

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة الدراسات العليا
كلية العلوم الانسانية
قسم الاعلام

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

بغوان : خلفية عامة عن الاتصال

- الاجزاء التالية : - أشكال الاتصال
- نماذج تفسير وتحليل وسائل الاتصال
- مستويات الاتصال
- انماط الاتصال
- أشكال الاتصال
- الاتصال اللفظي والاتصال غير اللفظي
- عقيبات استخدام الاتصال اللفظي
- تحسين مهارات الاتصال اللفظي
- الاتصال غير اللفظي : وظائفه وطرق استخدامه
- مبادئ الاتصال غير اللفظي
- تحسين مهارات الاتصال غير اللفظي
- مراجع الفصل الاول : وهي ١٧ مرجعا با اللغة الانجليزية

الفصل الثاني

بغنوان

تحديد مفهوم الاتصال وأهميته

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

الفصل الثالث

بغنوان نماذج الاتصال

- والاجزاء التالية : - وظائف النماذج
- الصعوبات التي تواجهها في النماذج
 - تقييم نماذج الاتصال
 - نموذج الاتصال الذاتي
 - نموذج الاتصال الشخصي
 - نموذج الاتصال الجماهيري
 - نموذج الاتصال التنظيمي او المؤسسي
 - نموذج الاتصال الثقافي
 - تطور دراسة نماذج الاتصال
 - * المرحلة الاولى
 - نموذج أرسطو
 - نموذج لازويل
 - نموذج شانون وويفر
 - نموذج وسلي وماكلين
 - نموذج ديفيد برلو
 - نموذج نيوكومب
 - * المرحلة الثانية
 - نموذج شرام
 - * المرحلة الثالثة
 - نموذج مكتب تقييم التكنولوجيا الأمريكي
 - نموذج واتزلاوك وبيفن وجاكسون
 - نموذج دانس الحلزوني
 - نموذج التوجه المشترك
 - نموذج التقارب
 - مراجع الفصل الثالث : وهي ٣٦ مرجعا منها ٣ باللغة العربية والباقي باللغة

الانجليزية

الفصل الرابع

بغنوان وظائف الاتصال

- والاجزاء التالية :
- الوظائف المقدمة للأفراد 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 وميترون للوظائف
 - وظائف وسائل الاتصال التي تحققها للفرد
 - رؤية ساميل بيكر لوظائف وسائل الاتصال للأفراد
 - النظريات التي تركز على وظائف أو استخدامات وسائل الاتصال
 - * نظرية الاستخدامات والأشباع
 - * نظرية القيمة المتوقعة
 - * نظرية اللهو أو اللعب
 - * نظرية التسلية
 - مراجع الفصل الرابع : وهي ٢٠ مرجعا باللغة الانجليزية

الفصل الخامس

بمعنوان تأثيرات وسائل الاتصال

- والاعزاء 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 الانتقائي
- * المرحلة الثالثة : مرحلة التأثيرات المعتدلة
- نموذج طلب المعلومات
- نظرية الاستخدامات والاشباع
- نظرية وضع الأجندة
- نظرية الأعراف الثقافية
- نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال
- * المرحلة الرابعة : مرحلة نموذج التأثيرات القوية
- نظرية دوامت الصمت
- بعض التأثيرات الاخرى لوسائل الاتصال
- مراجع الفصل الخامس : وهي ٧٤ مرجعا ٥ مراجع باللغة العربية والباقي باللغة الانجليزية

الفصل السادس

بمعنوان التربية الاعلامية

- الاجزاء 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 بالتربية الاعلامية
- التربية الاعلامية داخل الاسرة
- 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

تم تناول الفصل الثالث والرابع والخامس وذلك بالاتفاق مع أد/ حميده مسيسم .

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

وتعريف 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 بتعريف دويتش " 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 واطهار اوجه الشبه والاختلاف .

٢ - الوظيفة التنبؤية:

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

٣-الوظيفة التوجيهية :

ان التنبوءات الكمية التي يعطينا اياها النموذج تكون بعيدا عن نعم أولا ويوجهنا او يقودنا الى حقائق جديد.

٤-وظيفة القياس :

ان مساعدة النموذج لنا بالتنبوء والخروج بتنبوء كمي يساعدنا على قياس الظاهرة .

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

- ١-تجميد عملية الاتصال لوصف عناصرها .
- ٢- فصل بعض العناصر عند تجميد العملية .
- ٣- استخدام اللغة في الوصف واللغة 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 للاسلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام .

وعن كيفية تقييم النماذج يعدد الدكتور عبد الرحيم سبعة جوانب يجب مراعاتها عند التقييم وهي :

عمومية النموذج وقدرته على التوجيه واكتشاف العلاقات وأهميته للتساؤل والتنبؤ والقياس وامداده للباحث بالبصيرة ومدى البساطة والواقعية .

الاتصال الذاتي

يعد الاتصال الذاتي من اهم مستويات الاتصال على الاطلاق لأنه 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 والمظهر والحالة النفسية والدور الاجتماعي وسمات الشخصية والمعتقدات والقدرات العقلية والمواهب .

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

الاتصال الشخصي

هو أول انواع الاتصال بعد الاتصال الذاتي ، ويبدأ الانسان بممارسته من السنتين الاوليتين من العمر ثم يمتد ، وهو يعتبر من أدوات الاشباع المتبادل للحاجات ، ومن خلالها تبنى عملية تقدير الذات والقلق والمخاوف والرغبات والآمال 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 للحاجات بين الطرفين واذا 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 ككل عملية اتصالية الى وسيلة ومرسل ومستقبل ولكن هناك أوجه أختلاف 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 أو الاذاعة .

٣-الاختلاف في رجع الصدى :

هنا رجع الصدى غير مباشر ومؤجل .

وتحدد طبيعة الاتصال الجماهيري كالتالي :

منظمات رسمية أو غير 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 المختزنة والتنافر المعرفي والمعتقد والايديولوجي ، وان الوسيلة يوجد بها اداة للتشويش سواء انقطاع الارسل أو الصوت أو الصورة أو التشويش الدلالي عندما لاتفهم الرسالة لكون القارئ بالاتصال لا يستخدم كلمات تفهم من قبل المستقبل .

الاتصال التنظيمي أو المؤسسي

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

الاتصال من أعلى الى أسفل : من الادرات العليا للدوائر الاقل في الهرم الاداري .

الاتصال من أسفل الى أعلى : وهو يشمل رجوع الصدى أو المشاكل الشخصية أو الاقتراحات .

الاتصال الجانبي أو الافقي : 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 بأستخدام وسائل الاتصال الجماهيري ، ومن خلال لستخدام وسائل الاتصال الجماهير يخشى من المخاطر التالية :

التبسيط المفرط والتعميم المفرط والمبالغة أو التضخيم.

ومن مزايا الاتصال الثقافي:

الحصول على القوة الذاتية : وهي عندما يتلقى شخص ثقافات أخرى متنوعة تترسخ لديه قناعة بثقافته ومدى رضاه عنها .

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

بناء علاقات أفضل : يأتي هذا من التحرر من الجهل والسلبيات وجعل الانسان قادرا على مد علاقاته للطراف الآخرين.

تطور دراسة نماذج الاتصال

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

المرحلة الاولى:

وتسمى مرحلة التركيز على القائم بالاتصال أو المرسل أو مرحلة الفعل ، وهي تمثل تركيز المرسل على المستقبل وأمتدت من عام ١٨٩٠ الى أوائل الخمسينيات ، وهي تسعى الى أقتناع المتلقي والتركيز على الاتصال الشخصي ، وهي تتمثل بارسطو وأفلاطون وفن البلاغة ، وطرح هاورد لازويل نموذج القائل (من يقول ماذا وبأية وسيلة ولمن وبأي تأثير ، واضاف عليها برادوك انه تحت اية ظروف ومن أجل أية 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 أخذه للغة الجسم ورجع الصدى وصناعة المعنى ، وهو لا يراعي سياق الاتصال أو التوقيت وبأن الاتصال عملية لا تتجمد ولا يأخذ بتبادل الادوار ما بين المرسل والمستقبل . ثم طور هذا النموذج من قبل دفلور ، الذي أشار به الى وجود الضوضاء والتشويش وانه قد يكون متواجد بكافة مراحل العملية الاتصالية . جاء وسلي وماكلين وأكدوا على ان نموذج شانون ينطبق على الاتصالات السلوكية ، وقاما بتطوير نماذج لشرح الاتصال في سياقات مختلفة تتراوح ما بين الاتصال الشخصي وجها لوجه والاتصال الجماهيري ، واخذوا بعين الاعتبار مجموعة من الميكنزمات كرجع الصدى وحراس البوابات وبعض السمات من علم النفس ونظرية التعلم القائلة بأستجابة المستقبل للمثير وتعلمه وتكرارها والاحساس بالرضا كالمكافأة.

نموذج ديفد برلو تأثر بنموذجه بنموذج ارسطو وعلم معاني اللغة ونظرية التعلم السابقة الذكر ، واهتم بمهارات الاتصال واتجاهات كل من المصدر والمتلقي وبمستوى المعرفة والنظم الاجتماعية والثقافية ، واهتم بالحواس الخمسة وهو نموذج خطي .

نموذج نيوكومبمقدم هذا النموذج عام ١٩٥٣ كتطوير لنموذج هايدر وهو تمثيل بسيط لديناميكية العلاقة الاتصالية بين فردين ، وأشار الى تغيير الافكار وتكوين الرأي العام والدعاية ، وأشار الى توافق الاتجاهات وتوازنها ومقاومتها لكل تغيير ، وأكد على المعرفة الداخلية للفرد . هذا يشبه نظرية التناظر المعرفي التي قال بها عالم النفس فستنجر 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 بالاضافة كما سبق الى رموز العملية الاتصالية بالرسالة وفك الرموز اي المعاني الخاصة بالرسائل ودور الفكر والمعتقد للمستقبل في التفسير ، وكذلك دور التجربة المشتركة للطرفيين 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 الامريكي 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 وهوتبادل مستمر .

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

وهم يقدمون نظرة عامة للاتصال مستنديين 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 والقنوات والمعاني والسلوكيات .

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

نموذج التوجه المشترك: قدمه ماكليود 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 : الصفوة ووسائل الاتصال والجماهير العامة .ويمكن تصنيف هذا النموذج في مجال العلاقات العامة ووكالات العلاقات العامة ، وهي تقوم بدور وسائل الاتصال والعملاء يأخذون دور الصفوة .

نموذج التقارب قدم هذا النموذج عام ١٩٨١ من قبل روجرز وكينيدي ، ويقوم على أساس ان المشاركون في العملية الاتصالية يقومون بتبادل المعلومات للوصول الى فهم مشترك . والنموذج يشير الى وجود الفهم المتبادل والاحماع 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 لاتزال 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 والتنبؤ بكيفية تفكير وشعور وتصرف الآخر .
 - ان بناء سياق معين للفهم ، ووجود الرسالة والمرسل معا يجعلان مضمون الرسالة قابل للتفاعل معه بسرعة سواء بالسلب أو الايجاب .
 - ان ما نقوم به من أدوار يساعدنا على انشاء هويتنا الخاصة ، من خلال كيفية تقديم نفسنا للآخر .
 - اشباع الحاجات الشخصية .
 - ان وجود الآخر في العملية الاتصالية الشخصية يعطي الفرد الدور في القيادة من مجرد وجود الآخر .
 - الحاجات الوجدانية ، 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 للأفراد 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 التسائل عن استخدامات الافراد لهذه الوسائل والاشباع التي يحققونها من هذه الوسائل .على مستوى المجتمع

ينظر لكيفية تحقيق وسائل الاتصال أحداث التغيير 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 نشعر بها ، اما الوظائف الظاهرة وهي التي نكون على وعي كامل عند تلقي الرسالة الاتصالية بالهدف المراد من هذه الرسائل .

٤- الوظائف المقصودة مقابل الوظائف غير المقصودة :

وهي الجوانب التي لا يتقصد المرسل او المستقبل في تحقيقها في تبادل العملية الاتصالية ، وهنا تظهر نظرية التناظر 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 المرسل للرسائل ، يجعل من الوظائف البعيدة المدى قابلة للتحقيق .

٦- الوظائف المتوقعة مقابل الوظائف غير المتوقعة :

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

وظائف الاتصال في المجتمع :

يعتبر هارولد لازويل من أوائل الباحثين في تناول وظائف وسائل الاتصال ودورها في المجتمع ، وحددها بالتالي : 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 والتخدير والحيرة للجمهور بحيث لايعرفون ما الطبيعي أو العادي او غير العادي في المجتمع .

٢- **الترابط أو علاقة أجزاء المجتمع كاستجابة للبيئة المحيطة** : وتقوم وسائل الاتصال هنا بعملية انتقاء وتفسير المعلومات عن البيئة المحيطة ، وتضع قواعد للسلوكيات وتعزز الاعراف الاجتماعية وتحافظ على الاجماع بين أفراد المجتمع ، وتعطي المكانة للأفراد وهم يراقبون عمل الحكومة .وقد تنشأ هنا وظائف عكسية تهدد الاستقرار الاجتماعي والتحكم بالرأي العام .

٣- **نقل الثقافة** : والدور هنا يتم بنقل المعلومات والقيم للأجيال القادمة أو الى القادمين الجدد، والوظيفة السلبية هنا عندما لا يتم نقل واقع بعض الجماعات لانها اقلية ويتم التركيز على الثقافة الرئيسية دون الثقافات الفرعية التي تمثل العديد من الاقليات في المجتمع .

٤- **التسلية** : وهي من أكثر الوظائف وضوحا لوسائل الاتصال ، والجانب السلبي لها هو التشجيع على الهروب الواقع الاجتماعي وتفسد الفن والذوق العام وتعرقل نمو الفنون الراقية وتبعد الناس عن قضاياهم ومشكلاتهم الحقيقية .

ويشير الكتاب في هذا الفصل الى مفهوم لازرسفيلد وميرتون للوظائف وهي :منح المكانة ، تعزيز الاعراف الاجتماعية ووظيفة التخدير العكسية ، وهذه الوظائف تخدم وظائف أكبر كزيادة تحقيق الاستقرار للمجتمع او المحافظة على الوضع الراهن .

وظائف وسائل الاتصال التي تحققها للفرد

وهذه الوظائف تكون متوازية مع الوظائف التي تحققها 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 الافراد لديهم حاجات خاصة أو دوافع معينة يمكن تحقيقها سواء عن طريق استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية أو بوسائل أخرى غير اتصالية . هي اربعة فئات :

١- المعرفة

٢- التحويل

٣- الفائدة الاجتماعية

٤- الانسحاب .

١- **المعرفة** : هي رغبة الفرد في الحصول على المعلومات من خلال وسائل الاتصال بهدف ملاحقة الاهداف الجارية التي تقع ، والهدف الاخر للتعلم عن الاحداث والاشياء بشكل عام . ان استخدامات الافراد لوسائل الاتصال حسب ما يقوله الافراد بهدف : فهم ما يدور في العالم ومعرفة ما يقوم به القادة كنمط أول ونمط ثاني كتعلم فعل اشياء لم يفعلها من قبل أو اعطاءه كثيرا من الافكار .

٢- **التحويل** : اي التسلية وتساعد الافراد هنا على الاسترخاء والتحرر العاطفي لمشاعره وعواطفه وطاقاته والخروج من الروتين ، والحصول على الاثارة .

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

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

والكتاب يشير الى رؤية سامويل بيكر لوظائف الاتصال للافراد ، 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 كبديل 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 واستخدامات وسائل الاتصال

يشير الكتاب هنا الى اربعة نظريات هي :

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

تأثيرا 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 تأريخ بحوث الاتصال هو نفسة تاريخ بحوث التأثيرات ، وهي تعتبر اهم جانب من جوانب العملية الاتصالية الذي يتم دراسته . 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 ليوحد لولا حدوث عملية الاتصال .
- ٣- بعض الاحداث التي لم تكن لتقع لولا وجود عوامل اخرى ، والتأثير يتضمن تغيرا في المعرفة أو الاتجاه أو المعتقد أو السلوك .ام تأثير وسائل الاتصال يسعى لتأييد الوضع القائم .

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

المرحلة الاولى :

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 ووسائل 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 ومباشرة . ان هذه النظرية لم تصدر من خلال دراسات علمية وانما لقوة الدعاية في الحرب العالمية الاولى ، ويصفها أي أس بي (١٩٨٦) بانها اعتبرت وسائل الاتصال مثيرات تشغل دورا هاما في عملية التأثيرات ، ويفترض بالجمهور المتلقي أن يتصرف بطريق موحدة دون النظر للاختلافات النفسية والفردية ، وان التأثيرات تحدث فورا ومباشرة وتستند على سلبية الجمهور المتلقي وتستخدم لدراسة تأثيرات افلام الجنس والعنف .

المرحلة الثانية :

وتسمى بمرحلة نموذج التأثيرات المحدودة ، بعد ازدياد الشكوك حول قوة وفعالية تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري ، وهي ترجع للقواعد التالية :

- ١- هناك عوامل تدخل ضمن العملية التأثيرية لوسيلة الاتصال ومنها النموذج النفسديناميكي وهي تتعلق بالسمات الشخصية للمتلقي وهي تتوسط ما بين المثيرات والاستجابات .
- ٢- ان قدرة وسائل الاتصال الجماهيري أقل من المتوقع في التأثير على السلوك الانتخابي (لازرسفيلد) ، 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 تشير ان الى التالي :

- ١- ان تأثر الناس يرجع الى الاشخاص الذين يعرفونهم وليس لوسائل الاتصال الجماهيري .
- ٢- ان هؤلاء الاشخاص يسمون بقيادة 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 فإن 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 المتلقي الشخصية أو علاقاته الاجتماعية .

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

١- التعرض الانتقائي :

ان الفرد يتجنب الرسائل التي تتعارض مع معتقداته القائمة ، ويتعرض لما يتوافق مع آراءه ومعتقداته . واذا ما تعرض لما يخالف هذه الآراء والمعتقدات فإنه يقوم بتشويه هذه الرسائل بالطرق التالية :

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

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

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

ومن نظريات هذه المرحلة كما يشير الكاتب :

اولا :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 لان لكل شخص نظامه الشخصي للأعتقادات والاتجاهات والقيم والاحتياجات وطرق اشباعها ، وكون الادراك انتقائي فأن التفسير والتذكر والاستجابة تكون انتقائية . لذلك ان تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري لاتكون مباشرة ولاقوية 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 لاتكون مباشرة ولاقوية 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 الاصدقاء 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 بأفناع الجماهير بان كل شيء على ما يرام ، والمعلومات المقدمة من خلال وسائل الاتصال الجماهيري هي معلومات سطحية وغير عميقة .

وذكر الكاتب نظرية التأثيرات المحدودة في كتاب جوزيف كلابر وقدم لها التعميمات التالية : ان وسائل الاتصال الجماهيري ليست السبب الكافي للتأثيرات ولكن يوجد سلسلة من العوامل الوسيطة التي تجعل وسائل الاتصال الجماهيري عنصر مساهم وليست السبب الوحيد في عملية تدعيم الظروف القائمة .وهذه العوامل الوسيطة تتضمن الانتقائية وعمليات وأعراف الجماعات وقادة 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 سؤالاً 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 سعية للحصول على المعلومة ومحاولة تحديد هذا السلوك ، والافراد يختارون المعلومات التي تؤيد آراءهم واتجاهاتهم ، وهناك عوامل اخرى تؤثر على اختيار الرسائل مثل فائدة المعلومات واعتبارات التسلية والحاجة 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 والاشباع .

٢ - **نظرية الاستخدامات والاشباعات** :وتسمى بنظرية المنفعة . اننا نتعرض ونذكر ونذكر الرسائل السارة لنا والتي تساعدنا في اشباع احتياجاتنا أو نتوقع منها ان تشبع هذه الاحتياجات ، وتساؤلها عن كيفية استفادة الجمهور من وسائل الاتصال الجماهيري ، وهناك العديد من الاشباعات : للتعلم عن النفس وعن الآخرين وللتعلم عن كيفية التصرف في مختلف المواقف ، وللاثارة وللرفقة وللسترخاء 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 تنافس ما بين وسائل الاتصال الجماهيري ومصادر اخرى لأشباع حاجات الافراد كالنوم أو التحدث مع الآخرين ، وتفترض هذه النظرية ان الافراد واعيين بحاجاتهم وقادرين 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** : وافترض هذه النظرية هو أن وسائل الاتصال تعمل على انتقاء بعض القضايا والتركيز عليها وبالتالي يدرك الجمهور أن هذه القضايا هامة ، ورواد هذه النظرية (ماكسويل ومك كومبس ودونالد شو) ، ويتم تحليل مضمون هذه الرسائل ثم يجري استصقاء اراء الجمهور ويطلب منه ترتيب أهمية هذه القضايا . وتعرف هذه النظرية: بانها قائمة القضايا أو الاحداث والتي يتم النظر اليها في وقت من الاوقات على انها مرتبة طبقا لأهميتها .وانواع الاجندات كالتالي :

١- اجندة الجماعات السياسية .

٢-اجندة الجماعات الاخرى المهمة .

٣- اجندة وسائل الاتصال الجماهيري .

٤-اجندة الجمهور العام .

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

٤ - **نظرية الاعراف الاجتماعية** :تفترض هذه النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيري ومن خلال الانتقاء والتركيز على أفكار معينة تخلق انطبعا 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 قدرا كبيرا من التأثيرات السلوكية والعاطفية والمعرفية من خلال المعلومات الرئيسية والمفيدة ، وان زيادة هذه التأثيرات تكون عالية في حالة عدم الاستقرار في المجتمع الذي يؤدي الى الصراع والتغيير ، وان تغيير حالة الجمهور المعرفية والوجدانية قد تترد لتغير بدورها كلا من وسائل الاتصال والمجتمع .

المرحلة الرابعة

مرحلة نموذج التأثيرات القوية

كانت البداية في فترة الثمانينيات ،وهي تقول ان الاتصال الجماهيري له أثار كبيره اذا استخدمت حملات وبرامج اعلامية طبقا لمبادئ نظرية الاتصال .واذا حددت الاهداف 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 الادراك الانتقائي ، وهي تقول ان هناك ثلاثة سمات رئيسية لوسائل الاتصال تضعف أو تقلل من الادراك 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 الانتقائي .
- تقوم هذه النظرية على الفرضيات التالية : ان الناس يتحدثون مع الاخرين اذ ما شعروا بأنهم يشاركونهم في الاراء التي يحملونها ، وفي حالة ادراكهم لعدم مشاركة الاخرين لهم بالاراء لن يعبروا عنها بصراحة . وما سبق يؤدي الى الفرضيات التالية :
- ١- يستخدم الفرد وسائل الاتصال الجماهيري كمقياس لمعرفة الاراء السائدة .
- لمعرفة اذا ما كان رأيه مقبولا ام لا .
- ٢- وسائل الاتصال الجماهيري تميل للتعبير عن نفس الاراء المتفق عليها والتي تنتظر لها على انها تمثل رأي الاغلبية ، وهي توضح صورة زائفة لمناخ الرأي العام .
- ٣- أن الافراد ذو الاراء المعينة يبقون صامتون ، وأرائهم لاتسود ولا تنتشر ، وبالتالي تنتشر دوامة الصمت .
- ٤- ان الاراء المدركة هي أراء وسائل الاتصال الجماهيري وهي السائدة .