

الفصل الأول

وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية

الفصل الأول

وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية

الوظائف الفردية مقابل الوظائف المجتمعية

لابد من التفريق المبدئي بين الوظائف التي تحققها وسائل الاعلام لنا كأفراد وبين الوظائف التي تحققها للمجتمع وقد نفكر في ان الوظائف المجتمعية لوسائل الاعلام هي ببساطة: عبارة عن تراكم للوظائف التي تقدمها وسائل الاعلام للأفراد داخل هذا المجتمع وبالنسبة للمجتمع يكون اهتماما هو كيف تحافظ وسائل الاعلام على استقرار المجتمع وثباته او كيف تعمل على التغيير وما هو الدور الذي تلعبه تلك الوسائل في البناء الاقتصادي، وتبدو القضايا والاسئلة الخاصة بوظائف وسائل الاعلام للفرد والمجتمع متشابهة او حتى متطابقة اما بالنسبة على المستوى الفردي لابد ان نهتم بالفروق بين الازواج والطرق المختلفة التي يتأثر بها استخدامهم لوسائل الاعلام للحصول على معلومات عن تحديد النسل. والوظائف ترتبط تماما بمحتوى وسائل الاعلام.

الوظائف الظاهرة مقابل الوظائف الكامنة:-

هناك تميز مفيد احيانا فيما يتعلق بدور وسائل الاعلام في حياتنا. وهو التمييز بين الوظائف الظاهرة والوظائف الكامنة المستترة. والوظائف الظاهرة هي الوظائف الواضحة لوسائل الاعلام. والتي ندركها تماما حين نستخدم هذه الوسائل مثل (الاخبار، التثقيف، التعليم، التوجيه، الترفيه، الاقناع. اما الوظائف الكامنة فهي الوظائف الخفية التي يعيها او يدركها او يفكر فيها عدد قليل من المتلقين. وقد اشارت احدى الدراسات الى ان التلفزيون يستخدم كصمام امان ضد التوتر داخل الاسرة. بالرغم من ان اعضاء الاسرة كانوا غير واعين بهذه الوظيفة. واشارت الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين ارتفاع درجة التوتر داخل الاسرة وارتفاع صوت جهاز التلفزيون.

الوظائف المقصودة وغير المقصودة:-

يوجد تشابه كبير بين الوظائف الظاهرة والكامنة لوسائل الاعلام وبين الوظائف المقصودة وغير المقصودة لكن الاولى ليست مرادفة للثانية تحدث سواء اكانت للمصدر ام المتلقي ومن افضل الامثلة على ذلك الدراسات السابقة الخاصة بنظرية (التنافر) وترى هذه النظرية ان كل منا لديه قدرة من الضغوط الداخلية التي تجعل اتجاهاتنا ومعتقداتنا وافعالنا منسجمة او متوافقة وحين يحدث التنافر بين الافكار والاتجاهات والسلوك فنحن نسعى بوعي او بدون وعي الى استعادة التوافق (مثال)

تقديم الاعلانات فمن الواضح ان الوظيفة المقصودة للاعلان هي جعل الناس يشترون السلعة المعلن عنها او يقبلون على الخدمة فالاشخاص الذين يقدمون اعلانات السيارات يقصدون منها - يستهدفون - الاشخاص الذين لديهم القدرة على شراء تلك السيارات ويتعرضون للاعلان لكي يثبتوا لانفسهم مدى حكمتهم في اختيار هذا النوع من السيارات. وانهم اتخذوا القرار السليم عند الشراء (لتقليل التنافر) وبالتأكيد فان هذه الوظيفة لم تكن مقصودة من جانب الذين ابتكروا الاعلان.

وظائف وسائل الاعلام للمجتمع

من الصعب ان نتخيل وجود المجتمع الحديث بدون وسائل الاعلام وكذلك فان وسائل الاعلام لايمكن ان تدار بكامل طاقتها بدون المجتمع الحديث. المهم هو ان نفهم كيف يخدم كلا منهما الاخر؟ وماهي الوظائف التي يقدمها كلاهما للاخر؟ لا يوجد اتفاق اساسي حول وظائف وسائل الاعلام في المجتمع. وكثيرا مايتم الخلط بين الوظائف والتأثيرات. فبينما تهتم الوظائف بالدور العام الذي تؤديه وسائل الاعلام. نجد ان التأثيرات هي نتائج وتحديد لهذه الامور العامة.

مفهوم (لازويل) للوظائف المجتمعية مراقبة البيئة :

من خلال تجميع المعلومات وتوزيعها سواء أكان داخل المجتمع أم خارجه، حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة، وتستخدم مراقبة البيئة كتحذير مبكر للنظام لتوفير المعرفة اللازمة لاتخاذ القرارات ويعتبر المراسل الخارجي التابع لوسيلة الإعلام مراقباً مهماً لما يقوم به الدبلوماسيون والخبراء بشأن البيئة الخارجية في حين يعمل المندوب وقائد الرأي على مراقبة البيئة الداخلية.

ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة

إيجاد الترابط بين أجزاء المجتمع أو ردود أفعال المجتمع تجاه البيئة المحيطة يؤدي إلى تطور الرأي العام، فمن خلال الاتصال يتم تكوين الرأي العام وبدون الرأي العام لن تستطيع الحكومة أن تقوم بدورها، فلا بد أن يوجد نوع من الترابط بين أجزاء المجتمع حول القضايا الأساسية وفي المجتمع الديمقراطي يتم توحيد الرأي العام من خلال تسليط الضوء على القضايا التي تهتم المجتمع ويرى (لازويل) أن خير من يقوم بهذه الوظيفة المحررون والصحفيون والمتحدثون في وسائل الإعلام.

نقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال

الأباء والأمهات هم الذين ينقلون التراث الثقافي الاجتماعي عبر الأجيال، وأصبحت وسائل الإعلام تقوم بدور أكبر في هذا المجال مثل: الصحف ومحطات الراديو والتلفزيون والسينما والكتب والعديد من وسائل الإعلام التي تقدم أطر مشتركة مرجعية للمجتمع وتعمل وسائل الإعلام على تمرير القيم والتقاليد من الأجيال السابقة إلى الأجيال التالية ويرى (لازويل) أن المجتمعات البدائية لم تكن في حاجة لممارسة هذه الوظيفة من وسائل الإعلام ولكن مع تطور المجتمعات وحدوث التمدين والوفرة بدأ يحدث نوع من الانعزال والتناثر وأصبح دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية ونقل الميراث الاجتماعي وظيفية أساسية. وكذلك فإن إحداث التنوير المتكافئ سيكون مستحيلاً إذا كان بعض الناس لا يجيدون استخدام وسائل الإعلام بكفاءة فالخلل الوظيفي يمكن أن يحدث نتيجة عدم قدرة وسائل الإعلام على إرسال المعلومات بكفاءة أو عدم استقبال هذه المعلومات من جانب الجمهور بمهارة.

مفهوم " لازرسفيلد " و " ميوتون " للوظائف المجتمعية التشاور (تبادل الآراء)

في أي مجتمع لا بد من توافر وسائل للتشاور وتبادل الآراء والأفكار والقضايا وتقوم وسائل الإعلام بهذه الوظيفة في المجتمع الحديث لإضفاء الشرعية على أوضاع المجتمع.
تدعيم المعايير الاجتماعية

إعادة التأكيد على المعايير الاجتماعية من خلال معاقبة الخارجين عن هذه المعايير فهناك فجوة بين الأخلاقيات العامة في المجتمع والسلوك الخاص لبعض الأفراد، فجوة بين ما نقول إننا نؤمن به وما نفعله في الواقع هذه الانحرافات يمكن التسامح معها معظم الوقت ما لم يتم فضحها، فالنشر يسبب التوتر والتوتر يؤدي إلى التغيير وبالتالي لا بد من الحفاظ على المعايير والقيم الاجتماعية.

التخدير (الخلل الوظيفي)

وسائل الإعلام يمكن أن تسبب خللاً وظيفياً أي تحدث أثراً غير مرغوب فيها للمجتمع ولكنهما أكداً على نوع مختلف من الخلل الوظيفي وهو ما أسموه " التخدير " ويحدث ذلك من خلال زيادة مستوى المعلومات للجمهور، حيث يتسبب طوفان المعلومات لأعداد كبيرة من الناس إلى جرعات من المعلومات التي تحول معرفة الناس إلى معرفة سلبية ويؤدي ذلك إلى الحيلولة دون أن تصبح نشاطات البشر ذات مشاركة فعالة نشيطة.

مفهوم " وليور شرام " للوظائف المجتمعية

وظيفة المراقب: لاستكشاف الآفاق، وإعداد التقارير عن الأخطار والفرص التي تواجه المجتمع.

الوظيفة السياسية: تتم من خلال المعلومات التي تتيح اتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة والقرارات القيادية وإصدار التشريعات التنشئة: من خلال تعليم أفراد المجتمع الجدد المهارات والمعتقدات التي يقدروها المجتمع.

مفهوم " ماكويل " للوظائف المجتمعية

الإعلام: نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها وتسهيل عملية التحديث والتقويم من خلال التعرف على المستحدثات في التجارب الأخرى.

تحقيق التماسك الاجتماعي: الشرح والتفسير والتعليق على الأفكار والأحداث والمعلومات، ثم تدعيم الضبط الاجتماعي والمعايير الخاصة. تحقيق التواصل الاجتماعي: التعبير عن الثقافة السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية والثقافات النامية ودعم القيم الشائعة.

- الترفية: ويتمثل في تقديم التسلية وتهئية الراحة والاسترخاء والقضاء على التوتر الاجتماعي
- التعبئة: ويتمثل في المساهمة في الحملات الاجتماعية وبصفة خاصة في الأزمات السياسية والاقتصادية والحروب.

دور وسائل الإعلام في خدمة النظام السياسي:

اربع وظائف اساسية: هي

1 - تسهيل التماسك الاجتماعي

- تساعد في تكوين الرأي العام من خلال تقديم أساس للمعرفة المشتركة وهذه المعرفة المشتركة تزيد من الانتماء للمجتمع وتقلل من فرص الصراع الداخلي فعلى سبيل المثال: تفعيل وسائل الإعلام الكثير لتحقيق تماسك المجتمع في أوقات الأزمات والحروب.

- يمكن لوسائل الإعلام أن تسهل التماسك الاجتماعي من خلال تحدي القيم المسيطرة فهناك انتقادات اجتماعية كثيرة تزعم أن وسائل الإعلام تساعد طبقات الصفوة في التدريب على ممارسة السلطة، وترى هذه الانتقادات أن وسائل الإعلام تساعد في تثبيت الأوضاع القائمة وترسخ أوضاع الفقراء وعديمي السلطة فعلى سبيل المثال: نادراً ما تقول وسائل الإعلام: إن البناء الاجتماعي في هذه الدولة غير متكافئ وينبغي أن يتغير ماعدا حالة المرشح السياسي أو الحزب الذي يجعل من ذلك قضيته للحملة الانتخابية أو في حالة وجود بطالة أو تدهور اقتصادي غير عادي.

2 - تفسير المجتمع لنفسه

تقوم وسائل الإعلام بما هو أكثر من مجرد التأييد البسيط أو مواجهة التحديات التي تواجه بناء سلطة المجتمع، وقيمة، معتقداته فبالإضافة إلى أنها تعبر عن كل ذلك، يعتقد العديد من العلماء أن أكثر الطرق حيوية لاكتشاف قيم ومعتقدات مجتمع ما، ليست في عمل استطلاعات للرأي العام أو قراءة مقالات الفلاسفة، وإنما يتحقق ذلك عن طريق دراسة أنواع الترفية الشعبية السائدة في المجتمع. والنظرية الكامنة وراء رأي هؤلاء العلماء هي أن كوميديا المواقف الشعبية والمسلسلات والقصص والأغاني وأفلام السينما أصبحت تعبر عن الوعي الشعبي لأنها تعكس قيم المجتمع ومعتقداته.

3 - خدمة النظام الاقتصادي

تقوم وسائل الإعلام بخدمة النظام الاقتصادي من خلال ترسيخ الأوضاع الاقتصادية القائمة، والترويج لها، والسعي لإثبات فعاليتها في المجتمعات الرأسمالية مثل المجتمع الولايات المتحدة يعتبر ذلك واحداً من أهم الوظائف المجتمعية لوسائل الإعلام، تستطيع وسائل الإعلام خدمة النظام الاقتصادي ليس فقط من خلال الإعلانات التي تقدمها وإنما تتحقق هذه الخدمة من خلال عروض الدراما والمواقف الكوميدية والبرامج الوثائقية والإخبارية والحكايات والمنوعات حيث تروج كل هذه الأعمال للأوضاع الاقتصادية.

4- دمج السكان الجدد في المجتمع

تعمل على دمج السكان الجدد غب المجتمع وتجعلهم يتكيفون مع الأوضاع الجديدة وأساليب الحياة الراهنة في المجتمع فالإعلانات التي تقدمها وسائل الإعلام لا

تقتصر على السلع والخدمات فقط وإنما تعكس المجتمع نفسه وتسعى إلى إدماج المقيمين الجدد مع السكان القدامى لإحداث التكامل بين الأفراد داخل بوتقة المجتمع الواحد.

ثوظائف وسائل الإعلام للفرد

1 - مراقبة البيئة أو التماس المعلومات

نحصل على كميات شاسعة من المعلومات عن طريق وسائل الإعلام والطرق المختلفة التي نستخدم بها هذه المعلومات في حياتنا اليومية وفي بعض الحالات نبحث عن المعلومات بوعي تلك التي نحتاج إليها أو نرغب فيها وفي حالات أخرى يتم البحث بدون وعي ويحقق استخدامنا لمعلومات وسائل الإعلام هدفين رئيسيين هما:

أ- توجيه سلوكنا

المعلومات التي نحصل عليها من وسائل الإعلام توجه سلوكنا في العديد من الأمور العامة، ونحن أيضاً نبحث عن المعلومات التي توجه سلوكنا الشرائي، وسائل الإعلام ترشدنا إلى سلوك التصويت الانتخابي. في وسائل الإعلام يتكون لدينا مخزون من البناء المعلوماتي الذي نستعين به عند مواجهة مواقف مشابهة.

ب. توجيه فهمنا

نستغي من وسائل المعلومات التي تعكسها وسائل الإعلام، وقد يكون العالم الذي تتقله وسائل الإعلام حقيقي أو غير حقيقي ولكنه يجعلنا أقل قلقاً وأكثر فهماً.

2 - تطوير مفاهيمنا عن الذات

تساعد في فهم أنفسنا فالمعلومات التي نحصل عليها من وسائل الإعلام تتداخل مع ملاحظتنا عن الناس الآخرين وكيف يستجيبون لنا فهي تشكل المادة الخام التي تطور مفهومنا عن أنفسنا أو من نكون وتساعدنا وسائل الإعلام على فهم أنفسنا بثلاث طرق هي:

- استكشاف الواقع: نستكشف الواقع من خلال وسائل الإعلام نطور النظر إلى أنفسنا وحياتنا مثلما نقرأ ونسمع ونشاهد حياة الناس في المواقف المختلفة.
- عقد مقارنات وأضداد: تجعلنا نعقد مقارنات بين أنفسنا والشخصيات التي نراها على شاشة التلفزيون ونتعرض لها في وسائل الإعلام المختلفة ومن خلال ملاحظة أساليب تفاعل الناس نستطيع أن نتعرف على أنفسنا. وقيمنا والأدوار التي ينبغي أن نقوم بها.

- المساعدة في تجويد مهنتنا: نستخدم وسائل الإعلام في خدمة مجالات عديدة مثل الطب الزراعة الهندسة التسويق تقارير الطقس ونسبه كبيرة من المعلمين يستخدمون المعلومات التي يحصلون عليها من الصحف والمجلات والملاحظات التي يشاهدونها في التلفزيون والسينما من أجل استخدامها في التدريس.

3 - تيسير التفاعل الاجتماعي.

تزودنا بالأشياء التي نتحدث عنها ونمارسها وتزودنا بأرضيه مشتركة للمحادثات، وفي معظم الحالات نحن لا نبحث عن هذه المعلومات والخبرات بوعي وإنما يتلقى معظمنا هذه المعلومات بدون قصد.

4 - بديل للتفاعل الاجتماعي

يستخدم بعض الناس وسائل الإعلام كبديل للتفاعل الاجتماعي فهي تقدم صداقة بديلة أو تفاعل بديل، وتزداد أهمية هذه الوظيفة التي يقوم بها وسائل الإعلام بدون قصد مع الأشخاص الذين يعيشون بمفردهم أو منعزلين أو كبار السن والذين يفتقدون لظروف مختلفة.

5 - المساعدة في التحرر العاطفي

من الوظائف الواضحة لوسائل الإعلام على مستوى الأفراد تحقيق الاسترخاء والتنفيس والمتعة والاستثارة والتخلص من الملل والعزلة. هذه المصطلحات ليست مترادفة حيث أن الحصول على الاسترخاء هو نقيض الرغبة في الاستثارة كما الاستثارة يمكن ان تتحقق بدون متعة بالضرورة. إلا أن العنصر الوحيد الذي يجمعها جميعاً هو الخبرة العاطفية أو التحرر العاطفي وإطلاق العنان للانفعالات فما نبحث عنه في كل هذه الحالات هو التغيير والسعادة فحين نستخدم وسائل الإعلام عادة ما نلمس التغيير وحين لا نجد شيء يمتعنا في المحتوى نحاول ان نستمتع بالوسيلة نفسها وفي كثير من الحالات ترتبط متعة المحتوى بمتعة الوسيلة نفسها

6 - المساعدة في الهروب من التوتر والاغتراب.

من الوظائف غير المنظورة لوسائل الإعلام والتي يصعب تمييزها عن وظيفة التنفيس أو الاسترخاء. وظيفة الهروب يعتقد الكثير من الناس أن المجتمع المتدين الذي يسوده التنافس والتكنولوجيا يخلق توترات كثيرة وشعور بالاغتراب لدى العديد من الأفراد. وللتخلص من هذه الشعور بالاغتراب تقدم وسائل الإعلام أساليب للهروب فهي تقدم وظيفة تشبه مفعول الخمر أو المخدرات لبعض الناس فهي ببساطة تجعلنا نناسي همومنا ومشكلاتنا.

7 - إيجاد طقوس يومية تمنحنا الإحساس بالنظام والأمن.

أن الناس يحتاجون إلى تنظيم حياتهم بوضوح وتؤدي وسائل الإعلام وظيفة التنظيم أو جدولة الحياة اليومية لبعض الأفراد فهي تخلق عادات يحرص الفرد على المحافظة عليها ويتج استخدام وسائل الإعلام كطقوس في الحياة اليومية منح بعض الناس الشعور بالأمن وحين تغير هذه الطقوس للفرد الذي يعتاد عليها فإنه يشعر بالقلق وعدم الارتياح ونلمس هذه الوظيفة حين يعطل جهاز الاستقبال التلفزيوني.

القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة

الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال هي:

توافر مهارات الاتصال وهي خمس: مهارة الكتابة، ومهارة التحدث، ومهارة القراءة، ومهارة الإنصات، والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه، ونحو الموضوع، ونحو المتلقى. وكلما كانت هذه الاتجاهات إيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.

مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته.

مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال والعوامل التي تجعل القائم بالاتصال مؤثراً في إقناع الجمهور هي ثلاثة عوامل:

- المصدقية.

1. الجاذبية.
 2. السلطة (النفوذ)
 3. ظرية حارس البوابة الإعلامية
- يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية " كيرت ليونين " في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية (حارس البوابة الإعلامية) حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج. وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الوسيلة ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات.

العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية أربعة عوامل هي:

1. معايير المجتمع وقيمه وتقاليده.
2. معايير ذاتية تشمل: عوامل التنشئة الاجتماعية، والتعليم، والاتجاهات، والميول، والانتماءات، والجماعات المرجعية.
3. معايير مهنية تشمل: سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه.
4. معايير الجمهور.

أولاً: قيمة المجتمع وتقاليده

يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال. فأى نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة.

ويرى الباحث " وارين بريد " أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله. وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو أنه عمل سلبى، ولكن يغفل القائم بالاتصال أحياناً تقديم بعض الأحداث إحساساً منه بالمسؤولية الاجتماعية، وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية.

ثانياً: المعايير الذاتية للقائم بالاتصال

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً في ممارسته دور حارس البوابة الإعلامية مثل: النوع، والعمر، والدخل، والطبقة الاجتماعية، والتعليم، والانتماءات الفكرية أو العقائدية والإحساس بالذات. ويعد الانتماء عنصراً محدداً من محددات الشخصية لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد.

ثالثاً: المعايير المهنية للقائم بالاتصال

يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال.

وتتضمن المعايير المهنية سياسة الوسيلة الإعلامية ومصادر الأخبار المتاحة وعلاقات العمل وضغوطه وذلك على النحو التالي:

1. سياسة المؤسسة الإعلامية

2. مصادر الأخبار

أشارت أغلب الدراسات في هذا المجال إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره وصعوبة استغنائه عن مصادره. وتتمثل تأثيرات المصادر على القيم الإخبارية والمهنية فيما يلي:

- تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه على أخبار معينة بطرق عديدة.
- تؤثر الوكالات على طريقة تقييم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم ومراسليهم.
- تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة.
- تصدر وكالات الأنباء سجلاً يومياً بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى.

- تقدم وكالات الأنباء بشكل غير مباشر النموذج الذي يتعرض له المسئولين عن التحرير.
- تقلد الصحف الصغرى الصحف الكبرى في أسلوب اختيار المضمون.

رابعاً معايير الجمهور

أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال، مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور. فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها إلى حد ما توقعاته عن ردود فعل الجمهور وبالتالي يلعب الجمهور دوراً إيجابياً في عملية الاتصال. ويؤثر تصور القائم بالاتصال للجمهور على نوعية الأخبار التي يقدمها. فوسائل الإعلام يجب أن ترضي جماهيرها، ولكي يتحقق هذا يجب معرفة الجمهور معرفة دقيقة من خلال الدراسات العلمية. وأن القائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى تحديد جمهوره بدقة وأن تصوره لهذا الجمهور يؤثر على قراراته تأثيراً لا يمكن أن نفل من شأنه.