



Matidja

مجلة متيجة للدراسات الإنسانية

The Arabic Journal of Human

المجلة العربية في العلوم الإنسانية

EISSN : 2014 - 1597

ISSN : 2602-5639

دور الإعلام في توحيد الرأي العام نظرية الغرس الثقافي نموذجًا.

عبد الرحمان نشادي

جامعة البليدة 2

nar1 nar2@gmail.com

الملخص:

يبين المقال أن وسائل الإعلام تؤدي دورًا أساسيًا في تشكيل الرأي العام وتوحيده عبر نقل المعلومات، وترتيب الأولويات، وتوجيه الانتباه نحو القضايا المشتركة في المجتمع. كما يوضح أن التأثير الإعلامي يكون أقوى عندما تتكرر الرسائل الإعلامية وتنسجم مع القيم السائدة، مما يساعد على بناء تصور جماعي موحد حول الأحداث والقضايا العامة. الكلمات المفتاحية: الرسائل الإعلامية، الغرس الثقافي، الرأي العام، توحيد الرأي العام.

Abstract :

The article shows that the media plays a fundamental role in shaping and unifying public opinion by transmitting information, setting priorities, and directing attention toward issues shared by society. It also explains that media influence becomes stronger when messages are repeated and aligned with prevailing values, which helps build a unified collective understanding of public events and issues.

Keywords: Media messages, Cultivation, Public opinion, Unifying public opinion.

مقدمة:

يُعدّ الإعلام اليوم من أبرز القوى الفاعلة في تشكيل الوعي الجمعي وصياغة التصورات المشتركة داخل المجتمع، إذ لم يعد دوره محصوراً في نقل الأخبار أو عرض الأحداث، بل تجاوز ذلك إلى المشاركة في بناء المعاني وتوجيه الاهتمام العام وترتيب أولويات الأفراد والجماعات. ومع التطور الكبير الذي عرفته وسائل الاتصال الحديثة، صار الإعلام فضاءً مؤثراً في تشكيل الإدراك الاجتماعي، وصناعة الصور الذهنية، وتوجيه المواقف تجاه القضايا المختلفة، سواء كانت سياسية أو ثقافية أو اجتماعية. ومن ثمّ أصبح فهم أثر الإعلام ضرورة أساسية لفهم كيفية تكوّن الرأي العام وتحوّله داخل المجتمعات المعاصرة.

ومن بين النظريات التي حاولت تفسير هذا التأثير الإعلامي العميق تبرز نظرية الغرس الثقافي أو نظرية الزرع، المرتبطة باسم الباحث الأمريكي جورج جربنر، والتي تنطلق من فكرة أن التعرض المتكرر والمكثف لوسائل الإعلام، ولا سيما التلفزيون، لا ينتج أثراً لحظياً فقط، بل يؤدي مع الزمن إلى تراكم رموز وصور وقيم ومعتقدات تتسلل تدريجياً إلى وعي الجمهور. فالمشاهد، مع تكرار التعرض للرسائل الإعلامية، لا يستقبل المعلومات بوصفها أخباراً عابرة فحسب، بل يبني من خلالها تصوراً عاماً عن العالم، وعن العلاقات

الاجتماعية، وعن ما هو طبيعي ومألوف ومقبول داخل المجتمع. وهكذا تتحول الوسيلة الإعلامية إلى أداة غير مباشرة في تشكيل الثقافة اليومية والتمثيلات الاجتماعية. وتنبع أهمية هذه النظرية من كونها تفسر التأثير الإعلامي بوصفه عملية تراكمية طويلة المدى، لا مجرد استجابة فورية أو تأثير مباشر. فكلما زادت كثافة التعرض للرسائل الإعلامية المتشابهة، ازدادت احتمالات تشكل رؤية مشتركة للعالم لدى الجمهور، حتى وإن كانت هذه الرؤية في بعض الأحيان جزئية أو مبسطة أو غير دقيقة تماماً. كما أن تكرار الصور والأنماط والقضايا نفسها في الوسائل الإعلامية يسهم في خلق نوع من التجانس الرمزي بين المتلقين، لأنهم يتعرضون إلى المرجعيات نفسها تقريباً، ويتشاركون في تفسير الأحداث وفق الأطر نفسها أو المتقاربة. ومن هنا تبرز الصلة الوثيقة بين نظرية الغرس الثقافي وبين مسألة توحيد الرأي العام، إذ إن الرسائل المتكررة والمتجانسة تساعد على إنتاج تصورات جماعية مشتركة، وتدفع الجمهور إلى تبني مواقف متقاربة إزاء القضايا العامة.

كما تكتسب هذه النظرية أهمية إضافية في العصر الرقمي، حيث لم يعد التأثير مقتصرًا على التلفزيون وحده، بل امتد إلى المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي التي تضاعف من وتيرة التعرض وتنوع أشكال الرسائل وسرعة تداولها. فالجمهور اليوم يعيش داخل

بيئة إعلامية كثيفة، تتداخل فيها الصور والفيديوهات والمقاطع القصيرة والرسائل التفاعلية، الأمر الذي يجعل عملية الغرس أكثر تعقيداً واتساعاً. لذلك فإن دراسة هذه النظرية لا تقتصر على فهم وظيفة الإعلام في تشكيل المعرفة، بل تمتد أيضاً إلى فهم دوره في بناء التوافق الاجتماعي أو في إعادة إنتاج الانقسام والاستقطاب داخل الرأي العام.

مفهوم نظرية الغرس الثقافي

تسمى هذه النظرية أيضاً نظرية الزرع أو Cultivation Theory، وقد ظهرت في سبعينيات القرن العشرين، ويعد جورج جرينر أبرز منظريها. وتقوم على فكرة أن وسائل الإعلام، خاصة التلفزيون، تزرع في ذهن المتلقي صوراً ورموزاً ومفاهيم تتراكم مع الزمن، فتؤثر في فهمه للواقع الاجتماعي والثقافي¹.

ويستخدم جرينر مفهوماً قريباً هو الإنماء الثقافي، ويقصد به العملية التي تقوم بها الثقافة في المجتمع عبر نقل قيمه وتقاليده وأنماط سلوكه من جيل إلى آخر. والثقافة هنا ليست مجرد معرفة نظرية، بل هي مجموع الفنون والعلوم والعادات والتقاليد والقوانين واللغة والسلوك

1 -

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%BA%D8%B1%D8%B3_%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D9%8A

والرموز الاجتماعية. ومن خلال هذا الإطار، يمكن فهم الغرس باعتباره نوعاً من التعلم غير المقصود، يحدث نتيجة التعرض المتكرر لوسائل الاتصال، بحيث تصبح بعض الصور الذهنية جزءاً من البنية الإدراكية للفرد².

مثال توضيحي

إذا شاهد الطفل أو المراهق باستمرار برامج تعرض النجاح مرتبطاً بالقوة المادية أو النفوذ أو العنف، فقد يبدأ تدريجياً في اعتبار هذه القيم طبيعية أو مرغوبة. أما إذا كانت الرسائل الإعلامية تركز على العمل الجماعي، والتضامن، والهوية الوطنية، والانضباط، فإنها تساهم في غرس قيم أقرب إلى التماسك الاجتماعي وتوحيد الاتجاهات العامة.

السياق النظري للنظرية

ظهرت نظرية الغرس في سياق اهتمام الباحثين الأمريكيين بتحليل آثار التلفزيون على الجمهور. وقد لاحظ جرينر أن التلفزيون ليس مجرد وسيط من بين وسائط أخرى، بل هو بيئة رمزية شاملة يعيش فيها المشاهد لساعات طويلة، فتتكون لديه من خلالها صورة عن المجتمع والعالم³.

وتكمن خصوصية هذه النظرية في أنها لا تركز على الإقناع الفوري، بل على التأثير البعيد المدى. فالمتلقي لا

² - كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، ص. 131

³ -

Williams, Raymond. (1977). *Marxism and Literature*. Oxford: Oxford University Press.

يغير رأيه فور مشاهدة برنامج واحد، وإنما يكتسب بمرور الوقت تصوراً عاماً عن المجتمع، عن الجريمة، عن السلطة، عن الأسرة، عن النجاح، وعن الفشل. ومن هنا تصبح الرسائل التلفزيونية إحدى الأدوات الأساسية في تشكيل الرأي العام، لأن الرأي العام نفسه يتغذى من التكرار والاعتیاد والتماثل الرمزي.

مثال تطبيقي

عندما تكرر بعض القنوات صوراً معينة عن الفقر أو الفساد أو العنف أو البطولة الوطنية، فإنها لا تنقل الوقائع فقط، بل تصنع أيضاً مزاجاً عاماً حول هذه القضايا. وقد يتشكل لدى الجمهور إحساس مشترك بأن المجتمع يواجه تهديداً معيناً، أو أن قيمة بعينها صارت تمثل المرجعية السائدة.

فروض نظرية الغرس⁴

ترتكز النظرية على عدد من الفروض الأساسية التي تساعد على فهم دور الإعلام في توحيد الرأي العام.

أولاً: التلفزيون وسيلة فريدة للغرس

يرى جربنر أن التلفزيون يتميز عن باقي وسائل الاتصال بكونه حاضراً داخل الحياة اليومية لفترات طويلة، خاصة داخل الأسرة، ويصل إلى الأطفال قبل أن تتكون لديهم تصورات ثابتة عن العالم. لذلك يصبح التلفزيون أداة رئيسية في التنشئة الاجتماعية المبكرة.

ويعني هذا أن التلفزيون لا ينافس الأسرة فقط في التأثير، بل قد يشاركها في تشكيل القيم الأولى للطفل. فعندما تعرض البرامج نماذج متشابهة للسلوك، أو تقدم صورة موحدة عن النجاح والسلطة والعلاقات الاجتماعية، فإنها تساهم في توحيد المرجعيات الرمزية لدى فئات واسعة من الجمهور.

مثال

الطفل الذي يشاهد يومياً برامج الأطفال التي تبرز التعاون، والاحترام، والنظام، والمشاركة، قد يطور استعداداً أكبر لتبني هذه القيم في المدرسة والبيت. وفي المقابل، إذا كانت المواد المعروضة مليئة بالعنف والسخرية والاستهزاء، فإنها قد تزرع أنماطاً سلوكية أقل انسجاماً مع قيم المجتمع.

ثانياً: الرسائل التلفزيونية نظام متماسك

تفترض النظرية أن الرسائل التلفزيونية ليست متناقضة في الغالب، بل تميل إلى إنتاج صورة منسجمة عن العالم، أي أن البرامج المختلفة تعيد إنتاج القيم ذاتها أو القيم

⁴ - مجمعة من :
سمير محمد حسين. الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984.

Gerbner, George, Gross, Larry, Morgan, Michael, & Signorielli, Nancy. Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process.

القريبة منها. وهذا ما يجعل التلفزيون قادرًا على التوحيد الرمزي، لأن الجمهور يتعرض يوميًا إلى معاني متقاربة ومتكررة.

ومع أن الواقع الاجتماعي متنوع ومعقد، فإن التلفزيون غالبًا ما يبسطه في صور محددة يسهل استهلاكها. ولذلك يرى بعض الباحثين أن التلفزيون لا يعكس الثقافة فقط، بل يسهم في ترسيخ اتجاهاتها العامة وتثبيت معاييرها.

مثال

إذا كانت الأخبار، والمسلسلات، والحوارات التلفزيونية تقدم السلطة بوصفها مركز النظام والاستقرار، أو تقدم الأسرة بوصفها القيمة الأساسية، أو تكرر رموز الوطنية والانتماء، فإنها تخلق توافقًا ذهنيًا واسعًا بين المشاهدين حول هذه المعاني.

ثالثًا: تحليل المضمون مفتاح الغرس

تؤكد النظرية أن تحليل المضمون هو المدخل الأساسي لفهم الغرس، لأن التأثير لا يُقاس فقط بما يقوله الناس، بل أيضًا بما تعرضه الوسيلة الإعلامية باستمرار. ومن ثم فإن دراسة الصور المتكررة والموضوعات والرموز والأنماط السردية تساعد على فهم نوع الرسائل التي تغرسها الوسائل في الجمهور

مثال

إذا كشفت دراسة مضمون برامج تلفزيونية معينة أنها تركز باستمرار على الخوف من الآخر، أو على تمجيد الاستهلاك، أو على تصوير النجاح الفردي بمعزل عن المجتمع، فإن هذا يوضح أن الوسيلة لا تكتفي بالإخبار، بل تغرس تصورات اجتماعية محددة.

رابعًا: الغرس يوجّه التفكير نحو القضايا العامة

تركز النظرية على دور التلفزيون في صياغة تفكير الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة، مثل الأمن، الأسرة، التعليم، السياسة، والعلاقات الاجتماعية. ومع التكرار، قد يتحول ما يُعرض في التلفزيون إلى معيار ضمني لتفسير الواقع.

مثال

إذا كثفت وسائل الإعلام التغطية حول قضية الأمن أو الجريمة، فقد يكون الجمهور انطباعًا بأن المجتمع أكثر خطرًا مما هو عليه فعليًا. وإذا كثفت الحديث عن التضامن الوطني أو المشاريع التنموية، فقد تتقوى لدى الجمهور مشاعر الثقة والانتماء.

خامسًا: الغرس يخدم الاستقرار الاجتماعي

يذهب أنصار النظرية إلى أن التأثير الإعلامي الأساسي يميل غالبًا إلى الحفاظ على القيم السائدة أكثر من

تغييرها، لأن التلفزيون يعيد تقديم الصور والأفكار المألوفة بشكل متكرر. وهذا ما يجعله أداة قوية في دعم الاستقرار والانسجام داخل المجتمع.

مثال

في المناسبات الوطنية أو الأزمات العامة، تعمل القنوات على بث رسائل تدعو إلى التماسك والوحدة والانضباط واحترام القانون. ومع تكرار هذه الرسائل، تتقارب مواقف شرائح واسعة من الجمهور، ويصبح الرأي العام أكثر قابلية للتوحد حول أولويات مشتركة.

دور الغرس في توحيد الرأي العام

يمكن فهم الغرس الثقافي بوصفه آلية غير مباشرة لتوحيد الرأي العام، لأن تكرار الرسائل المتقاربة يخلق خلفية معرفية مشتركة بين الأفراد. وحين يشاهد ملايين الناس المحتوى نفسه أو الرسائل نفسها، فإنهم يكونون معًا صوريًا ذهنية متشابهة عن المجتمع والسلطة والخطر والقيم.

وتظهر أهمية هذا الدور في أن توحيد الرأي العام لا يتحقق فقط عبر الخطاب السياسي المباشر، بل أيضًا عبر الاستمرار اليومي في إنتاج المعاني المشتركة. فعلى سبيل المثال، يمكن لبرامج الأخبار، والدراما، والبرامج الحوارية، والإعلانات أن تكرر فهمًا موحدًا لبعض

القضايا، مثل قيمة الاستقرار، أو أهمية التضامن الاجتماعي، أو مركزية الهوية الوطنية.

مثال تطبيقي موسع

عندما تمر دولة بأزمة اقتصادية أو صحية، وتعمل وسائل الإعلام على تكرار رسائل موحدة حول ضرورة التكاتف، وترشيد السلوك، واحترام الإجراءات، فإنها تساهم في توجيه الرأي العام نحو سلوك جماعي متقارب. وفي هذه الحالة لا يكون الإعلام مجرد ناقل للمعلومة، بل أداة لتوحيد الفعل الاجتماعي أيضًا.

الغرس الثقافي والإدراك الاجتماعي

توضح النظرية أن التعرض المكثف لوسائل الإعلام يخلق لدى الجمهور ما يشبه الواقع الرمزي، أي الواقع كما يظهر في الإعلام، لا كما هو في الحياة اليومية فقط. وهذا الواقع الرمزي قد يصبح أكثر تأثيرًا من الواقع الفعلي أحيانًا، لأن الناس يتصرفون بناءً على ما يعتقدونه عن العالم، لا على ما يعرفونه مباشرة.

ومن هنا تكمن قوة الغرس في أنه لا يغير السلوك بصورة فورية، بل يؤثر في المخزون الرمزي الذي يعتمد عليه الناس في تفسير الأحداث. ومع تكرار الصور نفسها، يصبح الرأي العام أكثر ميلًا إلى تبني تصورات مشتركة حول المجتمع.

مثال

التلفزيون والرموز الثقافية

يرى جرينر وزملاؤه أن التلفزيون يشبه الراوي الكبير أو الشيخ الحكيم الذي ينقل القصص والأساطير والرموز من جيل إلى جيل. وهذه الوظيفة الرمزية مهمة جدًا، لأنها تجعل التلفزيون وسيطاً في تشكيل المعنى الثقافي.

إذا صوّرت وسائل الإعلام فئة اجتماعية معينة دائماً على أنها مصدر تهديد أو ضعف أو فوضى، فقد يتشكل لدى الجمهور رأي عام سلبي تجاهها، حتى لو كانت التجربة المباشرة أكثر تعقيداً وتنوعاً.

الغرس والتنشئة الاجتماعية

فحين يعرض التلفزيون الشخصيات والأماكن والسلطة والعلاقات الاجتماعية بصورة متكررة، فإنه يحدد كيف يرى الجمهور نفسه ومجتمعه. ومن ثم يسهم في بناء أرضية ثقافية مشتركة، وهي شرط أساسي لتوحيد الرأي العام.

من أهم ما تطرحه النظرية أن التلفزيون أصبح يؤدي دوراً شبيهاً بدور بعض مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية، مثل الأسرة والمدرسة والجماعة المحلية. فهو لا ينقل فقط صوراً للواقع، بل يعلم الفرد كيف يفهم العالم وكيف يحدد المقبول والمرفوض.

مثال

عندما تقدم الأعمال الدرامية صورة متقاربة عن الأسرة المثالية، أو عن البطل الوطني، أو عن المعلم، أو عن القاضي، فإنها تخلق نماذج رمزية مشتركة تؤثر في التوقعات الاجتماعية والاتجاهات العامة.

وهذا البعد مهم جداً في موضوع توحيد الرأي العام، لأن التنشئة الاجتماعية تنتج أنماطاً متقاربة من التفكير والسلوك داخل المجتمع. وكلما كانت الرسائل الإعلامية متكررة ومتجانسة، كان احتمال تشكل رأي عام موحد أكبر.

مثال

تحليل المضمون وعلاقته بالاستقرار

تري النظرية أن تحليل المضمون لا يكشف فقط عمّا تقوله الوسائل، بل يكشف أيضاً عمّا تكرره من قيم ومعايير. وإذا تبين أن الرسائل الإعلامية تدعم الاستقرار والانسجام، فهذا يعني أنها تسهم في بناء رأي عام يميل إلى القبول والتوافق.

البرامج التعليمية والترفيهية التي تبرز احترام القانون، وقيمة العمل، والمواطنة، والحوار، والمشاركة، تسهم في بناء رأي عام يميل إلى قبول هذه القيم بوصفها معايير مشتركة.

لكن هذا الاستقرار قد يكون إيجابيًا إذا كان قائمًا على الوعي والحوار والموضوعية، وقد يكون سلبيًا إذا كان قائمًا على التلقين والتكرار الأعمى. لذلك فإن الحكم على الغرس يتوقف على طبيعة الرسائل ونوعية القيم التي تنقلها.

مثال

الإعلام الذي يكرس قيم التضامن والاحترام والتعايش يسهم في استقرار المجتمع، بينما الإعلام الذي يغذي الخوف والعداء والتشكيك الدائم يضعف القدرة على توحيد الرأي العام.

نقد نظرية الغرس

رغم أهمية النظرية، فإنها تعرضت لعدة انتقادات، من أهمها:

- أنها تنظر إلى التأثير التلفزيوني من حيث ساعات المشاهدة فقط، دون النظر بدقة إلى نوعية البرامج التي يشاهدها الجمهور.
- أنها لا تأخذ دائمًا في الاعتبار المتغيرات الديموغرافية مثل العمر والجنس والمستوى التعليمي والطبقة الاجتماعية.

- أنها تفترض أحيانًا علاقة عامة بين المشاهدة والغرس، بينما قد يكون التأثير مرتبطًا بأنواع محددة من البرامج لا بجميع المحتويات
- أنها قد تُبالغ في تقدير دور البيئة الإعلامية وتقلل من دور البيئة الاجتماعية المباشرة.

- أنها قد تُتهم بإهمال التنوع الثقافي وتفضيل نموذج ثقافي واحد على حساب غيره.

مثال نقدي

ليس كل من يشاهد التلفزيون بكثرة يتأثر بالطريقة نفسها؛ فالمتعلم والناقد والإعلامي والطفل والمراهق لا يستقبلون الرسائل ذاتها بالطريقة نفسها. ولهذا فإن الغرس يظل مفهومًا مهمًا، لكنه يحتاج إلى استكمال بعوامل نفسية واجتماعية وثقافية أخرى.

الغرس في عصر التكنولوجيا

مع بداية ظهور الإعلام الجديد وانتشار منصات التواصل الاجتماعي، سيتسع نطاق الغرس الثقافي ولم يعد مقتصرًا على التلفزيون وحده. فالمستخدم اليوم يتعرض بشكل يومي لكم كبير من الصور ومقاطع الفيديو

والرسائل السريعة التي تعيد إنتاج بعض القيم والاتجاهات وتكرسها في الوعي العام⁵.

ويجعل هذا الواقع من الغرس الرقمي عملية أكثر تعقيداً، لأن الجمهور لم يعد متلقيًا سلبيًا فحسب، بل أصبح أيضاً مشاركاً في النشر والتعليق وإعادة إنتاج المحتوى. ومع ذلك، يظل مبدأ التكرار والتعرض المستمر قائماً، وهو ما يمنح المنصات الرقمية قدرة على توحيد الرأي العام أو تفتيته تبعاً لطبيعة الخطاب المتداول فيها.

مثال

خاتمة

عندما تنتشر حملة رقمية حول قضية وطنية أو اجتماعية، فإنها تستطيع بسرعة كبيرة أن توحد اتجاهات واسعة من الجمهور، تمامًا كما تستطيع الشائعات الرقمية أن تخلق زعراً جماعياً أو استقطاباً حاداً.

خلاصة

توضح نظرية الغرس الثقافي أن الإعلام، وخاصة التلفزيون، لا يكتفي بعرض الوقائع، بل يشارك في بناء الواقع الرمزي الذي يفكر من خلاله الجمهور. وهذا البناء التدريجي والمتكرر يساهم في توحيد الرأي العام عبر

تشكيل مرجعيات مشتركة، وتثبيت قيم معينة، وتوحيد الانتباه نحو قضايا بعينها.

لكن نجاح الإعلام في هذا الدور يتوقف على جودة الرسائل ودرجة التوازن والموضوعية والتنوع. فإذا كان الإعلام مهنيًا ومسؤولًا، فإنه يوحد الرأي العام على أساس وعي مشترك. أما إذا كان دعائيًا أو انتقائيًا أو مضللًا، فإنه ينتج رأيًا عامًا مصطنعًا لا يعبر عن الواقع بقدر ما يعيد تشكيله وفق مصالح ضيقة.

خلصت هذه المعالجة إلى أن نظرية الغرس الثقافي تقدم تفسيراً مهماً لدور الإعلام في توحيد الرأي العام، لأنها تشرح كيف تتكون الاتجاهات الجماعية عبر التكرار والتعرض المستمر والرسائل المتشابهة. كما تبين أن التلفزيون، ثم الإعلام الرقمي لاحقاً، لا يصنعان فقط المعرفة، بل يساهمان في تشكيل البنية الثقافية التي يقرأ بها الناس الأحداث والقضايا.

وعليه، فإن الإعلام يصبح أداة توحيد للرأي العام عندما ينجح في بناء معنى مشترك، وتقديم صور متجانسة نسبياً عن الواقع، وتعزيز القيم الجامعة. أما إذا غاب عنه التعدد والموضوعية، فإنه يتحول إلى وسيلة لإعادة إنتاج الانقسام أو التضليل.

مثال تطبيقي نهائي

⁵ - Gerbner, George, Gross, Larry, Morgan, Michael, & Signorielli, Nancy. *Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process*.

في حدث وطني كبير، مثل أزمة صحية أو مناسبة سيادية أو حالة تعبئة مجتمعية، إذا اجتمعت القنوات التلفزيونية والإذاعية والمنصات الرقمية على رسائل موحدة تدعو إلى التضامن والانضباط والمسؤولية، فإن الرأي العام يميل سريعاً إلى التوافق. أما إذا تعددت الرسائل المتناقضة، وتداخلت الأخبار الصادقة مع الإشاعات، فإن الرأي العام يتفتت وتضيع القدرة على التوحيد.

مراجع

- سمير محمد حسين. الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، 1984.
- - كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال
- Williams, Raymond. (1977). *Marxism and Literature*. Oxford: Oxford University Press.
- Gerbner, George, Gross, Larry, Morgan, Michael, & Signorielli, Nancy. Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process.