

نظريات الاتصال

Communication theorys

Les théories de la communication

إعداد و تقديم

أ.د/جابر نصر الدين

مخبر الدراسات النفسية و الاجتماعية

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية/جامعة محمد خيضر بسكرة

المحور السابع و الأخير من مقرر علم النفس الاجتماعي لطلبة السنة الثانية علم النفس

عناصر المحاضرة:

1-أهمية الاتصال.

2-تعريف مفهوم الاتصال.

3-وظائف الاتصال.

4-مكونات الاتصال.

5-خصائص الاتصال.

6-أنواع الاتصال.

7-نظريات الاتصال.

1- أهمية الاتصال

ترتكز جل علاقاتنا و مناحي حياتنا المختلفة و المتشعبة البسيطة منها و المعقدة على التواصل، فهو أحد العمليات الاجتماعية التي ظهرت مع بداية حياة الإنسان على وجه الأرض، و تطور بتطور المجتمعات و يستهدف أساسا إشباع الحاجات الأساسية عند الإنسان. و وصل إلى أعلى مستوياته من التطور في عصرنا الحاضر. و الذي يسميه البعض بعصر الاتصال.

2- تعريف الاتصال:

لغويا اشتق الاتصال من المصدر ' وصل ' و يفيد معنيين: الربط و الوصل، أي الربط بين كائنين أو شيئين و هو عكس الانفصال و القطع. و المعنى الآخر هو البلوغ و الانتهاء، فبلعني الخبر أي وصلني و انتهى إلي.

من تعريفات الاتصال الاصطلاحية:

* انه عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة -خبرة، فكرة مهارة، أو أي مضمون اتصالي آخر - عبر قنوات اتصالية ينبغي أن تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلا مشترك بينهما. (مصطفى حجازي، 1990، ص 18)

* يشير الاتصال إلى تحقيق الأهداف التي يطمع الفرد إليها . من خلال تبادل الأفكار والمعلومات والآراء بين طرفين أو أكثر باستعمال و أساليب مختلفة مثل الإشارة، والكلام، والقراءة والكتابة . و قنوات و وسائط متعددة.

الاتصال ليس الكلام أو الكتابة بطريقة واضحة و غامضة فحسب ، بل هو عملية الفهم كلها. و إن كان الاتصال الفعال لا يشمل فهم ما نقوله فحسب و لكن فهم الطريفة التي نستقبل بها الرسالة و العوامل المكانية التي تؤثر بعملية التبادل (باسم مجمد ولي/ محمد جاسم محمد. 2014. ص421)

* و المتصفح لمعظم تعريفات الاتصال الإنساني يجدها تتضمن ما يلي :

-كلمات، أفكار، حركات ، رموز،إشارات.

-أرسلت أو انتقلت بقصد أو بغير قصد.

-من طرف مصدر على وعي أو على غير وعي بما يقوله أو يفعله.

-حدوث استجابة لدي المتلقي ظاهرة أو خفية.(جابر نصر الدين/ الهاشمي لوكيا، 2006ص 28)

-إشباع حاجات مختلفة منها: الاجتماعية، نفسية، مهارية أو عملية و أخرى مرتبطة بالهوية و حتى جسمية. و في هذا السياق أحصى بعض الباحثين في الطب عدد متنوع من المخاطر الصحية ناجمة عن قلة العلاقات البينية الحميمة. (Mohssine Benzakour2011.p116)

3-ومن الوظائف الأساسية للاتصال:

*تلبية الحاجات الأساسية للإنسان من :جوع ،عطش، وأمان، حب ، انتماء ،جنس وغيرها.

*التعبير عما ما بداخل الفرد من انفعالات، ودوافع، وعواطف.....إلخ.

*التعبير عن انجذابنا نحو الآخرين أو نفورنا من البعض .

*محاولة التأثير على الآخرين وإقناعهم و حتى السيطرة عليهم.

و من وظائف الاتصال (الإعلام) أيضا:

*الوظيفة الإخبارية.

*توجيه و تكوين الآراء و الاتجاهات و المواقف الاجتماعية.

*رفع المستوى الثقافي و المعلوماتي للأفراد.

*تنمية العلاقات الاجتماعية و تقوية التماسك داخل المجتمع .

*الإعلان و الدعاية.

*الترفيه و التسلية.

و نشير إلى أن الاتصال بأساليبه ووسائله المختلفة ليس قاصراً على الإنسان فقط ولكنه يحدث بين سائر الكائنات الحية، وإن كان مختلفاً من حيث الدرجة والنوع.

*أنماط الاتصال :

*الإعلام.

*الدعاية.

*العلاقات العامة.

*الإعلان.

*الحرب النفسية.

*مراحل تطور الاتصال:

*مرحلة عصر الإشارات و العلامات.

*مرحلة عصر الاتصال اللفظي

*مرحلة عصر الكتابة

*مرحلة عصر الطباعة

*مرحلة عصر الاتصال الجماهيري

*مرحلة عصر الاتصال التفاعلي.

4-عناصر (مكونات الاتصال) :

*المرسل أو المصدر L'émetteur قد يكون: شخص، مجموعة أفراد، هيئة، جهاز يريد التأثير على الآخر أو الآخرين من خلال مضامين أو رسائل معينة و في وقت معين.

*الرسالة Le message: مضمون أو محتوى الاتصال.

*القناة Le canal: و قد تكون: لفظية، بصرية، سمعية، مكتوبة، سمعية بصرية.

*المستقبل: أو المتلقي : و هو الطرف المستهدف بالاتصال.

*السياق Le contexte : أو الموقف الذي تتم فيه العملية الاتصالية.

*التأثير l'effet: أي ما نتركه الرسالة من تأثيرات معرفية و سلوكية عند المتلقي.

*التشويش Le bruits: و هو من معوقات العملية الاتصالية و قد يكون تشويش فيزيائيا و تشويش

المعاني و سوء الفهم أو الإدراك الخاطئ لمضمون الرسالة.

*رجع الصدى feed back: أو ما يسمى بالتغذية الراجعة، و يظهر في ما يبديه أو يعبر عنه المتلقي

للرسالة. و هي مؤشرات يلتقطها المرسل لمعرفة كيفية استقبال المتلقي للرسالة و فهمها.

Les composantes d'une communication sont :

Le message : information à transmettre. Ex : identité de l'élève.

L'émetteur : origine du message. Ex : l'élève.

Le récepteur (ou la cible) : destinataire du message. Ex : professeur et classe.

Le canal : voie de circulation du message qu'utilise l'émetteur pour transmettre son message. Il existe trois canaux : oral, écrit, audiovisuel.

Le support : outil utilisé pour la transmission du message. Ex : le téléphone.

Le code : ensemble de signes verbaux et non verbaux reconnaissables par les individus qui l'ont identifié et décrypté.

Les enjeux : objectifs de la communication.

Le contexte : environnement dans lequel se déroule la communication.

Le sens : signification que prend le message pour les acteurs.

Le bruits : techniques ou cognitifs

(www.etudier.com)

5- خصائص الاتصال

- انه أنساني humain خاصة من حيث تنوع أساليبه و أدواته و درجته.
- انه مستمر continue حتى في حالة الصمت هناك بقاير.
- القسمة العادلة le partage: فالمتواصلون يتقاسمون: الكلام، المشاعر، الاهتمامات، الزمان و حتى المكان في بعض المواقف.
- التبادل échange: في المعلومات، الأفكار، الانطباعات... .
- الكسب المزدوج gagnant-gagnant: فالمتواصل الجيد يكون الربح الذي يحققه احد الطرفين لا ينقص من حصيلة الطرف الآخر.
- النقل le transfert: أي تبليغ فكرة أو معلومة أو تجربة للآخر للاستفادة منها و توظيفها.
- الأثر: l'effet أي ما يتركه مضمون التواصل من تغيير في معتقدات و سلوك الآخر.
- قد يكون مقصوداً أو غير مقصود .
- يُعدّ عمليةً ديناميكيةً processus dynamique، أي أنه قابل للتطور والنمو.

6- أنواع الاتصال:

- *الاتصال الذاتي : أي الفردي أو الداخلي .
- *الاتصال الشخصي : أي بين شخصين أو بين مجموعة صغيرة من الأشخاص.
- *الاتصال الجماهيري: و الذي يتم بين هيئة أو جهة مع مجتمع ما.
- * الاتصال الرسمي / الغير الرسمي .
- *الاتصال النازل: أو الهابط

*الاتصال الصاعد.

*الاتصال النازل/ الصاعد.

*الاتصال اللفظي / اللفظي.

*اتصال اللغة الرمزية و الإشارات.

* اتصال ثنائي الأقطاب / متعدد الأقطاب: من حيث الأطراف المشاركين فيه.

*اتصال المظهر العام و الملابس.

*-اتصال الموقع و المكان

7- نظريات الإعلام و الاتصال : المهتم بموضوع الاتصال يجد أن العديد من المراجع تجمع على عدد من النظريات و سنقتصر على ذكر البعض منها :

*-نظريات التأثير المباشر و تضم :

1- نظرية المجتمع الجماهيري: كما تسمى بنظرية الآثار الموحدة، الرصاصة السحرية، الحقنة تحت الجلد. يرجع الفضل لهارولد لازويل في تطوير مفهوم حديث لتأثير وسائل الإعلام - خلال الحرب العالمية الأولى - منطلقاً من نظرية فرويد الذي افترض أن الإنسان تحركه قوى فطرية غير واعية وغير رشيدة ويتحكم فيها العقل الواعي بشكل جزئي .ونتيجة لذلك فإن السلوك الإنساني ليس عاقلاً أو رشيداً . ومن نظرية فرويد طور هارولد لازويل نظريته و أطلق عليها اسم نظرية الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد. و التي تفترض أن الأشخاص ليسوا إلا مجتمع جماهيري من مجموعة من الأشخاص المنعزلين و وسائل الإعلام تمثل فيه مصادر قوية للتأثير والناس يقبلونها ويفهمونها بشكل متماثل، كل شخص يتلقى المعلومات بشكل فردي، ويستجيب بشكل فردي . ويمكن أن نلخص أهم الأفكار التي تضمنتها تلك النظرية في الآتي :

-تقدم وسائل الإعلام رسائلها ومضامينها المختلفة لأفراد المجتمع الذين يستقبلونها ويدركونها بشكل متقارب.

-تهدف تلك الرسائل والمضامين إلى القيام بدور المثيرات أو المنبهات القوية لمشاعر وعواطف الأفراد.

-تقود تلك المثيرات والمنبهات الأفراد للاستجابة لها بشكل متماثل أو متقارب ,مما ينعكس على إحداث تغيير في تفكير أفعال هؤلاء الأفراد بشكل متقارب .

-إن قوة وتمائل تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد راجع لضعف وسائل الضبط الاجتماعي و انعزال هؤلاء الأفراد عن بعضهم داخل المجتمع.

- إن الفرد يتلقى معلوماته وخبراته من وسائل الإعلام بشكل فردي ومباشر دون وسيط ومن ثم فإن تأثيراتها تكون قوية ومباشرة.

-إن رد فعل الأفراد على ما يتلقونه من وسائل الإعلام يكون فردياً أيضاً ولا يعتمد على التأثيرات المتبادلة بين الأفراد المتلقين بعضهم ببعض .

والواقع أن نظرية المجتمع الجماهيري بما قدمته من تفسيرات لتأثير وسائل الإعلام وعلاقتها بالمجتمع تعد نظرية متشائمة بكل المقاييس . كما أنها من الناحية المنهجية الدراسات التجريبية فيها صعبة المنال.

فهي توضح وبشكل قوى صور السيطرة والتحكم والتوجيه الإعلامي, وتبين أن اتجاه التأثير الإعلامي هو اتجاه واحد فوقى من الصفوة أو النخبة إلى الجماهير . وهذا الاتجاه يفتح المجال واسعاً لتكون وسائل الإعلام أدوات تضليل وتزييف بالغة القوة والفاعلية في أيدي القوة السياسية والاقتصادية في المجتمع. ويمكن أن نلخص أهم النقاط التي تقف ضد التأييد المطلق لتلك النظرية في الآتي:

- * -لم تكن نظرية واقعية بسبب التبسيط الشديد.
- * -افتراض أن للإعلام تأثيرات عنيفة ومفاجئة.
- * -هذه النظرية لا تأخذ بعين الاعتبار فكرة إمكانية تناقض تأثيرات وسائل الإعلام : بمعنى أن نفس هذه الوسائل قد تؤدي إلى تأثيرات متناقضة بحيث لا تؤدي إلى التأثير النهائي المتوقع.
- * -تفترض أن تأثيرات وسائل الإعلام - جميعاً - يمكن قياسها وملاحظتها على المتلقي فور حدوثها، وهو ما لا يمكن الوثوق به، إذ أن كثيراً من تلك التأثيرات تحدث بينما لا يمكن ملاحظتها " التأثيرات غير فورية أو مرجأة".
- غير أن أهميتها تكمن في أنها كانت بداية البحوث في تأثيرات وسائل الإعلام.

2-نظريات التأثير الانتقائي :

أ- **نظرية الاختلافات الفردية** و التي تنطلق من مبادئ أساسية منها : - أن الأشخاص المختلفون يستجيبون بشكل مختلف للرسائل الإعلامية وفقاً لاتجاهاتهم، وبنيتهم النفسية، وصفاتهم لموروثه أو المكتسبة. - وسائل الإعلام تستقبل وتفسر بشكل انتقائي - وذلك بسبب اختلاف الإدراك الذي يفكر به كل شخص - والذي يرجع إلى اختلاف التنظيم الذي لدى كل شخص من المعتقدات، والقيم، والاتجاهات... - ولأن الإدراك انتقائي فالتذكر والاستجابة انتقائيين. - وبالتالي فتأثير وسائل الإعلام ليس متماثل.

ب - **نظرية الفئات الاجتماعية** و التي ترى : - الناس ينقسمون إلى فئات اجتماعية والسلوك الاتصالي يتشابه داخل كل فئة. - موقع الفرد في البناء الاجتماعي يؤثر على استقباله - الفئة قد تتحدد بناء على: السن، الجنس، الدخل، التعليم أو الوظيفة. - أنماط الاستجابة تتشابه في داخل كل فئة - لذا فتأثير وسائل الإعلام ليس قوي، ولا متماثل، ولكنه يختلف بتأثير الفئات الاجتماعية .

ج- **نظرية العلاقات الاجتماعية** - :و يعتقد منظروها بان : جمهور وسائل الإعلام ليسوا مجرد أفراد منعزلين، أو أفراد مجتمعين في فئات اجتماعية، ولكنهم مرتبطون ببعضهم البعض في اتحادات، وعائلات، ونوادي. و يستشهد أنصار هذه النظرية بان دراسات على انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1940 أكدت أن المناقشات السياسية كان لها أكبر الأثر على قرارات الناس أعلى من التعرض للراديو والصحافة. - الذين يزيد تعرضهم لوسائل الإعلام يمكن أن يؤثروا في الأقل تعرضاً لها. - العلاقات يجب أن توضع في الاعتبار. - و هذا ما جعل هذه النظرية تبعد جدا عن فكرة المجتمع الجماهيري والنظريات الأولى.

ثانيا: نظريات التأثير غير المباشر:

أ- **نظرية التأثير المعتمد على تقديم النموذج**: و التي تقول أن تعرض الفرد لنماذج السلوك التي تعرضها وسائل الإعلام تقدم للفرد مصدر من مصادر التعلم الاجتماعي، مما يدفعه لتبني هذه النماذج في سلوكه اليومي. (الحلم الأمريكي من خلال السينما، فتيات الإعلانات، الابطال، المشاهير).

ب- **نظرية المعنى**: يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم معانٍ جديدة لكلمات اللغة، وتضيف عناصر جديدة للمعاني القديمة. وبما أن اللغة عامل حاسم في الإدراك والتفسير والقرارات فإن وسائل الإعلام يصبح لها دور حاسم في تشكيل السلوك بشكل غير مباشر. (الثورة، النكسة، الفتح العربي، الربيع العربي..).

ج- **نموذج الحاجات و الإشباع**: وتقول تلك النظرية أن جزءاً هاماً من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم مثلما قال مارك ليفي هناك خمسة أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة- التوجه المعرفي-

عدم الرضا- التوجه العاطفي- التسلية)

ثالثاً: -نظريات الاتصال الإقناعي

أ- **النموذج النفسي:** - و الذي يعتمد على نظرية الاختلافات الفردية - الرسالة الفعالة هي التي تتمكن من تحويل البناء النفسي للفرد بشكل يجعل الاستجابة المعلنة متفقة مع موضوع الرسالة. - النموذج هو: الرسالة الإقناعية— تغير أو تنشيط العمليات النفسية الكامنة— تحقق السلوك الظاهر المرتبط بالعمليات النفسية - خطواتها: أولاً- وصول الرسالة للشخص، ثانياً- قبوله لها ليفكر فيها، ثالثاً- تقييمه للأهداف التي سيحققها من تنفيذه للسلوك، رابعاً- اختيار القيام بالسلوك.

ب- **النموذج الثقافي الاجتماعي:** - و الذي بدوره يعتمد على نظرية الفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية - من الصعب تفسير سلوك الأفراد بناء على المتغيرات النفسية وحدها لأنهم دوماً يتصرفون داخل سياق اجتماعي - النموذج هو: الرسالة الإقناعية — تحدد أو تعيد تحديد العملية الثقافية— تشكل أو تغير معايير السلوك المتفق عليها داخل الجماعة— تحقق تغير في اتجاه السلوك المعلن. - لابد من مراعاة أن: هناك مجتمعات ذات نظم ثقافية قاسية توجه الفرد وتقدم له بناء كامل للحقيقة، وهناك مجتمعات أخرى على النقيض، تتاح فيها الفرصة أمام الأفراد لتحديد استجاباتهم الخاصة نحو الأفكار الجديدة.

› . (education-technology.yoo7.com)

نظرية مارشال ماكلوهان

ظهرت نظرية مارشال ماكلوهان قبل أكثر من أربعة عقود وما زالت حتى اليوم من أكثر النظريات الإعلامية انتشاراً ووضوحاً في الربط بين الرسالة الإعلامية، والوسيلة الإعلامية، من خلال تأكيدها على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره، إذ يرى ماكلوهان، أن الوسيلة هي الرسالة ، وأوضح أنه لا يمكن النظر إلى مضمون وسائل الإعلام بشكل مستقل عن تقنيات وسائل الإعلام والموضوعات والجمهور الذي يوجه المضمون إليه، وأشار إلى أنهما يؤثران على ما تورده تلك الوسائل، رغم أنه من طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان، أنها تشكل المجتمعات أكثر ما يشكلها مضمون الاتصال.

وبين ماكلوهان أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع تحدد طبيعة المجتمع وكيفية معالجته لمشاكله، وأن أية وسيلة، تعتبر امتداداً لحواس الإنسان، وتشكل الظروف التي تؤثر على الأسلوب الذي يفكر به الناس ويتلقون المعلومات وفقاً له.

وعرض ماكلوهان أربعة مراحل تعكس برأيه التاريخ الإنساني الاتصالي، وهي:

.المرحلة الشفوية: أي مرحلة ما قبل التعليم، أو المرحلة القبلية .

.مرحلة الكتابة والنسخ: التي ظهرت في اليونان القديمة واستمرت لنحو ألفي عام .

.عصر الطباعة: واستمر من عام 1500 وحتى عام 1900 تقريباً .

. عصر وسائل الإعلام الإلكترونية: وبدأ عام 1900 تقريباً ولم يزل مستمراً حتى الوقت الراهن .

وأن طبيعة وسائل الإعلام المستخدمة في كل مرحلة من المراحل تساعد على تشكيل المجتمع أكثر مما يساعد مضمون تلك الوسائل على تشكيله. وأهم ما جاء في نظرية ماكلوهان عن وسائل الاتصال، أنه قسم الوسائل إلى : وسائل باردة و وسائل ساخنة . و يقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهداً إيجابياً للمشاركة والمعاشية والاندماج معها، أما الوسائل الساخنة، فهي الوسائل الجاهزة ومحددة الأبعاد نهائياً، وهي لا تحتاج من المشاهد أو المستمع إلى أي جهد يبذله للمشاركة أو المعاشية، فالكتابة والإذاعة المرئية هي وسائل باردة، أما الطباعة والسينما فهي وسائل ساخنة.

والفكرة الرئيسية عنده أن الوسيلة الساخنة تبعد، والوسيلة الباردة تقرب أو تستوعب. الوسائل الساخنة درجة المساهمة فيها أو تكمل الجمهور لما تقدمه ضئيلة . أما الوسائل الباردة فدرجة مساهمة الجمهور في إكمال ما تقدمه عالية.

ويقول ماكلوهان 'أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله، وأي وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان , تشكل ظروفًا جديدة محيطة تسيطر على ما يفعله الأفراد الذين يعيشون في ظل هذه الظروف ,وتؤثر على الطريقة التي يفكرون ويعملون وفقاً له.

و أشار ماكلوهان في نفس الوقت إلى أن وسائل الإعلام الإلكترونية ساعدت على انكماش الكرة الأرضية وتقلصها من حيث الزمان والمكان، حتى سميت بالقرية العالمية ، ورافقها زيادة في الوعي الإنساني بالمسؤولية إلى حدود قصوى، ورأى أن هذه الحالة الجديدة أدت إلى ما يمكن تسميته بعصر القلق، لأن ثورة الاتصال الإلكترونية الجديدة أجبرت الأفراد على التعمق بالالتزام والمشاركة .

(hhelwa.wordpress.com)

* التفسير الشامل لتأثير وسائل الإعلام.

ترى نظرية الاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع انه ينبغي وضع ثلاثة علاقات في الاعتبار عند التحدث عن تأثير وسائل الإعلام: أولاً النظام الاجتماعي، ثانياً دور وسائل الإعلام في هذا النظام، ثالثاً علاقة الجمهور بوسائل الإعلام. و أن استخدام وسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي السائد، وطريقتنا في التعامل مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع في الماضي، وبما يحدث في اللحظة التي نستقبل فيها الرسالة.

و تحدث وسائل الإعلام في هذا السياق ثلاثة أنواع من التأثيرات: * - التأثيرات المعرفية: إزالة الغموض - وضع الأجندة - زيادة نظم المعتقدات القيم والسلوكيات .
* - التأثيرات الوجدانية :الحساسية للعنف (حرب في سوريا و اليمن) - المخاوف (انتشار فيروس كورونا) - حركة اللجوء.

* -التأثيرات السلوكية: الحركة والفعل أو فقدان الرغبة في الحركة والفعل وهما من نتائج التأثيرات المعرفية والوجدانية. (الإعلان مثلا لا يهدف فقط إلى تقديم المعرفة بقدر ما يهدف لإثارة رد فعل أو سلوك).

(hhelwa.wordpress.com)

و نشير إلى أن هناك العديد من نظريات الإعلام و الاتصال نذكر منه:

* نظريات التأثير (التأثير المباشر، المحدود المعتدل القوي)

* نظريات تشكيل الرأي العام.

*نظريات القائم بالاتصال.

* نظريات الجمهور.

- * نظريات تحليل الخطاب الإعلامي.
- * نظرية الاختلافات الفردية والاجتماعية.
- * نظرية الغرس الثقافي.
- * نظرية تدعيم الصمت
- * نظرية حارس البوابة.
- * نظرية الهيمنة الإعلامية
- * نظرية ترتيب الأولويات ووضع الأجندة.
- * نظرية التعليم بملاحظة الإعلام.
- * نظرية الاستخدامات و الاشباع.
- * نظرية الاعتماد المتبادل.
- * نظرية توهم المعرفة.
- * نظرية فجوة المعرفة.
- * نظرية تمثل المعلومات.
- * نظرية التسويق الاجتماعي والسياسي.
- * نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.
- * نظرية التأثير الانتقائي.
- * نظرية تحليل الخطاب الإعلامي.
- * نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام.
- * نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

و نشير في الأخير أن تطور نظريات الاتصال أدى إلى طرح نماذج للاتصال بنائية و أخرى وظيفية هدفها تحديد العناصر المشكلة للعملية الاتصالية و شرح طبيعة العلاقة بينها، منها النماذج الخطية و الدائرية و التفاعلية. و هذا التراكم المعرفي نجم عنه علوم الإعلام و الاتصال.

المراجع:

- باسم مجمد ولي/ محمد جاسم محمد.(2014).مدخل الى علم النفس الاجتماعي.عمان: مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع.
- مصطفى حجازي(1990)الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية و الإدارة.بيروت: مؤسسات الدراسات و النشر و التوزيع.
- . (جابر نصر الدين/ الهاشمي لوكيا(2006) مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي. عين مليلة-الجزائر: دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع.
- Mohssine Benzakour(2011).initiation a la psychologie sociale. Communiquer autrement.
Maroc :Casablanca .imprimerie : Ajah Al jadida
- education-technology.yoo7.com**
- hhelwa.wordpress.com