

## الفصل السادس

### النظريات المتعلقة بالجمهور

الجمهور هو الجهة التي توجه إليها الرسالة ويقوم بحل رموزها بغية التوصل الى تفسير محتوياتها وفهم معناها ، وينعكس ذلك في انماط السلوك المختلفة التي يقوم بها ، ويجب ألا يقاس نجاح عملية الاتصال بما يقدمه المرسل ولكن بما يقوم به المستقبل سلوكياً ، فالسلوك هو المظهر والدليل على نجاح الرسالة وتحقيق الهدف .

وافراد الجمهور يتفاعلون مع الرسالة الاتصالية ويتأثرون بها وهم الهدف المقصود من عملية الاتصال ، لذلك فإن فهم الجمهور ومعرفة خصائصه وظروفه يلعب دورا مهما في ادراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقليته ، ويتألف الجمهور من أعداد كبيرة ومتنوعة منتشرة في أماكن متفرقة ولا يمكن الاتصال بها إلا عن طريق الوسائل الاتصالية ، والجمهور لا يمثل طبقة اجتماعية محددة بل يشكل مزيجا متاخلا وواسعا من الناس .

ويقاس جمهور أية وسيلة اتصالية وفق مقاييس أربعة هي :-

- ١- حجم الجمهور
- ٢- تركيب الجمهور (أي الفئات التي تكونه)
- ٣- درجة تجانس الجمهور (أي الاختلاف من حيث المستوى الثقافي والفكري أو من حيث الجنس أو العمر أو المهنة)
- ٤- طول التعرض (أي المدى الزمني الذي يقضيه الجمهور في الاستماع او المشاهدة)

كما يتأثر الجمهور بما يطلق عليه العوامل الانتقائية وتشمل التعرض الانتقائي والادراك الانتقائي والتفكير الانتقائي والاحتفاظ الانتقائي بالمعلومات .

ويحدد عالم الاجتماع هيربرت بلومر اربعة مركبات سوسولوجية اذا جمعت تكون منها ما يعرف بالجمهور وهي :

١. عضوية الجمهور قد تجيء من جميع مسالك الحياة ومن جميع الطبقات الاجتماعية التي يمكن تمييزها ، ويمكن ان تضم اناسا مختلفين في المكانة الطبقيّة ، ومختلفين في المهنة ، والتحصيل الثقافي ، والثروة.

٢. الجمهور اناس كثيرون غير معروفى الاسم او الهوية .
  ٣. ليس هناك قدر يذكر من التفاعل او تبادل التجربة بين اعضاء الجمهور .
  ٤. الجمهور مفكك جدا من حيث التنظيم ولا يملك القدرة على التصرف الموحد .
- ويتميز جمهور وسائل الاتصال بانه:-

١-متنوع في تركيبه

٢-يتألف من أفراد لايعرف احدهم الآخر

٣-منتشرون في أماكن متباعدة جغرافيا

٤-عددهم كبير

تعرض الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيري

التعرض هو (( استقبال الجمهور للوسيلة الاتصالية عن طريق تفسير رموزها المطبوعة او المرئية او المسموعة)) .

والتعرض يعبر عن اكتمال العملية الاتصالية كذلك يعبر عن استجابة الجمهور النسبية للرسالة واهتمامه بها ، أي انه يعبر عن حدوث الصلة بين رسائل ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة والجمهور من جهة أخرى . والتعرض يمثل حلقة أساسية من حلقات العملية الاتصالية ذلك لان أهداف أي نشاط اتصالي لايتحقق مالم يكن هناك من يستقبل الرسالة الاتصالية ، وان وصول الرسالة إلى الجمهور يعد حلقة أساسية من حلقات عملية الاتصال .

والتعرض للاتصال الجماهيري هو تعرض مباشر لوسائله اذ ان الأفراد يقرأون المطبوعات ويستمعون للراديو ويشاهدون التلفزيون والأفلام بصورة مباشرة ، ولكن هناك طريقا آخر في وصول بعض رسائل الاتصال الجماهيري إلى الناس وهو الاتصال الشخصي عن طريق قادة الرأي ، وبهذا فالجمهور من جانبه يقوم بنشاط اتصالي قد يكون غير محسوس وهذا يعني ان الاتصال الجماهيري لايقصر في تأثيره على الذين يتعرضون له فقط بل يتجاوز إلى إعداد أخرى في المجتمع ، ومن هنا كان القول بسريان الاتصال الجماهيري على مرحلتين او أكثر ، وكثيرا ما يتعرض الأفراد لوسائل الاتصال بوحى من تأثير جماعاتهم الاجتماعية وعلى هذا يعد سلوك الفرد إزاء وسائل الاتصال الجماهيري جزءا من سلوكه الاجتماعي ،

وعاداته الاتصالية جزءا من العادات الاتصالية للجماعة لان الشخص وليد ثقافة مجتمعه التي تحدد عاداته وتقاليده وأنماط سلوكه الأخرى ، ولا يكتسب الفرد شخصيته الا من خلال اكتسابه عناصر الثقافة المتمثلة بذلك الكيان المركب من القيم والعادات والأفكار وغيرها من أنماط السلوك الاجتماعي اذ ان الشخص هو من يشارك المجتمع في ثقافته العامة ، وتعد الثقافة تجسيدا للسلوك الفردي على الرغم من أنها ذات صفة جماعية وعلى هذا يمكن القول ان معظم سلوك الأفراد في الجمهور يأخذ شكل الأنشطة الاجتماعية المحلية التي تحددها الثقافات المحلية للمجتمعات ، لذا فان تعرض الفرد لوسائل الاتصال الجماهيري ذو صفة اجتماعية اولا ، وان دراسة التعرض تقتضي النظر الى الفرد من خلال جماعته الاجتماعية .

### معوقات التعرض

- ١-تشويش القناة : ويعني اضطرابات في سلامة النقل الطبيعي للرسالة الاتصالية عبر الوسيلة الجماهيرية مثل الاصوات التي تحدثها العوامل الجوية .
- ٢-تشويش في دلالات الألفاظ : ويحصل عند استخدام كلمات لايتسع لها قاموس الجمهور اللغوي ولايمكنه إدراكها وفهمها ، او تناول موضوعات ليس للجمهور معرفة بأوليائتها .
- ٣-اختلاف الإطار الدلالي للمرسل عن الإطار الدلالي للمستقبل : لان كل شخص يفسر الرسالة وفق إطاره الدلالي الخاص به .
- ٤-افتقار الجمهور إلى بعض المهارات الاتصالية مثل القدرة على القراءة او الانتباه : فالنقص في هذه المهارات يقود إلى تفسيرات خاطئة للرسالة الاتصالية .
- ٥-ميل الأفراد إلى التعرض للرسائل المتوافقة مع آرائهم وعقائدهم : وهذا ما يوصف بالتعرض الانتقائي ، اذ أن الأفراد لايتعرضون للوسائل والرسائل بصورة اعتباطية وهم يميلون إلى تعريض أنفسهم للرسائل الاتصالية التي تتوافق مع اتجاهاتهم وعقائدهم والمناسبة لميولهم اكثر من تلك التي تبدو محايدة اومعادية لها حول قضية ما .
- ٦-الافراد يختلفون فيما بينهم في مدى تعرضهم للوسائل والرسائل الاتصالية بفوارق كبيرة : فهناك جماهير يتعرضون لوسائل الاتصال لمدة طويلة واخرين لمدة قصيرة .

٧- عدم ثقة الجمهور بالمصدر : وتختلف هذه الثقة من مجتمع الى اخر ، وان ثقة الجمهور هي استجابة اساسها الاقتناع بالمصدر .

٨- ابتعاد المضمون عن حاجات الجمهور واهتماماتهم : اذ ان من أهم طرق الإقناع هو مراعاة اهتمامات الجمهور وعقليته العاطفية والثقافية ، وهناك عوامل اخرى تعوق التعرض منها عدم مراعاة التشويق والجاذبية في الرسالة وحالة الفرد النفسية والاقتصادية وعاداته في الاتصال ومصالحه الخاصة وعدم وصول الرسالة في الوقت المناسب .

وعند الحديث عن نظريات الجمهور لا بد من التطرق الى نظرية الاستخدامات والاشباع ، ونظرية دوامة الصمت ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام والتوقعات الاجتماعية .

#### اولا. نظرية الاستخدامات والاشباع **uses and gratification**

ترى نظرية الاستخدامات والاشباع التي تعنى بجمهور الوسيلة الإعلامية وليس بعنصر الرسالة ذاتها إن جمهور الوسيلة الإعلامية يتميز بخصائص عديدة أهمها القدرة على اختيار الرسائل الإعلامية التي تلبي رغباته وتشبع حاجاته الكامنة ، ومعنى ذلك ان الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الاعلام ، فالجمهور بهذا المعنى له غاية محددة من تعرضه لتلك الوسائل ، ويسعى الى تحقيق هذه الغاية عن طريق التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته ، وهذه النظرية تنظر للجمهور بانه ايجابي عكس نظرية الرصاصة السحرية التي ترى ان الجمهور سلبي يمتص المعلومات من وسائل الاعلام دون تمييز .

وتنطلق هذه النظرية من فرضيات عدة هي :

١. ان جمهور وسائل الاعلام يسعى الى تحقيق هدف معين من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية .

٢. ان جمهور الوسيلة الإعلامية يختار ما يناسبه من وسائل الاعلام التي تحقق حاجاته ورغباته ، فهو يعرف هذه الحاجات والرغبات ويحاول اشباعها عن طريق تعرضه لوسائل اعلامية مختلفة .

٣. ان وسائل الاعلام تتنافس مع مصادر الاشباع الاخرى ، مما يجعل وسائل الاعلام تدخل في منافسه مع هذه المصادر .

وتنقل هذه النظرية حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور الإعلامي إلى المفهوم الايجابي القائم على إدراك إن أعضاء الجمهور هم أناس فاعلون ينتقون من الإعلام المضامين والوسائل التي يفضلونها ، ولا تتحدد بالسؤال ماذا يفعل الإعلام بالجمهور ؟ بل ماذا يفعل الجمهور بالإعلام ؟ ولماذا يستخدم الناس المنتجات الإعلامية ؟ وماهي الاشباعات التي يحققونها ؟ وتتطلب هذه الأسئلة الحديث عن موضوع التأثير لمضمون المادة الإعلامية إلى السياق الاتصالي برمته فمنبع الاشباعات التي يحصل عليها المتلقي من الإعلام الجماهيري قد يتعلق بالمضمون الخاص بالرسالة الاتصالية او التعرض للوسيلة الإعلامية بحد ذاتها .

وتعود بدايات الاهتمام بالاشباعات التي تحققها وسائل الإعلام لجمهورها مع ظهور الدراسات الخاصة بتأثيرات الإعلام على الرغم من إن هذا المجال يصعب فيه البحث التجريبي وذلك لطبيعة البشر المتغيرة ومع ذلك فهناك العديد من الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيري ، فقد ظهرت في الأربعينات أعمال لازرسفيلد وستانون وبييرلسون وفي الخمسينات أعمال ريليزوفريدسون وشرام ولايل وباركر فهذا النموذج يكاد يلتقي مع نظرية المعلومات لان كليهما يعتبر المتلقي هو بؤرة اهتمامه ( لكن الفارق بين النموذجين هو إن الأول يتساءل عن كيفية حصول المتلقي على المعلومات ؟ والثاني يسعى لمعرفة الحاجات التي تدفع المتلقي لاستخدام وسائل الإعلام؟ )

• وهناك دوافع فردية وحاجات نفسية تستثيرها الوسيلة الإعلامية هي :-

- ١- دعم إحساس الفرد بأنه يستخدم وسيلة إعلامية متميزة في كل ما يتعلق بتوظيف الكفاءات والمهارات لإنتاج محتوى متميز بالصدق والموضوعية.
- ٢- دعم إحساس الفرد بالاتساق مع اتجاهات الوسيلة واهتماماته.
- ٣- دعم إحساس الفرد بأنها تقدم له خدمات لاكتساب المعرفة .
- ٤- دعم إحساس الفرد بعمق العلاقة بين الوسيلة والمجتمع .

وفي هذا الإطار تسعى نظرية الاستخدامات والاشباعات تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:-

الهدف الأول : التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام (How) وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.  
الهدف الثاني: توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام (Why) والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

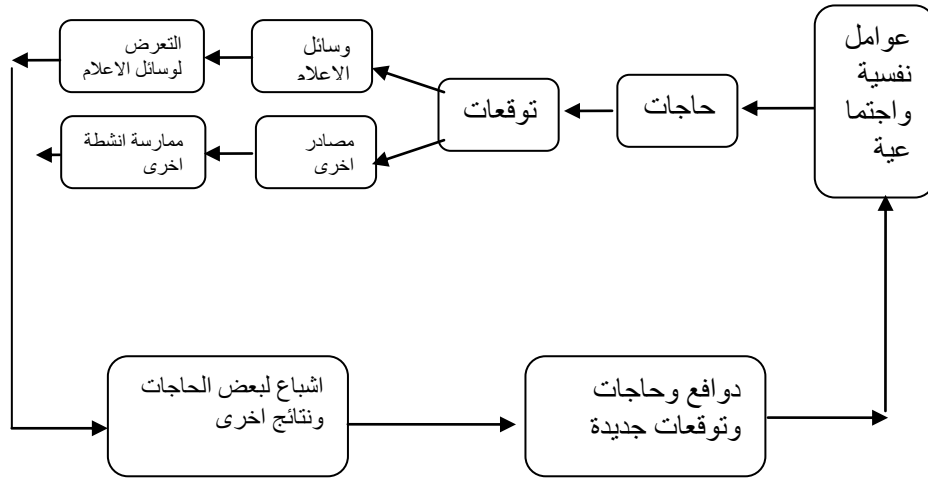
الهدف الثالث : التركيز على فهم عملية الاتصال الجماهيري نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

وقد صنف الخبراء دوافع الاستخدام إلى نوعين من الدوافع هي (دوافع نفعية ودوافع طقوسية ) وقد أظهرت الدراسات ان ما يجعل الجمهور شديد الارتباط بالوسيلة الإعلامية هو مقدار ما توفره له من اشباعات لحاجاته المعرفية والنفسية ، فالإنسان لا يستطيع التحرك من دون معلومة لا سيما في عصر المعلومات ، اذ ان انقطاع الفرد عن وسائل الإعلام يؤدي إلى إرباك وعدم توازن في سلوكه ، وان تعرضه لوسائل الإعلام وتجديد معلوماته باستمرار احد عوامل حفظ التوازن الداخلي للفرد .

• وتشمل الاحتياجات التي تقدمها وسائل الاتصال الجوانب الآتية:-

- ١- احتياجات معرفية أي الحاجة إلى الخبرة والمعرفة .
- ٢- احتياجات عاطفية الحاجة إلى الإحساس بالراحة والفرح والسعادة .
- ٣- احتياجات اجتماعية وتتضمن العلاقة مع محيط الأسرة والزملاء والأصدقاء .
- ٤- احتياجات تحقيق الذات ، وكذلك الاحتياجات الترفيهية حيث بينت الدراسات إن الإشباع الذي يحققه الانترنت للجمهور المستخدم يبدأ أولاً بالجانب المعرفي ثم العاطفي ثم الاجتماعي ثم الترفيهي ثم التجاري .

ومع ذلك فإن بعض خبراء الاعلام يرون إن مفهوم الاستخدامات والاشباعات بفروضه لم يتمكن من الوصول إلى مستوى نظرية وتحقيق الحقيقة العلمية فهو يبقى نموذج يتساءل حول ماذا يريد الجمهور من وسائل الإعلام؟ ويبقى جزءا من نماذج التأثيرات بعيدة المدى التي تظهر نتائجها بصورة غير مباشرة أو بطريقة تراكمية.



شكل (١٧) يبين نظرية الاستخدامات والاشباع

• رابعاً: نظرية التوقعات الاجتماعية :

من بين الصفات التي نعت بها الانسان انه كائن اجتماعي متوقع ، لانه مهياً لان يتوقع احداثاً ومواقف ، ولكن حدود الصدق في توقعاته ترتبط بمتغيرات عدة من بينها اسلوب التفكير وحدود سيادة هذا الاسلوب في ثقافة المجتمع ، و تعد وسائل الإعلام الجماهيرية مصدرا كبيرا للتوقعات الاجتماعية حول التنظيم الاجتماعي لجماعات معينة في المجتمع الحديث ، وبمعنى اخر فانها في مضمونها تصف او تصور النماذج والمعايير والادوار والمراتب والعقوبات لكل انواع الجماعات المعروفة في الحياة الاجتماعية المعاصرة تقريبا ، وان الانسان عندما يتعرض لوسائل الاتصال يرى معايير عشرات من الجماعات ويكون تصورا عنها من دون ان يغادر منزله .

وتضطلع نظرية التوقعات الاجتماعية بدراسة التأثيرات التي يمارسها الاتصال الجماهيري على عمليات التكيف الاجتماعي بفعل تمثلات لنماذج مترسخة في حياة المجموعة يعرضها هذا الاتصال والتي من شأنها ان تسهم في تحديد التوقعات التي يمتلكها اعضاء محتملون لمجموعة ما قبل ان يشاركوا في الانشطة الاجتماعية المنظمة ، اذ تعد وسائل الاتصال الجماهيري مصدرا مهما للتوقعات الاجتماعية النموذجية حول التنظيم الاجتماعي لجماعات معينة في المجتمع الحديث .

وتتميز نظرية التوقعات الاجتماعية بالاتي :

١. ان نماذج التنظيم الاجتماعي التي تظهر على شكل معايير وادوار ورتب وعقوبات او مكافأة تتعلق بجماعة معينة ويتم غالبا تصويرها في المضمون الاعلامي .

٢. قد يكون هذا التصوير الاعلامي لنماذج التنظيم الاجتماعي حقيقيا او مشوها جديرا بالثقة او مضللاً .

٣. مهما كانت علاقة هذه الصورة بالواقع فان الجمهور يستوعب هذه التحديدات وتصبح هذه الصورة عبارة عن التوقعات الاجتماعية التي تعلموها كنماذج للسلوك .

٤. تعد هذه التوقعات جزءا مهما من فهم الناس المسبق للسلوك المطلوب .

٥. تنفيذ التوقعات الاجتماعية الافراد في تحديد كيف يتصرفون شخصيا تجاه الاخرين الذين يلعبون ادوارا في جماعات معينة وكيف يتصرف الاخرون تجاههم في مختلف الظروف الاجتماعية .

**خامساً :. نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال :**

توصف نظرية الاعتماد انها نظرية بيئية كونها تركز على العلاقة بين النظم الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها فالنظرية البيئية تنظر الى المجتمع باعتباره تركيبيا عضويا وهي تبحث في ارتباط الاجزاء الصغيرة ببعضها في المجتمع ومن ثم تحاول تفسير سلوك تلك الاجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقة .

وتحاول نظرية الاعتماد فهم العلاقة بين وسائل الاعلام والجمهور لمعرفة :لماذا يتابع الجمهور وسائل الاعلام ماهي اهدافه التي يرمي لتحقيقها ؟ فهي تسعى لاختبار العلاقة بين الاجزاء الصغيرة والكبيرة في النظام الاجتماعي لمحاولة فهم سلوك كل جزء وتوضيحه في ضوء طبيعة العلاقة بين عناصر النظام ككل فهي تنظر الى الاعلام من منطلق العلاقة التي يكونها مع الجمهور ،وقد تتسم هذه العلاقة بالتعاون او الصراع وقد تكون ديناميكية متغيرة او ساكنة ثابتة وقد تكون مباشرة قوية او غير مباشرة وضعيفة .

وتنقسم دراسة الاعتماد الى مدخلين :الاول يتعلق بالنطاق العام أي علاقة وسائل الاعلام بمؤسسات ونظم المجتمع وعرف بأسم Media System Dependency



،والثاني:يهتم بعلاقة الفرد بالوسيلة ودورها في التأثير على اتجاهات ومعتقدات الجمهور واسباب الاعتماد وعرف بأسم Media Information Dependency Theory .

وتعد درجة اعتماد الافراد على معلومات وسائل الاعلام اساسية لتحقيق الفهم للمتغيرات الخاصة بزمان الرسالة الاعلامية وانعكاساتها التاثيرية عليهم اما الاثار الناتجة عن اعتماد الافراد على وسائل الاعلام فهي ثلاث فئات اساسية :أثار معرفية ،أثار وجدانية ،اثار سلوكية .

وبناء على ذلك فالجمهور يعتمد على وسائل الاعلام لتحقيق الاهداف الاتية :

١-الفهم وينقسم الى :

أ-الفهم الذاتي(ويعني فهم الفرد للقيم والمعايير والمعتقدات الاجتماعية التي تساهم في تشكيل خبرته الشخصية )

ب-الفهم الاجتماعي( ويعني فهم الفرد لوظائف المجتمع الذي يعيش فيه )

٢-التوجيه وينقسم الى :

أ -التوجيه السلوكي( ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة بتوجيه سلوكي من المجتمع لاتخاذ السلوك الملائم لتوقعات وقيم المجتمع )

ب -التوجيه التفاعلي (ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة باكتساب مهارات الحوار والتفاعل مع افراد ومؤسسات المجتمع )

٣-التسلية وتنقسم الى :

أ-تسلية منعزلة(وتعني رغبة الفرد في الترفيه والراحة والهدوء والبعد عن ضغوط الحياة اليومية )

ب-التسلية الاجتماعية (وتعني رغبة الفرد في الترفيه من خلال تفاعله مع الاخرين )

وتعتمد فكرة هذه النظرية على ان استخدامنا لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال وتفاعل معنا تتأثر بما نتعلمه من المجتمع وان أي رسالة نتلقاها من

وسائل الاتصال قد يكون لها نتائج مختلفة اعتمادا على خبراتنا السابقة عن الموضوع وتأثيرات الظروف الاجتماعية<sup>١</sup>.

ومن الاهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام الكشف عن الاسباب التي تجعل لوسائل الاعلام احيانا اثارا قوية ومباشرة وفي احيان اخرى تكون لها تاثيرات غير مباشرة وضعيفة<sup>٢</sup>، فهذه النظرية تفترض ان لوسائل الاتصال تأثيرات قوية اذا تم استخدامها باسلوب منظم ومدروس<sup>٣</sup>.

ويقوم منظور الاعتماد على وسائل الاعلام على دعامتين رئيسيتين هما<sup>٤</sup>:  
أ- ان هناك اهدافا للافراد يبيغون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء اكانت هذه الاهداف شخصية ام اجتماعية .

ب- اعتبار نظام وسائل الاعلام نظام معلومات يتحكم بعملية تحقيق الاهداف الخاصة بالافراد وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها مرورا بعملية الاعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها بصورة اخرى .  
وتتأثر عملية الاعتماد بعدة عوامل تتحدد بالاتي<sup>٥</sup>:

١. طبيعة الجمهور واهدافه من الاعتماد

٢. طبيعة المجتمع ومدى توافر مصادر المعلومات

٣. طبيعة وتنوع وسائل الاتصال والاعلام

٤. طبيعة الوقت او الظروف التي يعيشها الفرد او المجتمع

٥. طبيعة المعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام

ويعتقد خبراء الاتصال ان هذه النظرية هي نظرية شاملة تقدم رؤية كلية للعلاقة بين وسائل الاتصال والجمهور وتتجنب الاسئلة البسيطة وان اهم ما اضافته هو ان المجتمع يؤثر في وسائل الاتصال فالنظرية تعكس الميل العلمي

<sup>١</sup> ( Fredrick Williams.the new communication (California:wads worth publishing ) 1985.p:281 )

نقلا عن (محمد اسماعيل حسن (٢٠٠٣)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر، ص ٢٧١ )

<sup>٢</sup> (عماد حسن مكاوي، ليلي حسين (١٩٩٨)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدر المصرية اللبنانية، ص ٣١٤ )

<sup>٣</sup> (ابراهيم، يسرى خالد، فاطمة عبد كاظم، (٢٠١٢)، نظريات الاتصال، بغداد: دار النهريين للنشر، ص ٩٧ )

<sup>٤</sup> ( عبد الحميد، محمد (٢٠٠٧)، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ص ٢٩٨ )

<sup>٥</sup> (رضوان، احمد فاروق، مصدر سابق، ص ٣١٦ )

السائد في العلوم الاجتماعية للنظر الى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة وليست مجرد نماذج منفصلة من الاسباب والنتائج<sup>٦</sup>.

الاعتماد الرقمي (على الوسائل الرقمية )

ويعتبر تفسير ديفلر لاعتماد الجمهور على وسائل الاعلام مجالا تطبيقيا متميزا لتأثير الاعتماد على وسائل الاتصال الرقمي لانه يفترض قيام علاقة الاعتماد على دعامتين رئيسيتين تتمثلان بحاجة الجمهور الى المعلومات وتحقيق اهدافه واعتبار نظام الاعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الاهداف، فالاتصال الرقمي يعد احد ضرورات نظم المعلومات لاستمرار دورتها وتدفعها<sup>٧</sup>.

كما اظهرت دراسة اجريت في(١٩٩٨)وجود ادلة قليلة على ان الاساتذة استخدموا تكنولوجيا المعلومات في العملية التعليمية وتشير نتائج هذه الدراسة ان معظم الاكاديمين يستخدمون تكنولوجيا المعلومات والمواقع الالكترونية في تحديث المواد الدراسية لاجلها محل التقليدية ولكن يركز استخدامهم لها على برامج معالجة المعلومات والبرامج الشائعة كما توصلت الدراسة الى وجود علاقة قوية بين مهارة الاكاديميين في جامعة اوهايو وبين استخدام الانترنت في التدريس<sup>٨\*</sup>.

وان عملية التعامل مع المعلومات في المجتمعات الشبكية تعتمد بالدرجة الاولى على طبيعة المتلقي فالمتلقي النشط يتميز عن غير بقدرته على انتقائية المعلومات والقصدية والنفعية كذلك لديه القدرة في التصدي للتلاعب الاعلامي بالمعلومات فالمتلقي النشط يكثر وجوده في المواقع الالكترونية ويمثل البعد الاساسي لتبديل الانظمة الاعلامية وتحديد نوع الاستهلاك المعلوماتي لمضامين

<sup>٦</sup> (اسماعيل، محمود حسن، مصدر سابق، ص ٢٨٢

<sup>٧</sup> (عبد الحميد، محمد، (٢٠٠٧)، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت، القاهرة: عالم الكتب، ص ٢٥٧

<sup>٨</sup> (بخيت، السيد (٢٠٠٤)، الانترنت وسيلة اتصال جديدة، العين: دار الكتاب الجامعي، ص ١٩٩

\* (فيما يتعلق باستخدامات اعضاء هيئات التدريس للانترنت اظهرت نتائج بحث تم توزيعه عبر القوائم البريدية للمهتمين ان ثلثي الاستخدامات تتعلق بأرسال وتلقي البريد وقراءة الاخبار الالكترونية وثلث الأنشطة الأخرى تتعلق بتصميم وتصفح الانترنت وان ٤٣% من اعمال اعضاء هيئة التدريس تتم عبر الانترنت كبديل عن الاتصال المواجهي كما اثبتت دراسات اجريت في كندا واستراليا ان هناك صعوبات تواجه الاكاديميين منها ٥٠% في تحميل وتنزيل الملفات، ٣٢% يعانون صعوبات في التعامل مع قواعد المعلومات (المصدر نفسه)

الاعلام ،<sup>٩</sup> وقد وفر الاتصال الرقمي بما يتيح من مساحات فكرية واسعة وتعدد المواقع وادوات التفاعل التي توفرها شبكة الانترنت التي أصبحت مصدرا اساسيا من مصادر المعلومات وساهمت بالكشف عن القضايا والمشكلات الغائبة وفتحت المجال لحرية التعبير وتعدد وجهات النظر مما ادى الى زيادة اعتماد الكثير من فئات المجتمع على الشبكات والمواقع الالكترونية للتزود بالمعلومات المهمة والاساسية .<sup>١٠</sup>

وان الاعتماد على الاتصال الرقمي اعقد من مجرد التعرض للوسيلة فقد يحدث التعرض كجزء من عادة اتصالية لدى المتلقي لكن قوة التأثير تكمن وفقا لنظرية الاعتماد في قدرة وسائل الاتصال الرقمي بالسيطرة على مصادر المعلومات التي يحقق من خلالها الفرد اهدافه الرئيسية وهذه الاهداف يمكن ان تتسع وتزيد كلما زاد المجتمع تعقيدا ويمكن ان نعتبر مجتمع المعلومات هو اكثر المجتمعات تعقيدا .<sup>١١</sup>

وقد ساهمت المواقع الالكترونية في تشكيل مجتمع المعلومات قائم على حرية التعبير فضلا عن تحول بعض المواقع الى صحافة شعبية فأن الكثير من المواقع المعرفية تحولت الى منبر لنقل العلوم وتفعيل حركة البحث العلمي ،<sup>١٢</sup> فقد ساهمت التطورات العلمية الحديثة بالتأثير على الانسان في زيادة الفعالية الادراكية لديه اذ يمتاز الانسان في المجتمعات الشبكية بقدرته العالية باكتساب المعلومات وتقبل التغيير ،ففي المجتمعات الشبكية تتحول النظم المعلوماتية ونظم الالة الى نظم معرفية متضمنة نوعا من التفكير الانساني وهو الذي يحقق التطور الذي تطمح اليه البشرية .<sup>١٣</sup>

وقد اثبتت الاحداث المتتالية في العالم بعد احداث ١١ سبتمبر وما تبعها من احداث تزايدت بها درجة الصراع ومستويات التغيير اثبتت مدى اعتماد الافراد

<sup>٩</sup> مهنا ،فريال ،(٢٠٠٢) ،علوم الاتصال في المجتمعات الرقمية ،دمشق : دار الفكر ،ص ٣٤٩

<sup>١٠</sup> عبد الحميد ،محمد ، (٢٠٠٩) ،المدونات الاعلام البديل ،القاهرة :عالم الكتب ،ص٢٦٨

<sup>١١</sup> ( Hugh M.Cullbertson ,Guido H. Stempel,How Media use and reliance effect knowledge

level,Communication Research,vol,13,no,4 October 1986 .pp:479-602

<sup>١٢</sup> (الليان ،شريف درويش (٢٠١١)،مداخلات في الاعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت ،القاهرة :دار العالم

العربي ،ص ٩٣

<sup>١٣</sup> (رحومة ،علي محمد (٢٠٠٨)،علم الاجتماع الالي ،الكويت :سلسلة عالم المعرفة العدد ٣٤٧ ،ص١٧٩

على شبكة الانترنت ومواقعها المختلفة كونها مصدرا مهما للمعلومات تساعد الافراد في بناء افكارهم وترتيبها لفهم الواقع ،<sup>١٤</sup> وتحتل التأثيرات المعرفية المرتبة الاولى بين المجالات الاخرى خاصة ان وفرة المعلومات تجعل المستخدم يتجاوز المشكلات الخاصة بعدم كفاية المعلومات والغموض الناتج من ذلك وتسهم هذه الوفرة في تحقيق الادراك المناسب لأحداث وتفسير المعاني الكامنة وراءها بجانب مساعدة الفرد في تشكيل الاتجاهات وتدعيمها فالإطار العام لاستخدام شبكة الانترنت باعتبارها مجالا من مجالات الاستخدام لتلبية الحاجات وكذلك باعتبارها نظاما للمعلومات تؤثر مخرجاته في المستفيدين منه .<sup>١٥</sup>

من الأهداف الرئيسة لهذه النظرية تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرات قوية مباشرة وأحيانا أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما . وان منظريها يبرزون العلاقة المتزايدة المتبادلة بين نظام الوسائل وانظمة اجتماعية اخرى والجمهور في اطار تركيب عضوي ، اذ ان هذا التفاعل يؤثر على محتوى وسائل الاعلام والاتصال وعلى تبعية الجمهور لها ، فكلما وفرت هذه الوسائل خدمات معلوماتية مهمة كلما كان الجمهور تابعا لها ، ومن ثم فهم يرون بان الافراد الاكثر تبعية لهذه الوسائل هم الاكثر تعرضا لتأثيراتها في معتقداتهم وتصوراتهم عموما .

ومجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية تتحصر في :

١. التأثيرات المعرفية :

مثل ازالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث ، وذلك بتقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث ، وايضا التأثير في ادراك الجمهور للاهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا ، فضلا عن التأثيرات الخاصة بالقيم والمعتقدات .

٢. التأثيرات الوجدانية :

<sup>١٤</sup> ( عبد الحميد ، محمد ، (٢٠٠٧) ،الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت ،مصدر سابق ،ص ٢٥٨  
<sup>١٥</sup> ( المصدر نفسه ،ص ٢٦٠

والمعلقة بالمشاعر والاحاسيس ، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف ، وايضا التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع .

٣. التأثيرات السلوكية :

والمتمثلة في الحركة او الفعل الذي يظهر في سلوك علني ، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية ومرتبة عليهما .

وتستند هذه النظرية على اعتبارات تأثيرية للاعلام تتسم بالقوة والقدرة على التغيير ، فهذه النظرية تفترض ان لوسائل الاتصال الجماهيري تأثيراتها القوية اذا تم استخدامها في حملات اعلامية منظمة ، يتم الاعداد لها بعناية .

ومن المبادئ الاساسية لتحقيق التأثير القوي لوسائل الاعلام الاتي :

. اعادة الرسائل الاعلامية على مدى زمني معين ( التكرار ) .

. التركيز على جمهور معين تستهدفه الرسالة الاعلامية .

. تحديد الاهداف بعناية لكي يقوم القائم بالاتصال بانتاج رسائل منسجمة مع هذه الاهداف .

### المصطلحات الكتاب :

(١) الإدراك : هو عملية استقبال المنبهات وتفسيرها تمهيدا لترجمتها الى معان ومفاهيم تعاون في اختيار السلوك ، وتبدأ عملية الإدراك عادة حين يصل اجهزة الاستقبال المعلومات لدى الفرد اشارات من المثيرات او المنبهات تتولى اجهزة الاستقبال ترجمتها الى نبضات عصبية مما ينتج عنه الاحساس او الشعور بها .

(٢) الجمهور النشط : يتحدد مفهوم الجمهور النشط في نطاق ما يشمله من وعي ذاتي وقدرة على الاختيار او التقادي وامتداده الى التفاعل الايجابي اكثر وبما يشكل حاجزا يقلص دور الهيمنة الاعلامية والغزو الثقافي الوافد ويتمثل دور الجمهور النشط في ثلاث مجالات :

الاول- اختيار التعرض للرسائل الاتصالية بناء على مايرغب في تحقيقه من امتاع واشباعا .

الثاني - تطويع تكنولوجيا الاتصال لخدمة الثقافة المحلية او القيم والاتجاهات والسياسة للافراد .

الثالث- تفسير الرسائل الاتصالية والثقافية بشكل يعزز الهوية المحلية ويتواءم  
الضرورة مع المعاني والغايات المقصودة من هذه الرسائل ، وتشير نتائج بعض  
الدراسات التي اجريت عن الاستخدامات ان التكنولوجيا الجديدة عملت على تحقيق  
نشاط وافر ومتنوع للجمهور المتلقي للرسائل الاعلامية كما فتحت الانترنت افقا  
واسعة امام الجمهور النشط ليقوم بخدمة ثقافته المحلية وهويته الخاصة .

٣) **الثقافات الفرعية** : هي مجمل انماط السلوك التي تتضح لدى جماعة اجتماعية  
والتي لها بعض ما يميزها عن الثقافة العامة للمجتمع ، ويقصد بها الثقافات التي  
تنشأ في المجتمعات المحلية يتقاسم افرادها اسلوبا مميزا في الحياة تختلف عن  
المجتمع الاشم .

٤) **التفكير**: هو المعالجات العقلية للمدخلات الحسية بهدف تشكيل الافكار من اجل  
ادراك المثيرات الحسية والحكم عليها فهو عملية عقلية معرفية وجدانية .

٥) **التذكر**: هو مجموعة الانشطة والاستراتيجيات التي يقوم بها المتعلمون بهدف  
تخزين المعلومات في الذاكرة بعيدة المدى والاحتفاظ بها .

٦) **الاستدعاء**: هو مهارة استرجاع المعلومات من اوعية الخزن العقلية وتعتمد هذه  
المهارة على طبيعة الفرد في الاستيعاب وطريقته في الخزن ،

٧) **المعايير**: يقصد بها القوانين والقواعد والضوابط التي يجب ان يلتزم بها الفرد  
اتجاه الجماعة سواء اكانت هذه القضايا تافهة او خطيرة .

٨) **الادوار**: هي قواعد للسلوك لكنها تتطبق على مواقف معينة فهي تحدد ادوار  
متخصصة يلعبها الافراد في نشاط الجماعة مثل دور الام في الاسرة وادارة البيت  
دور الاب ودور الابناء الى غير ذلك من الادوار .

٩) **الرتبة** :وتعني ان الافراد الذين يمتلكون سلطة ومقام بين الاخرين ومعنى ذلك ان  
الفرد الذي يمتلك السلطة يستطيع فرض طاعة الاخرين له .

١٠) **العقوبات** : لكل جماعة قوانينها التي تحمي وجودها ضد السلوك المنحرف  
لذلك يتم تطبيق العقوبات للحفاظ على الوجود الاجتماعي للجماعة وتقديم المكافأة  
للذين يلتزمون بالقواعد بطريقة واضحة

١١) الصورة الذهنية : هي التقديم الفعلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر ، او محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة او تخيل لما ادركته حواس الرؤية او السمع او اللمس .

١٢) الصورة النمطية : هي عملية تصنيف وتقييم غالبا ما ترتبط بتمثيل الجماعات الاجتماعية وقد حظى هذا المفهوم باهتمام مختلف فروع العلوم الانسانية والاجتماعية فعلماء النفس اهتموا بمفهوم الصورة النمطية وعلاقتها بادراك الفرد للبيئة التي يعيش فيها وتأثير الصورة النمطية على تصرفاته وسلوكه بالاضافة الى الوظائف السيكولوجية للصورة النمطية وتأثيرها هلى تكيف الفرد مع المجتمع ، اما علماء السياسة فقد اثارو مفهوم الصورة النمطية ودورها في عملية صنع القرار السياسي في الغرب وعلى العلاقات الدولية والدور الذي تلعبه الصورة النمطية في الحرب اما علم الاعلام فقد اهتم بدور وسائل الاعلام في تشكيل الصورة النمطية فهو يتردد بشكل كبير في وسائل الاعلام الغربية خاصة بعد احداث ايلول ٢٠٠١ واتهم الكثير من الكتاب العرب وسائل الاعلام الغربية بتصنيع صورة نمطية للعرب والمسلمين

. ويعرف ليبمان الصورة النمطية (هي عملية منتظمة يستخدمها الناس ليجعلوا للمجتمع معنى من خلال التعميمات والانماط )

١٣) نظرية لولب الصمت: (إن معظم الناس يخافون العزلة بطبيعتهم وخوفهم هذا يجعلهم يتبعون رأي الأغلبية في محاولة للتوحد معهم حتى لو كان ذلك على حساب آرائهم ووجهات نظرهم التي تختلف مع رأي الأغلبية وبالتالي التزام الصمت حولها ، فالفئة الصامتة تفضل الصمت بدل الإحساس بالعزلة عن الآخرين الذين يمثلون رأي الأغلبية )

١٤) النموذج : (محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثا او نظاما معينا في شكل رمزي)

١٥) الإطار الدلالي: (ويشمل كل من اللغة المشتركة والخبرات المشتركة والأفكار والاتجاهات المشتركة)



١٦) **اللغة:** ( نظام من الرموز المرئية أو المسموعة اللفظية وغير اللفظية ، التي تستخدم في ترميز الرسائل الاتصالية الموجهة إلى الآخرين بقصد استحضار المعاني لديهم ) .

١٧) **جو الاتصال:** ( هو حصيلة العوامل والتغيرات المؤثرة في الجمهور ،منها الضر وف الاجتماعية والنفسية واللغة المحيطة بالعملية الاتصالية) .

١٨) **الوسيلة:** ( هي أداة مادية ملموسة تنتقل من خلالها الرسالة الى الجمهور مثل الصحيفة والكتاب والراديو والتلفزيون والسينما وجهاز الحاسوب).

١٩) **الرسالة:** ( هي تلك المعاني التي توضع في رموز كالكلمات أو الصور أو الرسوم أو الأصوات فيما يسمى باللغة اللفظية واللغة غير اللفظية وتتضمن الرسالة المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بموضوعات معينة يتم التعبير عنها رمزياً )

٢٠) **يقصد بالاستمالة:** (العملية التي يقوم بها للتأثير في الآخرين عن طريق مختلف الأدلة والشواهد والأمثلة والبراهين لتقبل ما نقدمه لهم من أفكار وآراء أو للقيام بعمل معين أو تكوين اتجاهات محددة )

٢١) **الاستمالات العاطفية:** (وتستهدف التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال )

٢٢) **التنافر الإدراكي:** (هي محاولة الشخص للوصول إلى درجة من الاتفاق مع نفسه والبيئة فإذا تعرض لما يخالف هذا الاتفاق فإنه يحاول اختلاق ما يساعده على تجاوز هذا التنافر )

٢٣) **(bit)** وهي اصغر وحدة قياس\_ ، (وعند شانون تعني مقدار المعلومات التي تدخل في عملية الاختيار بين بديلين متساويين)

٢٤) **الفجوة المعرفية:** (هو التباين أو الفرق في المعلومات بين الجمهور اعتماداً على اكتسابها من وسائل الإعلام فالفئات الأكثر ثقافة أكثر اكتساب وأكثر معرفة )

٢٥) **الغرس الثقافي** (يعتمد على دراسة كثافة التعرض للمواد التلفزيونية وعملية اكتساب المعرفة والسلوك من خلال الوسيط الثقافي أي التلفزيون )

٢٦) **الاتجاه السائد:** (عبارة عن نسيج من المعتقدات والقيم والممارسات التي يقدمها التلفزيون في صور مختلفة )

٢٧) النظرية العلمية هي : ( تحديد نهائي للعلاقة بين الحقائق والمتغيرات يقدم تفسيراً للظاهرة ويتوقع اتجاهات الحركة فيها )

٢٨) التأثير : (يقصد بتأثير عملية الاتصال حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية والتي تتفق مع مفهوم الهدف من الاتصال )

٢٩) المدخل الوظيفي: (ويعنى بدراسة وظائف وسائل الاتصال

٣٠) المدخل التائيري : ( و يهتم بدراسة التائيرات الناتجة عن تعرض الجماهير لوسائل الاتصال)

٣١) ترتيب الأولويات : (ان هناك علاقة طردية بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام للقضايا المختلفة التي تهتم الجمهور وبين ترتيب أهمية هذه القضايا لدي الجمهور الذي يتابع تلك الوسائل فالجمهور يتعلم من خلال الوسيلة كم تبلغ تلك المسائل من أهمية تبعا لحجم التغطية الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام لقضايا معينة دون أخرى) .

٣٢) الجمهور : (هو الجهة التي توجه إليها الرسالة الاتصالية ويقوم بحل رموزها بغية التوصل إلى تفسير محتوياتها وفهم معناها وينعكس ذلك في أنماط السلوك المختلفة التي يقوم بها ويقاس نجاح عملية الاتصال بما يقوم به الجمهور من سلوك (أي رجع الصدى )

٣٣) التعرض : (هو استقبال الجمهور للوسيلة الاتصالية عن طريق تفسير رموزها المطبوعة او المرئية او المسموعة وهو دليل على اكتمال عملية الاتصال )

٣٤) الاستخدامات والاشباكات : (تري نظرية الاستخدامات والاشباكات إن جمهور أية وسيلة إعلامية يتميز بخصائص عديدة أهمها القدرة على اختيار الرسائل الإعلامية التي تلبى رغباته وتشبع حاجاته الكامنة ) .

٣٥) التقمص الوجداني: هو العملية التي نتوصل بمقتضاها الى توقعات عن الحالات السايكولوجية لانسان أي القدرة على عمل استنتاجات عن الاخرين وتغيير تلك الاستنتاجات لتتفق مع الظروف الجديدة

٣٦) تبني المبتكرات :هي العملية العقلية التي ينتقل فيها الفرد من مجرد سماع الفكرة الى اعتناقها

٣٧) الانتشار : هو انتقال الفكرة بين الناس

٥٨) الابتكار : ممارسة الفرد لشيء جديد .

## المصادر

١. احمد زكريا احمد ، نظريات الاعلام (مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها ) ، ( القاهرة : المكتبة العصرية ، ٢٠٠٩ ) .
٢. احمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات الاعلام ط٢ (القاهرة : دار الكتاب المصري ، ١٩٩٣ ) .
٣. ارمان وميشال ماتلار ، تاريخ نظريات الاتصال ط٣ ، ترجمة نصر الدين العياضي (بيروت : المنظمة العربية للترجمة ، ٢٠٠٥ ) .
٤. اسماء حسين حافظ ، تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في عصر الفضاء الالكتروني المعلوماتي والرقمي (القاهرة : الدار العربية للنشر ، ٢٠٠٥ )
٥. تشارلز . ر . رايت ، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري ، ترجمة محمد فتحي ( القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٣ ) .
٦. جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ( القاهرة : جامعة القاهرة ، ١٩٧٨ )
٧. حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ( القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٨ )
٨. حسن عماد مكاوي ، نظريات الإعلام ( القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٩ )
٩. دنيس ماكويل ، الاعلام وتأثيراته دراسات في بناء النظرية الاعلامية (القاهرة : الدار العربية ، ١٩٩٢ ) .
١٠. ساندرا بول ملفين ديفلر ، نظريات وسائل الاعلام ط٣ ، ترجمة كمال عبد الرؤوف (القاهرة : الدار الدولية للنشر ، ، ١٩٩٩ ) .

١١. سعاد جبر سعيد ، سيكولوجيا الاتصال الجماهيري ((عمان : عالم الكتب الحديث، ٢٠٠٨))
١٢. سليم عبد النبي ، الاعلام التلفزيوني ((عمان : دار اسامة، ٢٠١٠))
١٣. سليمان صالح ، وسائل الاعلام وصناعة الصورة الذهنية (الكويت : مكتبة الفلاح، ٢٠٠٨)
١٤. سليمان صالح ، الاعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة ،(الكويت ،دار الفلاح، ٢٠٠٩)
١٥. سمير محمد حسين ، الأعلام والاتصال بالجماهير ، الرأي العام ، (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٩٣)، ص ٩٢ .
١٦. سهير جاد ، وسائل الاعلام والاتصال الاقناعي ((القاهرة : الهيئة المصرية للكتاب، ٢٠٠٣)) .
١٧. السيد بخيت ،الانترنت وسيلة اتصال جديدة ((الامارات : دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤)) .
١٨. صالح خليل ابو اصبع ،الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ((عمان : دار المجدلاوي، ٢٠٠٦)) .
١٩. صالح محمد علي ،محمد بكر نوفل : التعليم التفكير النظرية والتطبيق ((عمان : دار المسيرة، ٢٠٠٧)) .
٢٠. عاطف عدلي العبد ، نهى العبد : الاعلام التنموي والتغيير الاجتماعي ((القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٧)) .
٢١. عماد حسن مكاوي ، ليلي حسين ،نظريات الاتصال المعاصرة ،(القاهرة ،الدار المصرية اللبنانية للكتاب، ٢٠٠٥)
٢٢. فريال مهنا ، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية (( دمشق ، دار الفكر ، ٢٠٠٢))
٢٣. فضيل دليو ،الاتصال، ((القاهرة : دار الفجر، ٢٠٠٣)) .
٢٤. فيليب بریتون ، يوتوبيا الاتصال اسطورة القرية الكونية ،(دمشق : دار يئابيع، ٢٠٠٧))

٢٥. مايكل هيل ، اثر المعلومات في المجتمع ،(الامارات ،مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ،٢٠٠٤)
٢٦. مجموعة باحثين ،ثورة الصورة المشهد الاعلامي وفضاء الواقع ،(بيروت ،مركز دراسات الوحدة العربية ،٢٠٠٨)
٢٧. محمد منير حجاب ،الاعلام الاسلامي المبادئ النظرية التطبيق (القاهرة : دار الفجر ،٢٠٠٣)
٢٨. محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي (( القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٤ )
٢٩. محمد منير حجاب ،نظريات الاتصال ،(القاهرة ،دار الفجر ،٢٠١٠)
٣٠. محمد بن سعود البشر ، مقدمة في الاتصال السياسي (( الرياض : مكتبة العبيكان ، ١٩٩٧ ))
٣١. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (( القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٠ ))
٣٢. محمد عبد الحميد ، تحليل محتوى الاعلام ((بيروت : دار الهلال ،٢٠٠٩))
٣٣. محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ط ٣ (( القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٤ ))
٣٤. محمد عمر الطنوبي ، نظريات الاتصال (( الإسكندرية : دار المطبوعات الجديدة ، ١٩٩٤ ))
٣٥. محمد فريد عزت ، قاموس المصطلحات الاعلامية (( بيروت : دار الهلال ،٢٠٠٨)) .
٣٦. محمود حسن اسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (( القاهرة : الدار الجامعية ، ٢٠٠٣ ))
٣٧. مصطفى ربحي عليان ، عدنان محمد الطوباسي : الاتصال والعلاقات العامة (( عمان : دار صفاء ، ٢٠٠٥ )) .

٣٨. هادي نعمان الهيتي ، اشكالية المستقبل في الوعي العربي (( بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠٣ )) .
٣٩. هادي نعمان الهيتي ، الاتصال الجماهيري المنظور الجديد (( بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة ، ١٩٩٨ )) .
٤٠. هادي نعمان الهيتي ، في فلسفة اللغة والاعلام (( القاهرة : الدار الثقافية للنشر ، ٢٠٠٧ )) .
٤١. هناء حسن بدوي ، الاتصال بين النظرية والتطبيق ، (الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، ٢٠٠٣) .
٤٢. media world mass communication living in amedia .2000 world Raiph.E.Hanson .
٤٣. Alphabetic listof Theories .13\11\2007 .
٤٤. محمد عمر الطنوبي ،نظريات الاتصال ،الاسكندرية ،دار المطبوعات ، ١٩٩٤،
٤٥. مجموعة مؤلفين ،الاعلام وتشكيل الراي العام وصناعة القيم ،سلسلة كتب المستقبل العربي ٦٩ ، بيروت ،مركز دراسات الوحدة العربية ،٢٠١٣
٤٦. اريك ميغرية ،سوسيولوجيا الاتصال ووسائل الاعلام ،مؤسسة راشد ال مكتوم ،بيروت ،ردمك ،٢٠٠٩،
٤٧. محمد على ابو العلا ،نظريات الاتصال المعاصرة في ضوء تكنولوجيا الاتصال والعولمة ،القاهرة ،دار العلم والايمان ،٢٠١٣،
٤٨. ريجيس دوبريه ،علم الاعلام العام ،بيروت ،دار الطليعة ،١٩٩١
٤٩. هاشم حسن التميمي ،فلسفة الخبر البصحي ،عمان ،دار ورد ،٢٠٠٨،
٥٠. محمد منير حجاب ، الاعلام والموضوعية في القرن العشرين ،القاهرة ،دار الفجر ،٢٠١٠،

٥١. فرنسيس بال ،الميديا ،ت:فؤاد شاهين ،ليبيا ،دار الكتب الوطنية  
٢٠٠٨،
٥٢. شريف درويش اللبان ،مداخلات في الاعلام البديل والنشر الالكتروني  
،القاهرة ،دار العالم العربي ،٢٠١٠،
٥٣. Book.google.id.=ouziaaamaaj الصهيونية والنازية ونهاية  
التاريخ ،رؤية حضارية جديدة
٥٤. Books\id=ttrxeirvhisc 0234 خديعة التطور
٥٥. حمزة مصطفى ،الرأي العام والمجال العام ،
٥٦. عباس صادق ،الاعلام الجديد مداخل نظرية
٥٧. د.شريف درويش اللبان ،الاعلام البديل صوت الناس Blogs الاحد  
٥يناير ٢٠١٤١
٥٨. جمال الزرن ، البيئة الجديدة للاتصال او الايكوميديا عن طريق  
صحافة المواطن ، بغداد ، كلية الاعلام ، الباحث الاعلامي ، مجلة علمية  
فصلية محكمة ،العدد ١٧ ، ٢٠١٢
٥٩. هابر ماس ومفهوم الفضاء العمومي ،ترجمة نوالدين علوش -المغرب  
members.moltimania.fr\tomate\bdf\habemas.
٦٠. حجاب، محمد منير (٢٠١٠)،نظريات الاتصال ، القاهرة ،دار الفجر  
،ص ٣٠١
٦١. مكاوي ،عماد حسن ،ليلي حسين (١٩٩٨) ،الاتصال ونظرياته  
المعاصرة ، القاهرة ،الدار المصرية اللبنانية ،ص ٣١٤
٦٢. رضوان ،احمد فاروق ( ٢٠٠٥)،اعتماد الجمهور على شريط الانباء  
كمصدر للاخبار ،عن كتاب الفضائيات العربية ومتغيرات العصر ،القاهرة  
:الدار المصرية اللبنانية ، ص ٣٢١