

تسمّى أيضاً نظرية الحقنة تحت الجلد أو نظرية الرصاصية السحرية، أولى نظريات التأثير الإعلامي، تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام والاتصال تؤثر بشكل مباشر وسريع في الجمهور، وأن استجابة الجمهور للرسائل تكون مثل رصاصة البندقية تؤثر بشكل سريع ومباشر بعد انطلاقها، وظهرت على يد "هارولد لازويل" في الحرب العالمية الأولى، ونشأت النظرية باعتبار الدعاية في وسائل الإعلام أداة للتأثير في مواقف الجمهور وسلوكهم وأفكارهم. [٢] حيث كان اعتقاد علماء الاتصال في بدايات القرن العشرين أن الجمهور بمستواه العام سلبياً، يتقبل جميع المواد والرسائل الإعلامية التي يتم بثها، وأنه يمكن التلاعب ويتقبل كل ما يرسل إليه، فأصحاب هذه النظرية يرون أن لوسائل الإعلام تأثيراً مباشراً على الجمهور وبصورة مباشرة، وهذا أساسه أن الرسالة الإعلامية تشكل عنصراً قوياً في التأثير عليهم، ولهذا أطلق أصحاب التوجه على النظرية الحقنة تحت الجلد أو نظرية الرصاصية السحرية. [٢] ما هي الفرضيات التي قامت عليها نظرية الحقنة؟ وضع عالم الاتصال "ولبور شرام" نظرية الرصاصية أو الحقنة تحت الجلد، حيث كان يرى ما تبثه وسائل الاعلام، كأنها رصاصة سحرية تقوم بنقل المشاعر والأفكار من عقل الآخر، ولنظرية الحقنة أو الرصاصية فرضيات قامت عليها، وهي: [٢] تقوم وسائل الإعلام بتقديم رسائلها إلى الأغنياء من الجمهور في المجتمع، والذين يستخدمون تلك الرسائل بشكل متقارب. تحتوي الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام على منبهات أو مؤثرات تؤثر تأثيراً فعالاً في مشاعر وعواطف الأفراد. تقوم الرسائل الإعلامية بجعل الأفراد يستجيبون بشكل متماثل إلى حد ما. تعد تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور قوية ومتماثلة ومباشرة. يتلقى الفرد المعلومات من وسائل الإعلام بشكل فردي وبلا وسيط. لا يعتمد رد الفعل على تأثير المتلقين ببعضهم، هذه الفرضيات تدل على أن الرسائل في هذه النظرية تخاطب الفرد بصورة خاصة، حيث لا تعتمد على قادة الرأي ليؤثروا في الجمهور، قام الباحث "كارل هوفلاند" برئاسة مجموعة من علماء النفس في جامعة بيل الأمريكية بأول بحث حول هذه النظرية، وبدعم من الجيش الأمريكي، من أجل عمل برنامج يقوم على إقناع الجنود بالقتال وإقناعهم بعدالة ما يقاتلون من أجله خلال الحرب العالمية الثانية، فقاموا بتوجيه رسائل باتجاه واحد كمبدأ عمل حقنة الإبرة إلى الجنود لإقناعهم، حتى وإن كان القتال غير شرعي أو عادل عند الشعوب الأخرى، لكن وسائل الإعلام الأمريكية استخدمت هذه النظرية للتأثير بشكل مباشر على الجنود، وألا يبحثوا أو يتحققوا إن كان الأمر صائباً أم خاطئاً. [٢] مع أن هذه النظرية من نظريات التأثير الإعلامي المؤثرة بشكل مباشر، مثل أنها لم تركز نظرية التأثير المباشر على أهمية التغذية الراجعة من قبل الجمهور، ولم تراعي وتهتم بفكر ونفسية الجمهور، بل فرغت وسائل الإعلام لإرسال الرسائل فقط، حيث إنها لم تكن تحصد التأثير الذي ترغب به دائماً، والدليل على ذلك أن أصحاب الاتجاهات والأفكار المختلفة عندما يريدون توجيه الجمهور إلى نحو قضية ما هذه الأيام، لا يجدون التأثير الكامل أو المطلوب، وإن سخر جميع وسائل الإعلام ووظفها لإحداث هذا التأثير.