أولاً : مفهوم التأثير الاجتماعي
27	ثانياً : مستويات التأثير الاجتماعي
27	1 - التأثير بين الأفراد
27	2 - التأثير بين الأفراد والجماعات

28 - التأثير بين الأفراد ووسائل الاتصال الجماهيري

28 - التأثير بين الأفراد والثقافة

29 ثالثاً: مظاهر التأثير الاجتماعي

30 رابعاً : علاقة علم الاجتماع بالاتصال الجماهيري

33 الفصل الثالث: النظريات المفسرة لحرية الإعلام

35 أولاً: نظرية الحرية الإعلامية

35 1 - خصائص نظرية الحرية الإعلامية

36 2 - نقد النظرية

37 3 - معنى حرية الصحافة والاعلام

41 ثانيًا: نظرية السلطة

41 1 - نشأة النظرية

43 2 - مستويات تطبيق النظرية

44 3 - نظرية السلطة وعلاقتها بالإعلام الجديد

46 ثالثاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام

48 1 - أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية

50 أ - الحق في الخصوصية

50 ب - الحق في محاكمة عادلة

- ج - الموضوعية 51
- 2 - المبادئ الرئيسة لنظرية المسؤولية الاجتماعية 51
- 3 - أبعاد المسؤولية الإعلامية في نشر أخبار العنف 53
- أ - المسؤولية الأخلاقية 55
- ب - المسؤولية القانونية 56
- ج - المسؤولية الاجتماعية 56
- رابعاً: النظرية السوفيتية أو الاشتراكية 57
- خامساً: النظرية التتموية 58
- سادساً: نظرية المشاركة الديمقراطية 60
- 63
- الفصل الرابع: نظريات التأثير الإعلامي
- أولاً: نظريات القائم بالاتصال 65
- أ - ملخص النظرية 65
- ب - العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية 66
- 1 - معايير المجتمع وقيمه وتقاليده 66
- 2 - المعايير الذاتية للقائم بالاتصال 67
- 3 - المعايير المهنية للقائم بالاتصال 68
- أ - سياسة المؤسسة الإعلامية 68

- 71 - مصادر الأخبار
- 72 - علاقات العمل وضغوطه
- 72 - معايير الجمهور
- 74 - علاقة النظرية بالإعلام الجديد
- 74 - سقوط نظرية حارس البوابة بالتطبيق على الإعلام الجديد
- 77 - 2 - نظرية انتقال المعلومات (التأثير) على مرحلتين
- 82 - 3 - نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)
- 83 - الدعائم الأساسية التي تقوم عليها نظرية الغرس
- 85 - 4 - نظرية الفجوة المعرفية (Knowledge Gab Teory)
- 88 - علاقة نظرية فجوة المعرفة بالإعلام الجديد
- 88 - الفجوة الرقمية
- 94 - 5 - نظرية الصياغة أو تحليل الإطار الإعلامي (Framing Theory)
- 99 - نشأة نظرية تحليل الإطار الإعلامي
- 102 - أهمية نظرية الإطار الإعلامي
- 103 - وظائف نظرية الإطار الإعلامي
- 106 - ثانيًا: النظريات المتعلقة بالجمهور

106 - 1 نظرية الاستخدامات والإشباعات

Uses & Gratifications Theory

107 فرضيات النظرية

108 العلاقة بين نظرية الاستخدامات والإشباعات والاتصال السياسي

110 علاقة النظرية بالاتصال السياسي

110 علاقة نظرية الاستخدامات والإشباعات بالإعلام الجديد

115 - 2 نظرية المعالجة المعلوماتية

(Information Processing Theory)

117 علاقة النظرية بالإعلام الجديد

120 - 3 نظرية دوامة الصمت (Spiral of Silenenc)

122 علاقة نظرية دوامة الصمت بالإعلام الجديد

124 ثالثاً: النظريات السلوكية والتأثير المباشر لوسائل الإعلام

124 - 1 نظرية التفاعلية الرمزية والبناء الاجتماعي للحقيقة

(Symbolic interactions)

126 - 2 نظرية التعلم الاجتماعي

130 - 3 نظرية الإدراك الاجتماعي

132 - 4 نظرية الاتساق المعرفي والوجداني

- 133 - 5 - نظرية اللعب في الاتصال الجماهيري
- 133 - 6 - نظرية الرصاصة السحرية (أو الحقنة تحت الجلد)
- 134 - علاقة النظرية بالإعلام الجديد
- 135 - رابعاً : نظريات التأثير الانتقائي
- 135 - 1 - مدخل الفروق الفردية
- 135 - 2 - مدخل الفئات الاجتماعية
- 137 - 1 - نظرية الاستخدامات والإشباع
- 137 - 2 - نظرية انتشار المبتكرات
- أ - بداية ظهور الوسائل الإعلامية التقليدية والجديدة وانتشارها
- 137 - ب - تطبيق نظرية انتشار المبتكرات داخل وسائل الإعلام التقليدية
- 140 - ج - تعليمات نظرية حول قائد الرأي
- 141 - د - عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بالابتكار
- 141 - هـ - مراحل اتخاذ القرار حول الابتكار
- 142 - و - الخصائص التي تؤثر في قبول أو انتشار المبتكرات

- ملاحظات حول الخصائص التي تؤثر في قبول أو انتشار
المبتكرات 142
- مراحل تبني الأفكار 143
- ملاحظات حول تبني مراحل الابتكار 144
- ز - علاقة النظرية بالإعلام الجديد 145
- خامساً: نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام 148
- 1 - نظرية ترتيب الأولويات The Agenda-Setting Theory 148
- نشأة وتطور نظرية ترتيب الأولويات 150
- أهمية نظرية ترتيب الأولويات 151
- وظائف نظرية ترتيب الأولويات 153
- فروض نظرية ترتيب الأولويات 154
- مكونات نظرية ترتيب الأولويات 156
- مراحل وضع الأولويات 159
- العوامل المؤثرة في وضع الأولوية 161
- علاقة نظرية ترتيب الأولويات بالإعلام الجديد 166
- 2 - نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام 170

Media System Dependency Theory (MSD)

- 171 - 1 - نشأة وتطور نظرية الاعتماد
- 172 - 2 - أبعاد الاعتماد على وسائل الإعلام
- 175 - 3 - الأسس والفروض التي تقوم عليها النظرية
- 182 - 4 - أنواع الاعتماد
- 182 - أنواع التعرض في ضوء نظرية الاعتماد
- 183 - 5 - آثار الاعتماد على وسائل الإعلام
- 183 - 1 / 5 - التأثيرات المعرفية
- 188 - 2 / 5 - التأثيرات الوجدانية
- 189 - 3 / 5 - التأثيرات السلوكية
- 190 - 6 - السمات الخاصة بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
- 192 - 7 - بعض الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
- 194 - 3 - نظرية فجوة المعرفة
- الفصل الخامس: النظرية المفسرة لعلاقة الإعلام التقليدي بالإعلام الجديد**
- 195 - أولاً: أهم الظواهر التي صاحبت الإعلام الجديد
- 197 - ثانياً: الفروق بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي
- 198

نظريات التأثير الإعلامي وعلاقتها بالإعلام الجديد

- 198 ————— ثالثاً: صور الإعلام التقليدي
- 199 ————— رابعاً: صور الإعلام الجديد
- 200 ————— خامساً: بنية الإعلام الجديد
- سادساً: نقاط الاتفاق والاختلاف بين الإعلام التقليدي والإعلام
الجديد
- 203 —————
- 204 ————— الصعوبات التي تواجه الإعلام الجديد
- سابعاً: النظرية المفسرة لعلاقة الإعلام التقليدي بالإعلام
الجديد
- 208 —————
- 208 ————— نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام
- 215 ————— المحتويات