

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة الدراسات العليا  
كلية العلوم الإنسانية  
قسم الإعلام

مادة

# نظريات الاتصال

أ. د. حميدة سميسم

الطالب  
أحمد عريقات

بسم الله الرحمن الرحيم

الموضوع  
ملخص كتاب

اسم المؤلف  
د. عبد الرحيم درويش.

عنوان الكتاب  
مقدمة الى علم الاتصال .

سنة النشر: عام ٢٠٠٥  
دار النشر : مكتبة نانسي ، دمياط

## التعريف بالكتاب:

الكتاب مؤلف من ٢٣٨ صفحة من القطع المتوسط، ويتألف من :

١ - المقدمة :

الاتصال في حياة البشر

الاتصال في الكائنات الحية

الاتصال في الكائنات غير الحية

علم الاتصال الان

٢ - عدد الفصول ستة ، وهي كالتالي :

## الفصل الاول

### بعنوان : خلفيّة عامة عن الاتصال

- الاجزاء التالية :
- اشكال الاتصال
- نماذج تفسير وتحليل وسائل الاتصال
- مستويات الاتصال
- انماط الاتصال
- اشكال الاتصال
- الاتصال النفسي والاتصال غير النفسي
- عقبات استخدام الاتصال النفسي
- تحسين مهارات الاتصال النفسي
- الاتصال غير النفسي : وظائفه وطرق استخدامه
- مبادئ الاتصال غير النفسي
- تحسين مهارات الاتصال غير النفسي
- مراجع الفصل الاول : وهي ١٧ مرجعا باللغة الانجليزية

## الفصل الثاني

### عنوان تحديد مفهوم الاتصال وأهميته

- والاجزاء التالية :
- الاتصال البشري : تعدد التعريفات والسمات الأساسية
  - أهمية الاتصال : الوظائف والاهداف
  - أسباب دراسة الاتصال
  - تحديد مفهوم الاتصال
  - او لا: تعريفات الاتصال
  - ثانيا: سمات الاتصال البشري
  - ثالثا: عناصر عملية الاتصال
  - مراجع الفصل الثاني : وهي ٢٠ مرجعا باللغة الانجليزية

## الفصل الثالث

### عنوان نماذج الاتصال

- والاجزاء التالية : - وظائف النماذج  
 - الصعوبات التي تواجهنا في النماذج  
 - تقييم نماذج الاتصال  
 - نموذج الاتصال الذاتي  
 - نموذج الاتصال الشخصي  
 - نموذج الاتصال الجماهيري  
 - نموذج الاتصال التنظيمي أو المؤسسي  
 - نموذج الاتصال الثقافي  
 - تطور دراسة نماذج الاتصال  
 \* المرحلة الاولى  
 - نموذج أرسطو  
 - نموذج لازويل  
 - نموذج شانون وويفر  
 - نموذج وسلي وماكلين  
 - نموذج ديفيد بربلو  
 - نموذج نيوكومب  
 \* المرحلة الثانية  
 - نموذج شرام  
 \* المرحلة الثالثة  
 - نموذج مكتب تقييم التكنولوجيا الأمريكية  
 - نموذج واترلاوك وبيفن وجاكسون  
 - نموذج دانس الحزواني  
 - نموذج التوجه المشترك  
 - نموذج التقارب  
 - مراجع الفصل الثالث : وهي ٣٦ مرجعا منها ٣ باللغة العربية والباقي باللغة الانجليزية

## الفصل الرابع

### عنوان وظائف الاتصال

- والاجزاء التالية :
- الوظائف المقدمة للافراد مقابل الوظائف المجتمعية
  - وظائف المحتوى مقابل وظائف الوسيلة
  - الوظائف الظاهرة مقابل الوظائف الكامنة
  - الوظائف المقصودة مقابل الوظائف غير المقصودة
  - الوظائف العاجلة مقابل الوظائف على المدى البعيد
  - الوظائف المتوقعة مقابل الوظائف غير المتوقعة
  - وظائف وسائل الاتصال في المجتمع
  - مفهوم لازرسفيلد وميترنون للوظائف
  - وظائف وسائل الاتصال التي تتحقق للفرد
  - رؤية ساميل بيكر لوظائف وسائل الاتصال للافراد
  - النظريات التي تركز على وظائف أو استخدامات وسائل الاتصال
    - \* نظرية الاستخدامات والاشباعات
    - \* نظرية القيمة المتوقعة
    - \* نظرية اللهو أو اللعب
    - \* نظرية التسلية
  - مراجع الفصل الرابع : وهي ٢٠ مرجعا باللغة الانجليزية

## الفصل الخامس

### عنوان تأثيرات وسائل الاتصال

- والأجزاء التالية : - تعريف التأثيرات
  - مستويات دراسة التأثيرات
  - وصف تأثيرات الاتصال
  - طرق قياس تأثيرات وسائل الاتصال
  - صعوبة دراسة التأثيرات
  - نظرية تأثيرات وسائل الاتصال
- \* المرحلة الاولى : مرحلة التأثيرات القوية
- \* المرحلة الثانية : مرحلة نموذج التأثيرات المحدودة
  - مرحلة تدفق المعلومات على مرحلتين ونظريات الاتساق
  - نظريات التأثير الانقائي
- \* المرحلة الثالثة : مرحلة التأثيرات المعتمدة
  - نموذج طلب المعلومات
  - نظرية الاستخدامات والاشياعات
  - نظرية وضع الأجندة
  - نظرية الآعراف الثقافية
  - نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال
- \* المرحلة الرابعة : مرحلة نموذج التأثيرات القوية
  - نظرية دوامت الصمت
  - بعض التأثيرات الأخرى لوسائل الاتصال
- مراجع الفصل الخامس : وهي ٧٤ مرجعاً ٥ مراجع باللغة العربية والباقي باللغة الانجليزية

## الفصل السادس

### عنوان التربية الاعلامية

- والاجزاء التالية :
- أهمية التربية الاعلامية
  - تعريف التربية الاعلامية
  - \* تعريف أرت سيلفر بلات
  - \* تعريف جيمس بوتر
  - \* تعريف جوزف تورو
  - مهارات التربية الاعلامية
  - عقبات تواجه التربية الاعلامية
  - أهداف التربية الاعلامية
  - المؤسسات التي يمكن أن تقوم بال التربية الاعلامية
  - التربية الاعلامية داخل الأسرة
  - مبادئ التربية الاعلامية للأسرة
  - استراتيجيات التربية تحقيق الاعلامية داخل الأسرة
  - دور المدرسة والمؤسسات التعليمية في التربية الاعلامية
  - دور أطباء الأطفال
  - مراجع الفصل السادس : وهي ٦٤ مرجعا كلها باللغة الانجليزية

أد/ حميدة مسيسم .

تم تناول الفصل الثالث والرابع والخامس وذلك بالاتفاق مع

يتحدث الفصل الثالث من هذه الكتاب عن نماذج الاتصال في البداية من الناحية التاريخية، وهي تعود الى ٢٥٠٠ عام على يد أستاذة البلاغة كافلاطون وأرسطو والسفسطائيين ، وأستمر التعامل مع المذاجر الى الان وهي تعتبر طريقة مناسبة للتفكير بشأن عملية الاتصال بطريقة تصويرية ، وقد حدث الكثير من التغير لهذه النماذج وطوره وخاصة مع ازدياد الحاجة في تكتنیکيات الدعاية واقناع القوات بالحرب وخاصة في الحربين العالميتين الاولى والثانية . ومن ناحية معنى النموذج والفرق بين النظرية والنموذج فأن النماذج التصويرية صممت للاسباب التالية :

- ١- فهم عمليات الاتصال المختلفة .
- ٢- فهم تأثيرات عمليات الاتصال .
- ٣- ولشرح نظريات الاتصال .
- ٤- لتحديد وجه الشبه والاختلاف بين انواع الاتصال المختلفة .
- ٥- لشرح مختلف العمليات الاتصالية .

وتعریف النموذج كما يشير الدكتور عبد الرحيم درويش في هذا الكتاب انه وسيلة تصويرية أو تستخدم الرسم لشرح أو تسهيل فهم عملية الاتصال المجردة . وقد يرقى النموذج ليصل الى مستوى النظرية كنموذج الاستخدامات والاشباعات والذي يعرف كذلك بنظرية الاستخدامات والاشباعات ، ويمكن تعريف النموذج من خلال علاقة التشابه بينه وبين النظرية بأنه "تمثيل مبسط ونظري للعالم الحقيقي " وهو يساعد على فهم النظرية لأنه يقترح بعض العلاقات بين المتغيرات ، وهو بتعریف دویتش " بناء الرموز والقواعد التي تعمل ومن المفترض أنها تتلائم وتتوافق مع مجموعة من النقاط المتصلة ببعضها في بناء موجود أو عملية موجوده " وهي اذا شكل من اشكال الانتقاء والتجريد.

وفي هذه الكتاب تقسم وظائف النموذج الى :

#### ١- الوظيفة التنظيمية :

ان النموذج له قدرة على ترتيب وربط البيانات والعناصر المختلفة في العملية واظهار اوجه الشبه والاختلاف .

#### ٢- الوظيفة التنبؤية:

ان النموذج يساعدنا على التنبؤ ، والذي يؤدي الى الوظيفة الثالثة .

#### ٣- الوظيفة التوجيهية :

ان التنبؤات الكمية التي يعطينا ايها النموذج تكون بعيدا عن نعم أولا ويوجهنا او يقودنا الى حقائق جديدة.

#### ٤- وظيفة القياس :

ان مساعدة النموذج لنا بالتنبؤ والخروج بتتبؤه كمي يساعدنا على قياس الظاهرة .

ويرى الدكتور عبد الرحيم ان هناك صعوبات تواجه الباحثين والدارسين في النماذج مستزیدا من كتاب جيهان رشتي وهي :

١- تجميد عملية الاتصال لوصف عناصرها .

٢- فصل بعض العناصر عند تجميد العملية .

٣- استخدام اللغة في الوصف ولغة متغيرة من وقت الى آخر .

وتشير جيهان رشتي الى فئتين من النماذج :

١- **النماذج البنائية :** وهي تظهر مكونات وعدد وحجم وترتيب الاجزاء المنفصلة للنظام الاتصالي .

٢- **النماذج الوظيفية :** وهي تقدم صورة طبق الاصل لاسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام .

وعن كيفية تقييم النماذج يعدد الدكتور عبد الرحيم سبعة جوانب يجب مراعتها عند التقييم وهي : عمومية النموذج وقدرته على التوجيه وأكتشاف العلاقات وأهميته للتساؤل والتتبُّوء والقياس وامداده للباحث بال بصيرة ومدى البساطة والواقعية .

### **الاتصال الذاتي**

بعد الاتصال الذاتي من اهم مستويات الاتصال على الاطلاق لأنها نقطة البداية ، حيث يكون الشخص هو المرسل والمستقبل ، والرسالة تتمثل بالافكار والمشاعر والقناة الاتصالية هي المخ الذي ينقل هذه التداعيات ، ورجع الصدى يتمثل بالتحدث ثانية مع النفس .

ونموذج الاتصال الذاتي كما يشير اليه الكتاب يحدد المؤثرات بالحالة المزاجية والمشاعر والمظاهر والحالة النفسية والدور الاجتماعي وسمات الشخصية والمعتقدات والقدرات العقلية والمواهب .

وهو يؤكد على ان الانسان في النهاية لا يعيش في عزلة لأنه محاط بظروف طبيعية تتفاعل مع بعضها باستمرار .

### **الاتصال الشخصي**

هو أول انواع الاتصال بعد الاتصال الذاتي ، ويبداء الانسان بممارسته من السنين الاوليتين من العمر ثم يمتد ، وهو يعتبر من أدوات الاشباع المتبادل لل حاجات ، ومن خلالها تبني عملية تقدير الذات والقلق والمخاوف والرغبات والأمال والاحلام ، والوسيلة له تكون باللفظي أو غير اللفظي كحركات الجسم ، وللبيئة والماضي دور في تحديد شكل وطريقة هذا الارسال . ورجع الصدى به يعتبر فوري وسريع ، ومن مقوماته الاساسية كي يقوم هذا الاتصال هو الاشباع المتبادل لل حاجات بين الطرفين و اذا لم يتم هذا الاشباع تعتبر العملية الاتصالية منتهية .

## **الاتصال الجماهيري**

يعرف جوزيف تورو الاتصال الجماهيري بأنه الانتاج التصنيعي والتوزيع المتعدد للرسائل من خلال الادوات التكنولوجية . وهو يحتاج كل عملية اتصالية الى وسيلة ومرسل ومستقبل ولكن هناك أوجه اختلاف بينه وبين انواع الاتصال السابقة في :

### **١- الاختلاف في المصدر :**

المصدر في الاتصال الجماهيري مؤسسة أو منظمة كبيرة .

### **٢- الاختلاف في النقل :**

المادة تنتقل من المنتج الى شركة التوزيع الى محطة البث ومن ثم الى اجهزة الاستقبال سواء التلفزيون او الصحف او الاذاعة .

### **٣- الاختلاف في رجع الصدى :**

هنا رجع الصدى غير مباشر ومؤجل .

### **وتحدد طبيعة الاتصال الجماهيري كالتالي :**

منظمات رسمية وغير رسمية ومعقدة تنتج رسائل الاتصال الجماهير ، ويوجد العديد من حراس البوابات الذين يتحكمون بمرور المعلومات ، وهذه المنظمات تحتاج الى مبالغ مالية ضخمة كي تقوم بعملها والهدف الاساسي لها هو تحقيق الربح .

ان الاتصال الجماهيري اكثر صعوبة من انواع الاتصال الاخرى وهذا يقودنا الى :

### **١- ان التشويش على محتوى الرسالة عالي جدا .**

انه يمر من خلال العديد من المرشحات لدى المستقبل كالخبرة المخزنة والتناقض المعرفي والمعتقدي والايديولوجي ، وان الوسيلة يوجد بها اداة للتشويش سواء انقطاع الارسال أو الصوت أو الصورة أو التشويش الدلالي عندما لا تفهم الرسالة لكون القائم بالاتصال لا يستخدم كلمات تفهم من قبل المستقبل .

### **الاتصال التنظيمي أو المؤسسي**

هو الاتصال الذي يتم داخل المنظمات والمؤسسات ويضع الكتاب هذا الاتصال في ثلاثة مستويات اذا تم العمل بها سيتحقق للمؤسسة أو المنظمة الهدف المسعى اليه وهي كالتالي :

- الاتصال من أعلى الى أسفل : من الادارات العليا للدوائر الاقل في الهرم الاداري .
- الاتصال من أسفل الى أعلى : وهو يشمل رجع الصدى أو المشاكل الشخصية أو الاقتراحات .
- الاتصال الجانبي أو الافقى : وهو مهم داخل المؤسسات والمنظمات لانه يقوم بمهمة تنسيقية ما بين هرم الادارة والدوائر الوسطية .

### **الاتصال الثقافي**

وهو يأخذ الاتصال الذي يتم بين ثقافتين سواء اتصال وجاهي أو باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري ، ومن خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهير يخشى من المخاطر التالية :

- التبسيط المفرط والتععميم المفرط والبالغة أو التضخيم.

### **ومن مزايا الاتصال الثقافي:**

**الحصول على القوة الذاتية :** وهي عندما يتلقى شخص ثقافات أخرى متعددة تترسخ لديه فناعة بثقافته ومدى رضاه عنها .

**التحرر من الجهل :** ان ازدياد المعرفة لدى الفرد عن الاخرين تحرره من الجهل وتعطية الاحساس بالقوة ، وتبعده عن الصراع أو الكراهية للطرف الآخر .

**بناء علاقات أفضل :** يأتي هذا من التحرر من الجهل والسلبيات وجعل الانسان قادرا على مد علاقاته للاطراف الاخرين .

تطور دراسة نماذج الاتصال

عملت نماذج الاتصال على الاستفادة من العلوم الانسانية كالاجتماع والنفس والفيزياء، واستفادة منها علوم الاحياء والطب والهندسة ، وهذه النماذج يمكن تتبع تطورها عبر ثلاثة مراحل :

المرحلة الأولى:

وتسمى مرحلة التركيز على القائم بالاتصال أو المرسل أو مرحلة الفعل ، وهي تمثل تركيز المرسل على المستقبل وأمتدت من عام ١٨٩٠ إلى أوائل الخمسينيات ، وهي تسعى إلى أقناع المتلقي والتركيز على الاتصال الشخصي ، وهي تتمثل بارسطو وأفلاطون وفن البلاغة ، وطرح هاورد لازوويل نموذجه القائل ( من يقول ماذا وبأية وسيلة ولمن وبأي تأثير ، واضاف عليها برادوك انه تحت اية ظروف ومن أجل اية اغراض وبأي تأثير .

وهي تسمى النماذج الخطية للاتصال ، ومن أهم نماذجها نموذج شانون وويفر عام ١٩٤٩ ويسمى النظرية الرياضية للاتصال ، وينتقد هذا النموذج بانه يأخذ شكل الخط وعدم أخذ اللغة الجسم ورجم الصدى وصناعة المعنى ، وهو لا يراعي سياق الاتصال أو التوقيت وبأن الاتصال عملية لاتتجدد ولا يأخذ بتبادل الادوار ما بين المرسل والمستقبل . ثم طور هذا النموذج من قبل دفلور ، الذي أشار به الى وجود الضوضاء والتشویش وانه قد يكون متواجد بكافة مراحل العملية الاتصالية . جاء وسلی وماکلین وأکدوا على ان نموذج شانون ینطبق على الاتصالات السلكية ، وقاما بتطوير نماذج لشرح الاتصال في سياقات مختلفة تتراوح ما بين الاتصال الشخصي وجهاً لوجه والاتصال الجماهيري ، واخذوا بعين الاعتبار مجموعة من الميكانيزمات كرجع الصدى وحراس البوابات وبعض السمات من علم النفس ونظرية التعلم القائلة بـ استجابة المستقبل للمثير وتعلمها وتكرارها والاحساس بالرضا كالمكافأة.

نموذج ديف بربو تأثر نموذجه بنموذج ارسيل وعلم معاني اللغة ونظرية التعلم السابقة الذكر، واهتم بمهارات الاتصال واتجاهات كل من المصدر والمتنقى وبمستوى المعرفة والنظم الاجتماعية والثقافية ، واهتم بالحواس الخمسة وهو نموذج خطى .

نموذج نيوكونبقدم هذا النموذج عام ١٩٥٣ كتطوير لنموذج هايدر وهو تمثيل بسيط لдинاميكية العلاقة الاتصالية بين فردین ، وأشار الى تغيير الافكار وتكوين الرأي العام والدعائية ، وأشار الى توافق الاتجاهات وتوارزتها ومقاومتها لكل تغيير ، وأكّد على المعرفة الداخلية للفرد . هذا يشبه نظرية التناقض المعرفي التي قال بها عالم النفس فستجر وهي أن المعلومات الجديدة قد تخلق نوع من عدم الاتساق وهذا يؤدي الى عدم الراحة النفسية ، وبالتالي يسعى الفرد للبحث عن معلومات تؤيد قراراته وأختياراته .

### **المرحلة الثانية :**

وهي تسمى بمرحلة تفاعلية الاتصال ، اذ اصبح الاهتمام بالعملية الاتصالية من نواحي عديدة كالسيطرة والتحكم ورجع الصدى ، وأخذ عامل الوقت بالاعتبار وتبادل الادوار ما بين المرسل والمستقبل . من رواد هذه المرحلة ولبر شرام الذي أشار بالإضافة كما سبق الى رموز العملية الاتصالية بالرسالة وفك الرموز اي المعاني الخاصة بالرسائل ودور الفكر والمعتقد المستقبلي في التفسير ، وكذلك دور التجربة المشتركة للطرفين في العملية الاتصالية وهي عملية تفاعلية .

### **المرحلة الثالثة :**

وتسمى مرحلة تبادل الادوار بين المرسل والمتلقي بأستمرار وطوال الوقت ، وانه هناك تزامن في الاستجابات في الوقت ذاته بين الطرفين واثناء تبادل الادوار ، وكذلك عملية الادراك تبادلية ، ويتم خلق المعاني وايجاد العلاقات وتم الاهتمام بأنماط السلوك . منه خرج تعريف مكتب تقييم التكنولوجيا الامريكى للاتصال بأنه " عملية تفاعلية يتم فيها تشكيل الرسائل وتفسيرها وتبادلها " ، وهذا التعريف يفصل الاتصال الى ثلاثة عمليات متميزة : ١- تكوين الرسائل ٢- تفسيرها ٣- وتبادلها ، وهو يركز على الاعتمادات المتبادلة . الفرق بين المرحلة الثانية والثالثة نجد ان الثانية تهتم برجع الصدى وبتوضيح الطبيعة الدائرية للاتصال . اما المرحلة الثالثة فتركز على تبادل الادوار وهو تبادل مستمر .

هناك العديد من النماذج من المرحلة الثالثة منها نماذج واترلاوك وبيغفن وجاكسون عام

وهم يقدمون نظرة عامة للاتصال مستدين على الطب النفسي ، وان الاتصال عملية تشمل اعطاء وأخذ الرسائل بين الافراد ، اي الاتصال نشاط تراكمي مستمر بين الافراد كمرسلين ومتلقين بنفس الوقت . في هذه المرحلة ظهر الاهتمام بما وراء الرسائل والقوى والمعاني والسلوكيات .

نموذج دانس الحزوني أو اللولي : قدم هذا النموذج عام ١٩٦٧ وهو يوجه الى ان الاتصال يتحرك الى الامام وهو لا يصور عملية الاتصال وأنما ديناميكية الاتصال ، والنماذج الحزوني يصف كيف تتغير الجوانب المختلفة لعملية الاتصال طوال الوقت . وان احتمالية اتساع العملية الاتصالية وارد .

نموذج التوجه المشترك: قدمه ماكليلود وتشامي عام ١٩٧٣ ويتحدث عن الاهتمامات الاجتماعية ، ويركز على الاتصال الشخصي أو الاتصال بين الجماعات أو الاتصال التفاعلي . ويتحدث بان العملية الاتصالية تحدث بين ثلاثة عناصر في وقت واحد وهي : الصفة ووسائل الاتصال والجماهير العامة . ويمكن تصنيف هذا النموذج في مجال العلاقات العامة ووكالات العلاقات العامة ، وهي تقوم بدور وسائل الاتصال والعملاء يأخذون دور الصفة .

نموذج التقارب قدم هذا النموذج عام ١٩٨١ من قبل روجرز وكينيد ، ويقوم على أساس ان المشاركين في العملية الاتصالية يقومون بتبادل المعلومات للوصول الى فهم مشترك . والنماذج يشير الى وجود الفهم المتتبادل والاحمام والعلاقات داخل الشبكات والتي تترابط معا بسبب تدفق المعلومات ويمدنا برجع صدى مستمر بين المشاركين في العملية الاتصالية .  
مما سبق نجد التالي :

ان النماذج السابقة هامة ومع وجود عدم الرضا على بعضها ، وهي توضح مرحلة التفكير العلمي السائدة في كل مرحلة ، وان هناك جوانب كثيرة لازال بحاجة للبحث ، واخير نتوقع ظهور نماذج أكثر في الفترات القادمة لمواكبة التطورات الحاصلة في وسائل الاتصال والعملية الاتصالية .

## الفصل الرابع

### وظائف الاتصال

من تناولنا لمستويات الاتصال في الفصل السابق نجد أن وظائف الاتصال الشخصي هي:

- للحصول على المعلومات عن الشخص الآخر وحسب نظرية الاختراق الاجتماعي فإن هذه المعلومات تساعدنا على التفاعل والتبنّو بكيفية تفكير وشعور وتصرف الآخر .
- ان بناء سياق معين لفهم ، وجود الرسالة والمرسل معا يجعلان مضمون الرسالة قابل للتفاعل معه بسرعة سواء بالسلب أو الإيجاب .
- ان ما نقوم به من أدوار يساعدنا على انشاء هويتنا الخاصة ، من خلال كيفية تقديم نفسينا للآخر .
- اشباع الحاجات الشخصية .
- ان وجود الآخر في العملية الاتصالية الشخصية يعطي الفرد الدور في القيادة من مجرد وجود الآخر .
- الحاجات الوجданية ، وهي تتحقق من خلال الاتصال مع الآخر داخل المجموعة .

ومن وظائف الاتصال داخل الجماعات الصغيرة هو تنمية الاحساس بالانتماء للجماعة ، وفي الاتصال التنظيمي نجد تحسين الصورة للمنظمة أو المؤسسة ودحض الشائعات هي الوظيفة الأساسية .

في هذا الفصل يركز الكتاب على وظائف الاتصال الجماهيرية ، وهو يحدد الفئات العامة و الخاصة في وظائف وسائل الاتصال وهي تشمل ما يلي :

#### ١ - الوظائف المقدمة للافراد مقابل الوظائف المجتمعية :

هنا يفرق الكتاب بين وظائف وسائل الاتصال المقدمة للفرد ووظائف الاتصال المقدمة للمجتمع ، مستخدما النظرية النقدية مع مثال عن المجتمعات المتقدمة . فيما يخص الافراد يتم التساؤل عن استخدامات الافراد لهذه الوسائل والاشباعات التي يحققونها من هذه الوسائل . على مستوى المجتمع

ينظر لكيفية تحقيق وسائل الاتصال أحداث التغير الاجتماعي ، واستخدام الحكومات لهذه الوسائل وكيفية استخدامها في النظم السياسية المختلفة . ويطلق الكتاب هنا ما يسمى بالتحليل على المستوى الصغير والتحليل على المستوى الكبير .

#### **٢- وظائف المحتوى مقابل وظائف الوسيلة :**

ان اللقاء لمتابعة الوسيلة قد يكون الهدف من التواجد عندها ، وقد يكون المضمون هو الهدف بالنسبة للفرد للاستقبال الرسالة من خلال الوسيلة الاتصالية .

#### **٣- الوظائف الظاهرة مقابل الوظائف الكامنة :**

يقصد بالوظائف الكامنة هي الوظائف الغير معلن عنها وهي خفية ولا يشعر بها ، اما الوظائف الظاهرة وهي التي تكون على وعي كامل عند تلقي الرسالة الاتصالية بالهدف المراد من هذه الرسائل .

#### **٤- الوظائف المقصودة مقابل الوظائف غير المقصودة :**

وهي الجوانب التي لا يقصد المرسل او المستقبل في تحقيقها في تبادل العملية الاتصالية ، وهنا تظهر نظرية التناول المعرفي ، والاتساق بالاتجاهات والسلوكيات للمتلقي للرسالة .

#### **٥- الوظائف العاجلة مقابل الوظائف الآجلة أو على المدى البعيد :**

الكتاب يحدد هنا ان عملية التكرار للرسالة الاتصالية من المرسل ، وتعدد الوسائل الاتصالية المرسلة للرسائل ، يجعل من الوظائف البعيدة المدى قابلة للتحقيق .

#### **٦- الوظائف المتوقعة مقابل الوظائف غير المتوقعة :**

وهي وظائف مخطط لها من المرسل ومتوقعة النتائج ، الان المستقبل قد لا يحقق النتيجة المرجوة من العملية الاتصالية ، وهنا تصبح الوظيفة وظيفة التحذير العكسية ، كأفلام العنف والخيال .

## وظائف الاتصال في المجتمع :

يعتبر هارولد لازويل من أوائل الباحثين في تناول وظائف وسائل الاتصال ودورها في المجتمع ، وحددها وبالتالي : مراقبة البيئة وترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة لهذه البيئة ونقل التراث الاجتماعي ، وأضاف تشارلز رايت وظيفة رابعة هي التسلية .

- ١ - **مراقبة البيئة** : تقوم بالاساس على تزويد الناس بالمعلومات والاخبار سواء احوال الطقس او وضع عسكري خطر او انباء الاقتصاد القومي والعالمي او مؤشرات الحالة الاقتصادية . وقد تحتوى هذه الوظائف وظائف سلبية كنشر الرعب والتذير والحيرة للجمهور بحيث لا يعرفون ما الطبيعي او العادي او غير العادي في المجتمع .
  - ٢ - **الترابط أو علاقة أجزاء المجتمع كاستجابة للبيئة المحيطة** : ونقوم وسائل الاتصال هنا بعملية انقاء وتفسير المعلومات عن البيئة المحيطة ، وتضع قواعد للسلوكيات وتعزز الاعراف الاجتماعية وتحافظ على الاجماع بين افراد المجتمع ، وتعطي المكانة للافراد وهم يراقبون عمل الحكومة . وقد تنشاء هنا وظائف عكسية تهدد الاستقرار الاجتماعي والتحكم بالرأي العام .
  - ٣ - **نقل الثقافة** : والدور هنا يتم بنقل المعلومات والقيم للجيال القادم أو إلى القادمين الجدد ، والوظيفة السلبية هنا عندما لا يتم نقل واقع بعض الجماعات لأنها أقلية ويتم التركيز على الثقافة الرئيسية دون الثقافات الفرعية التي تمثل العديد من الأقليات في المجتمع .
  - ٤ - **التسلية** : وهي من أكثر الوظائف وضوها لوسائل الاتصال ، والجانب السلبي لها هو التشجيع على الهروب الواقع الاجتماعي وتفسد الفن والذوق العام وتعرقل نمو الفنون الراقية وتبعد الناس عن قضاياهم ومشكلاتهم الحقيقة .
- ويشير الكتاب في هذا الفصل الى مفهوم لازرسفيلد وميرتون للوظائف وهي : منح المكانة ، تعزيز الاعراف الاجتماعية ووظيفة التذير العكسية ، وهذه الوظائف تخدم وظائف أكبر كزيادة تحقيق الاستقرار للمجتمع او المحافظة على الوضع الراهن .

## وظائف وسائل الاتصال التي تتحققها للفرد

وهذه الوظائف تكون متوازية مع الوظائف التي تتحققها وسائل الاتصال للمجتمع ، الان التركيز هنا يكون على كيفية استخدام الافراد لوسائل الاتصال . ان المدخل الوظيفي يقدم نموذج

الاستخدامات والاشباعات ، والذي هو بمستوى النظرية التي تقول فرضياتها ، أن الأفراد لديهم حاجات خاصة أو دوافع معينة يمكن تحقيقها سواء عن طريق استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية أو بوسائل أخرى غير اتصالية . هي أربعة فئات :

- ١- المعرفة
- ٢- التحويل
- ٣- الفائدة الاجتماعية
- ٤- الانسحاب .

**١- المعرفة :** هي رغبة الفرد في الحصول على المعلومات من خلال وسائل الاتصال بهدف ملائقة الأهداف الجارية التي تقع ، والهدف الآخر للتعلم عن الأحداث والأشياء بشكل عام . إن استخدامات الأفراد لوسائل الاتصال حسب ما يقوله الأفراد بهدف : فهم ما يدور في العالم ومعرفة ما يقوم به القادة كنمط أول ونمط ثانى كتعلم فعل أشياء لم يفعلها من قبل أو اعطاءه كثيراً من الأفكار .

**٢- التحويل :** أي التسلية وتساعد الأفراد هنا على الاسترخاء والتحرر العاطفي لمشاعره وعواطفه وطاقاته والخروج من الروتين ، والحصول على الآثار .

**٣- الفائدة الاجتماعية :** من أهم احتياجات الفرد في المجتمع هو الاتصال مع الآخرين والتفاعل معهم بهدف تحقيق التكامل الاجتماعي وأشباع هذه الحاجات يتم من خلال ممارسته للاتصال .

**٤- الانسحاب :** وتحقق وسائل الاتصال هذه الحاجة للأفراد في المجتمع ، وذلك للهروب من الواقع أو من المزيد من العلاقات الاجتماعية والالتزامات الأسرية ، وهنا يظهر الجانب السلبي من الوظيفة الاتصالية .

والكتاب يشير إلى رؤية سامويل بيكر لوظائف الاتصال للأفراد ، وهي كالتالي :

- ١- مراقبة البيئة أو الحصول على المعلومات .
- ٢- تطوير مفهومنا عن الذات .
- ٣- استخدام وسائل الاتصال كأداة تساعدنا في وظائفنا .
- ٤- تسهيل التفاعل الاجتماعي .

- ٥-استخدام وسائل الاتصال كديل للتفاعل الاجتماعي .
- ٦-الاسترخاء والتحويل والتحرر العاطفي والاستمتاع والاثارة والهروب من الملل.
- ٧-الهروب من التوتر والاحساس بالاغتراب .
- ٨- التعود اليومي الذي يعطينا الاحساس بالنظام والمن .

### **النظريات التي تركز على وظائف او استخدامات وسائل الاتصال**

يشير الكتاب هنا الى اربعة نظريات هي :

- ١- **نظريّة الاستخدامات والاشباعات** . ( يوجد شرح مفصل لها في الفصل الخامس من الكتاب وهو تم تلخيصه )
- ٢- **نظريّة القيمة المتوقعة** : وهي تفترض ان الافراد يستخدمون وسائل الاتصال بناء على الاشباعات التي يتوقعون أن يحصلوا عليها من هذه الوسائل .
- ٣- **نظريّة اللهو أو اللعب** .
- ٤- **نظريّة التسلية** .

ويجد الكتاب انه لابد من التوقف عند ملاحظتين بعد ما طرح سابقا وهما كالتالي :

- ١- لا توجد وسيلة اتصال واحدة فقط يمكن أن تؤدي هذه الوظائف لنا .
- ٢- كما أن هناك تداخل بين وظائف وسائل الاتصال .

## الفصل الخامس

### تأثيراً وسائل الاتصال

يعتبر التأثير هو ما ينتج عن العملية الاتصالية نفسها ، والمقصود بالتأثير هو كيفية استجابة المستقبل لرسائل وسيلة الاتصال ، والعملية الاتصالية لها وجهان الاول : الوجه الوظيفي ( غرض أو قصد وسائل الاتصال ) ، والوجه الثاني : التأثيرات ( كيفية استجابة الجمهور ) .

يعتبر تاريخ بحوث الاتصال هو نفسه تاريخ بحوث التأثيرات ، وهي تعتبر اهم جانب من جوانب العملية الاتصالية الذي يتم دراسنه . ان هدف بحوث الاتصال هو كيفية استخدام وسائل الاتصال للتأثير على الناس .

والكتاب هنا يعرف تأثيرات وسائل الاتصال من النواحي التالية :

- ١ ما نتج عن العملية الاتصالية .
- ٢ ماذا يحدث نتيجة للعملية الاتصالية من وجود شيء ما في ذهن الفرد ما كان هذا الشيء ليوجد لو لا حدوث عملية الاتصال .
- ٣ بعض الاحداث التي لم تكن لتقع لو لا وجود عوامل اخرى ، والتأثير يتضمن تغييراً في المعرفة أو الاتجاه أو المعتقد أو السلوك . ام تأثير وسائل الاتصال يسعى لتأييد الوضع القائم .

والكتاب يقسم المراحل التي مررت بها تأثيرات وسائل الاتصال الى أربعة مراحل من حيث التالي : انه كان هناك قناعة راسخة بنظرية الرصاصية ( او الحقنة ) ، وكان الافتراض بأن وسائل الاتصال كان لديها قوة على تشكيل الرأي العام . ظهرت مقوله انتقال المعلومات على مرحلتين ، والتي قالت بدور قادة الرأي وبمحدودية تأثير وسائل الاتصال . في السنتين عاد القول الى ان وسائل الاتصال لها تأثيراتها التي تتوسط متغيرات بالافراد المتأثرين ، وهنا ظهر الاعتدال بتأثير وسائل الاتصال ، لبداية ظهور التلفزيون واعيد القول بقوة تأثيرات وسائل الاتصال .

المرحلة الأولى :

وهي تسمى بنظرية الرصاصة او الحقنة ، والبداية كانت في كتاب والتر ليبمان " الرأي العام "، وهي تقول ان وسائل الاتصال تشكل الصورة في اذهاننا ، وانه يتم ادراك رسائل وسائل الاتصال من قبل افراد المجتمع بشكل موحد وان الرسائل مثيرات تؤثر على عواطف ومشاعر الافراد بدرجة كبيرة ، وتكون الاستجابة موحدة والتغيرات تحدث لكافة افراد المجتمع ، وان عدم وجود الضوابط الاجتماعية كالعادات والتقاليد لدى المجتمع الجماهيري فأن تأثيرات وسائل الاتصال تكون قوية وموحدة و مباشرة . ان هذه النظرية لم تصدر من خلال دراسات علمية وانما لقوة الدعاية في الحرب العالمية الاولى ، ويصفها اي اس بي (١٩٨٦) بأنها اعتبرت وسائل الاتصال مثيرات تشغل دورا هاما في عملية التأثيرات ، ويفترض بالجمهور المتلقى أن يتصرف بطريق موحد دون النظر للاختلافات النفسية والفردية ، وان التأثيرات تحدث فورا و مباشرة و تستند على سلبية الجمهور المتلقى وتستخدم لدراسة تأثيرات افلام الجنس والعنف .

## المرحلة الثانية :

وتسمى بمرحلة نموذج التأثيرات المحدودة ، بعد ازدياد الشكوك حول قوة وفعالية تأثيرات وسائل الاتصال الحماهيري ، وهو ترجمة لقواعد التالية :

- ١- هناك عوامل تدخل ضمن العملية التأثيرية لوسيلة الاتصال ومنها النموذج النفسيانيكي وهي تتعلق بالسمات الشخصية للمتلقى وهي تتوسط ما بين المثيرات والاستجابات .

-٢- ان قدرة وسائل الاتصال الجماهيري أقل من المتوقع في التأثير على السلوك الانتخابي (لازرسفليد ) ، وان هناك عاملان مهمان يلعبان الدور الاكبر في هذا الصدد وهما :

أ- انتقائية الجمهور في استخدامه لوسائل الاتصال .

ب- ان الاتصال بين الافراد أكثر فعالية من وسائل الاتصال الجماهيري في تغيير الاتجاهات والمعتقدات .

ان النتائج السابقة اقترحت ما يسمى بنظرية تدفق المعلومات على مرحلتين . ان نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين ونظريات الاتساق تشيران الى التالي :

- ١- ان تأثر الناس يرجع الى الاشخاص الذين يعرفونهم وليس لوسائل الاتصال الجماهيري .
- ٢- ان هؤلاء الاشخاص يسمون بقادة الرأي .
- ٣- ان الاتصال الشخصي أكثر أهمية من الاتصال الجماهيري .
- ٤-أن تأثير وسائل الاتصال الجماهيري يكون من خلال قادة الرأي .
- ٥- أن تدفق المعلومات يمكن ان يكون على أكثر من مرحلة .

وعليه فأن شبكة علاقات اجتماعية معقدة هي التي تؤثر على الافراد ، وان التشابه في المستويات التعليمية والاجتماعية والمهنية تجعل من الحديث عن ان وسائل الاتصال الجماهيري تدور ضمن هذه الجماعات ، وهي تسمى مجموعات تفسيرية ، ومن سمات هذه المرحلة كما يشير الكتاب انه تم الحد من تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري بناء على سمات المتنقي الشخصية أو علاقاته الاجتماعية .

والحديث عن السمات الشخصية للفرد يمكن القول ان العمليات الانتقائية تحد من تأثيرا وسائل الاتصال الجماهيري ، وهناك ثلاثة عمليات في هذا الصدد :

#### **١- التعرض الانتقائي :**

ان الفرد يتتجنب الرسائل التي تتعارض مع معتقداته القائمة ، ويتعرض لما يتوافق مع أراءه ومعتقداته . و اذا ما تعرض لما يخالف هذه الاراء والمعتقدات فإنه يقوم بتشويه هذه الرسائل بالطرق التالية :

- أ- **الادرار الانتقائي** : اي ان الفرد يقوم بتشويه ادراك الرسائل المتعارضة الى حد انه يستخدمها كدليل على صحة موافقة وأراءه .
- ب- **التذكر الانتقائي** : ان ذاكرة الفرد تقوم بتشويه رسائل وسائل الاتصال الجماهيري مع مرور الوقت ولا يتذكر الا ما يتفق مع اراءه ومعتقداته فقط .

خلال فترة الخمسينيات ظهرت نظريات الاتساق التي تؤكد على ان الافراد يريدون أن تكون معتقداتهم واحكامهم عن الاشياء متسقة مع بعض ، ومن أشهر هذه النظريات نظرية التناقض المعرفي : اي ان الافراد يعرضون أنفسهم للمعلومات المتسقة مع افعالهم وأفكارهم ليقللوا من

التناقض ، ويعتبر الادراك المتسق لمجموعة من الاراء والمعتقدات والاتجاهات يعتبر جزءا في تجربة الشخص الاتصالية .

ومن نظريات هذه المرحلة كما يشير الكاتب :

أولاً : نظريات التأثير الانتقائي : وهي ثلاثة

أ- نظرية التأثير الانتقائي القائم على الاختلافات الفردية .

تعتبر هذه النظرية ان رسائل وسائل الاتصال الجماهيري تدرك وتفسر بطريقة انتقائية ، وهذا راجع للاختلاف عادات الادراك بين أفراد المجتمع لأن لكل شخص نظامه الشخصي للأعتقدات والاتجاهات والقيم والاحتياجات وطرق اشباعها ، وكون الادراك انتقائي فإن التفسير والتذكرة والاستجابة تكون انتقائية . لذلك ان تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري لا تكون مباشرة ولا قوية فهي انتقائية وتحدها الاختلافات النفسية للفرد .

**ب- نظرية الانتقائية القائمة على أساس الفئات الاجتماعية :**

تعتبر هذه النظرية ان رسائل وسائل الاتصال الجماهيري تدرك وتفسر بطريقة انتقائية، وأساس هذه الانتقائية هو مكانة الفرد في البناء الاجتماعي ، والابنية الاجتماعية تستند الى عوامل كالسن والنوع والدخل والتعليم والمهنة ، وان الاستجابة للاتصال الجماهيري متشابهة في كل فئة وذلك لأن انماط الانتباه والاستجابة تتشابه .

مما سبق نجد ان تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري لا تكون مباشرة ولا قوية فهي انتقائية وتحدها تأثيرات الفئات الفردية أو البناء الاجتماعي .

**ج- نظرية الانتقائية على أساس العلاقات الاجتماعية :**

ان رسائل وسائل الاتصال الجماهيري تدرك وتفسر انتقائيا ، واساس الانتقائية هذا يعود الى الانماط المميزة للتأثيرات الاجتماعية من خلال الروابط القوية التي تربطهم ببعض . والتأثيرات الاجتماعية تظهر عندما تعدل قرارات الفرد فيما يتعلق بسلوكه الاتصالي عن طريق العائلة أو الأصدقاء أو الزملاء أو آخرين . ان انماط الاستجابة أو الاهتمام لوسائل الاتصال الجماهيرية تعكس الروابط الاجتماعية لكل افراد المجتمع . تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري

من وجهة نظر منظري هذه النظرية كالتالي : وسائل الاتصال الجماهيري تمنح الاشخاص الذين يظهرون بها مكانة اجتماعية وكذلك المنظمات ، وهي تعزز الاعراف الاجتماعية بمعارضة المنحرفين عنها . يمكن ان يكون لوسائل الاتصال الجماهيري دور المخدر الاجتماعي ووظيفة عكسية بأقناع الجماهير بان كل شيء على ما يرام ، والمعلومات المقدمة من خلال وسائل الاتصال الجماهيري هي معلومات سطحية وغير عميقه .

ونذكر الكاتب نظرية التأثيرات المحدودة في كتاب جوزيف كلابر وقدم لها التعريفات التالية : ان وسائل الاتصال الجماهيري ليست السبب الكافي للتأثيرات ولكن يوجد سلسلة من العوامل الوسيطة التي تجعل وسائل الاتصال الجماهيري عنصر مساهم وليس السبب الوحيد في عملية تدعيم الظروف القائمة . وهذه العوامل الوسيطة تتضمن الانقائية وعمليات وأعراف الجماعات وقادرة الرأي ويشار لهذه النظرية بقانون النتائج الدنيا لوسائل الاتصال الجماهيري .

### **المرحلة الثالثة**

مرحلة التأثيرات المعتدلة وهي قامت على الافتراضات التالية :

بالغ النموذج السابق بالتقليل من تأثير وسائل الاتصال الجماهيري ، وكان التركيز على تأثير هذه الوسائل على الاتجاهات والاراء دون البحث عن متغيرات اخرى . كان التركيز في المرحلة السابقة على تأثير وسائل الاتصال الجماهيري بالناس ولم يسئل سؤالا اخر وهو ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاتصال الجماهيرية؟ وركزت على التأثيرات القصيرة المدى وتم استبعاد التأثيرا بعيدة المدى .

### **نماذج ونظريات المرحلة الثالثة .**

١ - **نموذج طلب المعلومات :** التركيز على سلوك الفرد في سعيه للحصول على المعلومة ومحاولة تحديد هذا السلوك ، والافراد يختارون المعلومات التي تؤيد أراءهم واتجاهاتهم ، وهناك عوامل اخرى تؤثر على اختيار الرسائل مثل فائدة المعلومات واعتبارات التسلية وال الحاجة للتنوع وسمات الشخصية . هذا النموذج سعى لتلخيص العلاقة بين طلب المعلومات ومتغيرات عديدة تؤثر على السعي وراء هذه المعلومات . وهناك شبه كبير بين هذا النموذج ونظرية الاستخدامات والاشباعات .

**٤- نظرية الاستخدامات والاشباعات :** وتسمى بنظرية المنفعة . اننا نتعرض وندرك ونتذكر الرسائل السارة لنا والتي تساعدنا في اشباع احتياجاتنا او نتوقع منها ان تشبع هذه الاحتياجات ، وتسائلها عن كيفية استفادة الجمهور من وسائل الاتصال الجماهيري ، وهناك العديد من الاشباعات : للتعلم عن النفس وعن الاخرين وللتعلم عن كيفية التصرف في مختلف المواقف ، وللتأثير وللرقة وللاسترخاء وللنسيان ولقضاء الوقت . وبهذه النظرية يعتبر الجمهور نشط ويمكنه تحديد الاشباعات التي يريد الحصول عليها ، ويستخدم خبرته الاتصالية بوسائل الاتصال الجماهيري . وقد تم انتقاد هذه النظرية لارتباطها بالنظرية الوظيفية والتي من افتراضاتها : ان دور الجمهور نشط في تفاعله مع وسائل الاتصال المختلفة اي انه هناك دوافع للاستخدام . هناك تناقض ما بين وسائل الاتصال الجماهيري ومصادر اخرى لأشباع حاجات الافراد كالنوم أو التحدث مع الاخرين ، وتفترض هذه النظرية ان الافراد واعيين بحاجاتهم وقدررين على التعبير عنها لفظيا .

ان نظرية الاستخدامات والاشباعات تركز على ما يفعله الافراد بوسائل الاتصال الجماهيرية ، والتركيز الاساسي على تأثيرات هذه الوسائل على حياة الناس .

وهناك فرق بين بحوث التأثيرات التي تركز على التأثيرات التي يقصدها القائم بالاتصال وبين بحوث الاستخدامات والاشباعات والتي تركز على التأثيرات التي يقصدها الجمهور الذي يستخدم وسائل الاتصال الجماهيري . الباحثين يميزون بين التالي :

- اشباعات المحتوى والتي تنتج من استخدام رسائل وسائل الاتصال الجماهيري وأشباعات العملية الاتصالية ، والتي تنتج من العملية الاتصالية نفسها .

**٣- نظرية وضع الاجندة :** وافتراض هذه النظرية هو أن وسائل الاتصال تعمل على انتقاء بعض القضايا والتركيز عليها وبالتالي يدرك الجمهور أن هذه القضايا هامة ، ورواد هذه النظرية ( ماسكويل ومه كومبس ودونالد شو ) ، ويتم تحليل مضمون هذه الرسائل ثم يجري استقصاء اراء الجمهور ويطلب منه ترتيب أهمية هذه القضايا .

وتعرف هذه النظرية: بأنها قائمة القضايا أو الاحداث والتي يتم النظر اليها في وقت من الاوقات على أنها مرتبة طبقاً لأهميتها . وأنواع الاجendas كالتالي :

١- اجندة الجماعات السياسية .

٢- اجندة الجماعات الاخرى المهمة .

٣- اجندة وسائل الاتصال الجماهيري .

#### ٤- اجندة الجمهور العام .

و هذه الاجendas تتأثر ببعضها البعض ( حسب الجدول رقم ٤-٥ ص ١٦٧ ) ، ومن الجدول السابق نجد ان اجندة وسائل الاتصال الجماهيري تؤثر على اجندة كل من الجمهور والجماعات السياسية وفي المتغيرات الاساسية في عملية وضع الاجندة والاحاديث والقضايا كما تحدث في الفعل والانتقاء الذي يقوم به القائمون في العملية الاتصالية ( حراس البوابة ) ، ونمط وسيلة الاتصال الاخباري ونمط القصة او طبيعة المعلومات التي توصل للجمهور .

**٤- نظرية الاعراف الاجتماعية:** تفترض هذه النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيري ومن خلال الانتقاء والتركيز على أفكار معينة تخلق انطباعا لدى الجمهور يؤثر على الاعراف الثقافية وبالتالي السلوك ، والذي يؤكد هذه النظرية نظرية الغرس الثقافي .

**٥- نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال الجماهيري :** تفترض هذه النظرية أن وسائل الاتصال تحقق قدرًا كبيرًا من التأثيرات السلوكية والعاطفية والمعرفية من خلال المعلومات الرئيسية والمفيدة ، وأن زيادة هذه التأثيرات تكون عالية في حالة عدم الاستقرار في المجتمع الذي يؤدي إلى الصراع والتغيير ، وأن تغيير حالة الجمهور المعرفية والوجدانية قد ترتد لتغير دورها كلاً من وسائل الاتصال والمجتمع .

### المرحلة الرابعة مرحلة نموذج التأثيرات القوية

كانت البداية في فترة الثمانينيات ، وهي تقول ان الاتصال الجماهيري له أثراً كبيراً اذا استخدمت حملات وبرامج اعلامية طبقاً لمبادئ نظرية الاتصال . و اذا حدث الهدف بدقة وعرف الجمهور المستهدف ، وكانت الدعوات تركز على المضمون والمحتوى . والتركيز على التأثيرات بعيدة المدى .

**١- نظرية دوامة الصمت :** هذه النظرية ترد على الحد من عملية الارادك الانتقائي ، وهي تقول ان هناك ثلاثة سمات رئيسية لوسائل الاتصال تضعف أو تقلل من الارادك الانتقائي وهي :

١- ان التواجد الكبير لوسائل الاتصال في محيط الافراد بحيث يكون من الصعب تجنبها .

- ٢ ان تراكم رسائل وسائل الاتصال الجماهيري وكثرة التكرار يؤدي الى تقوية التأثير .
  - ٣ ان التشابه والتماثل بين الاخبار في وسائل الاتصال يضعف من الادراك الانقائي .
- تقوم هذه النظرية على الفرضيات التالية : ان الناس يتحدثون مع الاخرين اذ ما شعروا بأنهم يشاركونهم في الاراء التي يحملونها ، وفي حالة ادراكم لعدم مشاركة الاخرين لهم بالاراء لن يعبرو عنها بصرامة . وما سبق يؤدي الى الفرضيات التالية :
- ١ يستخدم الفرد وسائل الاتصال الجماهيري كمقاييس لمعرفة الاراء السائدة .  
لمعرفة اذا ما كان رأيه مقبولاً أم لا .
  - ٢ وسائل الاتصال الجماهير تمثل للتعبير عن نفس الاراء المتفق عليها والتي تتظر لها على انها تمثل رأي الاغلبية ، وهي توضح صورة زائفة لمناخ الرأي العام.
  - ٣ أن الأفراد ذو الاراء المعينة يبقون صامتون ، وأرائهم لاتسود ولا تنتشر ، وبالتالي تنتشر دوامة الصمت .
  - ٤ ان الاراء المدركة هي اراء وسائل الاتصال الجماهيري وهي السائدة .