

تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد

عمار خلايفية

¹مخبر بحوث ودراسات في الميديا الجديدة جامعة محمد بوضياف المسيلة/ الجزائر omar.khelaifia@univ-msila.dz

Applications of media dependence theory in new media spaces

Omar khelaifia

تاريخ النشر: 2022/09/30

تاريخ القبول: 2022/09/26

تاريخ الاستلام: 2022/04/22

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى فعالية النظريات الإعلامية التقليدية في تفسير الظواهر الإعلامية الجديدة، والتركيز في ذلك على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وكذا توضيح الدافع العلمي والمنهجي الذي يسوغ استخدام هذه النظرية في البحوث المتعلقة بالإعلام الجديد في الوقت الذي يختلف فيه هذا الأخير عن الإعلام التقليدي جذريا، وكذا بروز تيارات ومداخل نظرية تؤسس لرؤى جديدة. لتصل هذه الدراسة إلى نتيجة مفادها أن النسق الإعلامي الجديد كغيره من الأنساق الأخرى يؤثر فيها ويتأثر بها وبالتالي فهو مجال للاعتماد المتبادل يمكن لنظرية الاعتماد تفسيره باعتبارها أحد أهم النظريات التي تنتهي إلى المدخل الوظيفي.

الكلمات الدالة: نظريات الإعلام، البنائية الوظيفية، الاعتماد على وسائل الإعلام، الإعلام الجديد

Abstract:

This study aims to find out the effectiveness of traditional media theories in explaining new media phenomena, focusing on the theory of dependence on the media, as well as clarifying the scientific and methodological motive that justifies the use of this theory in research related to new media at a time when the latter differs from traditional media. Radically, as well as the emergence of currents and theoretical approaches that establish new visions. This study reaches the conclusion that the new media format, like other formats, affects and is affected by it, and therefore it is an area of interdependence that the dependence theory can explain as one of the most important theories that belong to the functional approach.

Keywords: media theories, functional constructivism, media dependence, new media

مقدمة:

في ظل التطورات الكبرى التي طرأت على عناصر العملية الإعلامية، وأدت إلى تغيير علاقة المرسل بالمستقبل والرسالة، والوسيلة الإعلامية، وطبيعة التلقي... الخ والتي كان الإعلام الجديد معطى أساسيا فيها تشهد البحوث، والدراسات الإعلامية والاتصالية بدورها تحولات في التنظير وضبط المفاهيم، وتفسير المشكلات وتحديد العلاقة بين المتغيرات ما أدى إلى محاولات لإعادة النظر في البراديغمات، والنظريات الإعلامية التقليدية، وكذا ظهور تيارات بحثية جديدة منها ما يدعو إلى ضرورة صياغة نظريات جديدة خاصة بالفضاء الرقمي والإعلام الجديد، ومنها ما يرى إمكانية تسييق النظريات التقليدية وتبينتها مع الواقع الجديد، وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أبرز النظريات التي لطالما كان لها حضور قوي في البحوث الإعلامية التي تعتنى بدراسة دور وسائل الإعلام وآثارها المعرفية، والاتجاهية، والسلوكية، وكذا تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع، على أساس من الاعتماد المتبادل وهو ما يتفق مع الأسس الخاصة بالبنائية الوظيفية أيضا حيث يرى ديفلوروكيتش أن العلاقات القائمة على الحاجة المتبادلة بينهما يمكن تفسيرها في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل فكل من وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع إنجاز أعمالها وتحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضهم البعض الذي أصبح ملزما في المجتمع الحديث، ومن هذا المنطلق، تأتي الحاجة إلى طرح التساؤل التالي: ما مدى فعالية تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد؟

1. ماهية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

اهتم بعض الباحثين في العشرينات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي Level Cognitive وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساسا إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة. كما أوضح الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل. ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندرا بول روكيتش وزملائها عام (1884م) عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الاقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى. (الدليبي، 2016، ص 231)، ومن هذا وضع كل من ساندرا بول روكيتش وميلفين ديلفير إطارا لنظرية الاعتماد على وسائل الاتصال حيث تنبع نظرية الاعتماد من العديد من الجذور

الفكرية المشابهة لنظرية الاستخدامات والاشباع فكلهما يركز على العلاقة بين الأهداف الفردية والنظام الاعلامي، وهما نظريتان تتبعان مداخل وظيفية اجتماعية، ويمكن القول أن نظرية الاعتماد هي "نظرية بيئية" تنظر إلى المجتمع باعتباره مركباً تسود بين أجزائه ارتباطات، ومن ثم تحاول تفسير هذه الارتباطات والعلاقات. (كمال الحاج، 2020، ص 145) ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة وأحيانا أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما (ديفلر، روكيتش، 2002، ص 413،

- ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

يقوم المنظور الخاص باعتماد الأفراد على وسائل الاعلام على دعامتين رئيسيتين قدمها ميلفين، وروكيتش في طبعتهما الخامسة 1987 (محمد عبد الحميد، 2004، ص 298) وهما كالتالي:

. الأهداف: هناك أهداف للأفراد، والجماعات والمنظمات يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها مصادر الاتصال المختلفة التي يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات والعكس بالعكس.

. المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى مصادر مختلفة لتحقيق أهدافهم، وتقوم وسائل الاعلام بثلاث أدوار حيال المعلومات: أولها جمع المعلومات ثم تنسيقها وتنقيحها، وآخرها نشر وتوزيع المعلومات، ويستخدم ديغلير، وروكيتش مفهوم المعلومات للإشارة إلى الرسائل الإعلامية. (كمال الحاج، 2020، ص 145) وفي هذه الحالة يؤكد ديغلير، وروكيتش على أنه لا يجب تحديد مفهوم المعلومات في الإطار المحدود للأخبار، وتجاهل مجال التسلية، والترفيه باعتباره أيضا مجالا من مجالات المعلومات التي تحقق أهدافا عديدة في مرحلة النمو بالنسبة للطفل على سبيل المثال أو دعم العادات، والتقاليد الاجتماعية في مجالات الدراما وغيرها، ولذلك فإن مفهوم المعلومات يتسع ليشمل كل الرسائل التي تبثها أو تذيبها وسائل الاعلام، ويكون لها تأثير على الطريقة التي يفكر بها الناس، ويشعرون، ويتصرفون بواسطتها (محمد عبد الحميد، 2004، ص 299)

2. فروض النظرية وتأثيراتها المحتملة:

- فرضيات النظرية:

يمكن تلخيص هذه النظرية على النحو التالي: أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي، والعاطفي، والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير وبالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك، ومعارف، ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرا مرتدا لتغيير كل من المجتمع، ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى الثلاثية بين وسائل الاتصال، والجمهور، والمجتمع. (يوسف كافي، 2015 ص 226)، وتقوم نظرية الاعتماد على عدة افتراضات:

. الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دورا هاما في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيدا ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

. الفروض الفرعية: يقوم هذا النموذج على عدة افتراضات فرعية نوجزها في ما يلي:

-تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة الاعتماد على وسائل الاتصال، فكلما زاد استقرار المجتمع قل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، والعكس بالعكس. (كمال الحاج، 2020، ص 146)

-تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع على وسائل الإعلام إيجابا وسلبا، وهي التي تحدد خصائص وسائل الإعلام التي تتضمن: الأهداف والموارد، والتنظيم، والبناء، والعلاقات المتبادلة، وتتحكم هذه الخصائص في وظائف تسليم المعلومات التي يتحكم فيها عدد الوسائل الإعلامية المتاحة، ودرجة مركزيتها، ويؤثر ذلك بالتالي على الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام أو ما يطلق عليها تحديد السياسات. كذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الأفراد،

ويساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية، والفئات الاجتماعية، والعلاقات الاجتماعية، ويعمل النظام الاجتماعي أيضا على خلق حاجات للأفراد مثل الفهم، والتوجيه، والتسلية. (الدليبي، 2016، ص 236)

- العلاقة التي بين نظام وسائل الاعلام والنظام السياسي والنظام الاجتماعي "علاقة تبعية بنائية" لأنها تتعلق بأنماط متكررة للاعتماد المتبادل بين وحدات التحليل الكبيرة وهي في هذه الحالة النظم الاجتماعية (ديفلر، روكيتش، 2002، ص 416)

- كلما زادت التغيرات والأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات، أي تغيير اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي، وتختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة، وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات، والأخبار. (ماطر حمدي، 2018، ص 14)

- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقول اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام (الدليبي، 2016، ص 241)

- يختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الإعلام فالصفوة قمة الهرم قد يكون لها وسائل إعلام خاصة بهم غير الوسائل التقليدية، بمعنى أن للصفوة مصادرها في الحصول على المعلومات كالبرقيات أو وكالات أنباء وغيرها والتي ليست متاحة لكل الناس. (ماطر حمدي، 2018، ص 14)

- مجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية:

يري بعض الباحثين أن التساؤل الأساسي لنظرية الاعتماد هو تفسير متى؟ ولماذا يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل؟ وتأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم وسلوكهم، وإجابة ذلك يعد تفسيراً للطرق التي يستخدمها الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم الشخصية، حيث ينتج عن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجموعة من التأثيرات. (الدليبي، 2016، ص 241) ويمكن تصنيف هاته التأثيرات على النحو التالي:

التأثيرات المعرفية: **Effects Cognitive**: مثل إزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث وذلك بتقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث وأيضاً التأثير في إدراك الجمهور للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا أيضاً من التأثيرات المعرفية تلك الخاصة بالقيم والمعتقدات (يوسف كافي، 2015، ص 226)

وتشمل التأثيرات المعرفية كشف الغموض، وتكوين الاتجاهات، وترتيب أولويات الاهتمام، الاعتقادات، السياق القيمي العام للأفراد.

تجاوز مشكلة الغموض **Ambiguity**: الناتجة عن تناقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم الأحداث أو تفسير هذه الأحداث. (كمال الحاج، 2020، ص 146)

تشكيل الاتجاهات **Attitude Formation**: تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع مثل مشكلات البيئة، وأزمات الطاقة، والفساد السياسي، وتنظيم الأسرة وعلماء الدين، وتشكل الاتجاهات الجديدة كلما اكتسب الأفراد المعلومات العامة من خلال وسائل الإعلام. (الدليبي، 2016، ص 242)

ترتيب الاهتمامات **Agenda-Setting**: وذلك بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام أي ترتيب أجندة المتلقين بالنسبة لهذه الموضوعات أو الأفكار اعتماداً على ترتيب الوسائل لها. (محمد عبد الحميد، 2004، ص 303)

. توسيع الاعتقادات: تلعب وسائل الاتصال دوراً في توسيع اعتقاداته حول الأحداث، والأشخاص، والجماعات الأخرى. (كمال الحاج، 2020، ص 146)

القيم Values: وهي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجه، والحفاظ عليها مثل: الأمانة، الحرية، المساواة، التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم. (الدليهي، 2016، ص 243) التأثيرات الوجدانية: وذلك مثل مشاعر الحب والكراهية وغيرها التي تقوم بأشكال مختلفة وفي سياقات متعددة ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل (محمد عبد الحميد، 2004، ص 303) ومن أبرز التأثيرات الوجدانية الناتجة عن الاعتماد على وسائل الاتصال:

الفتور العاطفي Desensitization: هناك نتائج توصلت إلى أن التعرض الكثيف للعنف في المواد الإعلامية خصوصاً التلفزيونية يؤدي إلى فتور عاطفي، ونقص الرغبة في مساعدة الآخرين خصوصاً الذين يتعرضون للعنف، فيصل الفرد على أن يعتبر فيها العنف هو حالة طبيعية في المجتمع. وهناك دراسات أخرى أثبتت أن الاستشارة النفسية التي تنشأ نتيجة التعرض لأعمال العنف في وسائل الاتصال تتناقص بمرور الزمن. (كمال الحاج، 2020، ص 147)

الخوف والقلق Fear and Anxiety: إن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام قد يؤدي إلى إثارة الخوف، والتوتر بسبب ما تقدمه هذه الوسائل من أخبار عن انتشار وباء أو مرض معدي مثل مرض سارس، إلا أنه قد يؤدي أيضاً إلى تقليل مشاعر الخوف، والتوتر من انتشار هذا المرض في المنطقة الموجود بها من خلال المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام عن كيفية الوقاية من هذا المرض، والقضاء عليه مستقبلاً. (الدليهي، 2016، ص 243)

دعم الروح المعنوية أو دعم الشعور بالاعتزاز Morale and Alienation: لوحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد رسائل وسائل الإعلام معبرة عن ثقافته، وانتماءاته المعرفية، والسياسية، والدينية، ويمكن أن تلعب وسائل الإعلام دوراً إيجابياً في رفع الروح المعنوية للأفراد. (كمال الحاج، 2020، ص 147)

الآثار السلوكية Behavioral Effects:

وهي المتمثلة في الحركة أو الفعل الذي يظهر في سلوك علني وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات أن المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، ومتربة عليهما (يوسف كافي، 2015، ص 226) ومن أهم التأثيرات في هذا المجال:

التنشيط Activation: يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو الناتج الأخير للتأثيرات المعرفية، والعاطفية مثل اتخاذ مواقف سلوكية مؤيدة أو معارضة نتيجة التعرض المكثف لوسائل الإعلام، وقد يتمثل التنشيط في اتخاذ مواقف مؤيدة للإقلاع عن التدخين أو التبرع المادي أو المعنوي لفئات معينة، والتنشيط يكون مفيداً اجتماعياً في هذه الحالة، ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام قد يكون ضاراً اجتماعياً مثل التورط في أعمال ضد المجتمع مثل العنف، والجرائم، والاضطرابات. (الدليهي، 2016، ص 244)

الخمول Deactivation: الخمول يعني عدم النشاط، وعدم الحماس للقيام بسلوك ما إيجابي سلب نتيجة التعرض لوسائل الإعلام. (كمال الحاج، 2020، ص 147)

3. تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على دراسات الإعلام الجديد:

- أسباب توظيف نظرية الاعتماد في دراسات الإعلام:

يتم توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كنظرية أساسية مؤطرة للدراسات الإعلامية الجديدة التي تدرس دور وسائل ووسائط الإعلام الجديد وآثارها على الفرد، والمجتمع في القضايا المختلفة، وذلك لثلاثة أسباب رئيسية السبب الأول السبب الثاني هو المميزات التي تزخر بها نظرية الاعتماد السبب الثالث لأن هذه النظرية من أبرز النظريات المفسرة

لعمل وسائل الاعلام الرقمي بما ذلك شبكات التواصل الاجتماعي بطريقة شمولية تتناول الوظائف والأدوار، والحاجات والأهداف، والتأثيرات المعرفية، والاتجاهية والسلوكية، وعلاقة النظام، والمؤسسات الأخرى بوسائل الإعلام. لأنها مرتبطة ومؤثرة على أبرز النظريات المفسرة للظاهرة الإعلامية والاتصالية: حيث تساعد على وجود علاقة ارتباطية بينهم على غرار نظرية الاستخدامات، والاشباع وترتيب الأولويات والفجوة المعرفية (أ)- نظرية الأجندة:

تقوم نظرية الأجندة على ترتيب الأولويات الشخصية للأفراد تجاه بعض الموضوعات، وتساعد نظرية الاعتماد على تفسير هذه الأولويات، فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام في اختيارهم للموضوعات التي تقدمها وسائل الإعلام، بشكل يتوافق إلى حد كبير مع خصائصهم الشخصية، والمشكلات التي يعانون منها بالإضافة إلى احتياجاتهم. (ب)- نظرية الفجوة المعرفية:

تركز هذه النظرية بشكل رئيسي على عامل التباين والاختلاف الموجود بين الأفراد والجماعات في مستوى المعرفة لديهم وأثر وسائل الإعلام في حدوث هذا الاختلاف إما بالزيادة أو النقص وتساهم نظرية الاعتماد هنا في فهم هذه النظرية، فالأفراد الأكثر اعتمادا على وسائل الإعلام يحصلون على معلومات أكثر من غيرهم تنشأ الفجوة المعرفية، وتقل الفجوة المعرفية تجاه بعض القضايا التي يتساوى فيها اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام. (ج)- نظرية الاستخدامات والاشباع:

محور اهتمام نظرية الاستخدامات والاشباع يتعلق بالفروق الفردية بين الجمهور وتأثيرها على استخداماتهم لوسائل الإعلام من أجل تحقيق اشباع معينة تختلف من شخص إلى آخر، وعلى الرغم من أن مدخل الاستخدامات والاشباع، ونظرية الاعتماد يركز كل منهما على العلاقة بين الأفراد ووسائل الإعلام، فكل منهما يركز على التساؤل الخاص:

ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟ والاستخدام لوسيلة إعلامية يعني معدل القراءة أو المشاهدة أو الاستماع لها، أما الاعتماد فيعني درجة الاهتمام لهذه الوسيلة باعتبارها مصدرا هاما للمعلومات، ورغم وجود بعض التشابه بين مدخل الاستخدامات، والاشباع، ونظرية الاعتماد إلا إنه توجد بعض الاختلافات، ومن بين هذه الاختلافات نذكر على سبيل المثال:

- يركز مدخل الاستخدامات، والاشباع على تحديد الاحتياجات المختلفة، والاشباع الناتجة عن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، بينما تركز نظرية الاعتماد على العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع.
- يهتم مدخل الاستخدامات والاشباع بالإجابة على السؤال الأساسي وهو: أين يذهب الأفراد لإشباع احتياجاتهم؟ في حين تركز نظرية الاعتماد على الإجابة على سؤال: لماذا يلجأ الأفراد إلى وسيلة معينة لإشباع احتياجاتهم؟
- يركز مدخل الاستخدامات والاشباع على المستوى الفردي فقط، في حين تستخدم نظرية الاعتماد لقياس العلاقات الاعتمادية كل المستويات الفردية والاجتماعية.
- يقدم مدخل الاستخدامات، والاشباع تصميما معقدا من الناحية الإجرائية لقياس متغير استخدام الوسيلة، بينما تقدم نظرية الاعتماد تصميما سهلا من الناحية الإجرائية لقياس متغير الاعتماد على وسائل الإعلام.
- يؤكد مدخل الاستخدامات والإشباع على أهمية فكرة الجمهور القوي والتي تؤكد ضرورة اختبارات الجمهور بينما تركز نظرية الاعتماد على قوة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الأفراد، ويزداد الاعتماد أثناء الأزمات. (الدليعي، 2016، ص 245-246)

مميزاتها التي تجعلها قابلة للتسييق واحتواء متغيرات جديدة:

خلصت دراسات متعددة إلى أن نظرية الاعتماد تنفرد عن غيرها من النظريات بميزات :
-تقديم مجال واسع من التأثيرات المحتملة، وتجنب التأثيرات المحدودة، وقد كان هذا سببا في تسميتها أحيانا بالنموذج العارض إذ تعتمد تأثيراتها على مجموعة متغيرات تقل أحيانا أو تكثر أحيانا أخرى بما يسبب حدوث ظاهرة ما في وقت ما، وقد يختفي هذا التأثير باختفاء هذه المتغيرات.

-تعتبر نظرية الاعتماد نموذج مفتوح لمجموعة من التأثيرات المحتملة، وتجنب النموذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، ووجود تأثير غير محدود، لذلك يطلق عليها نظرية شاملة أو النموذج العارض، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع تهتم نظرية الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الشخصية والفردية، لذلك فهي أكثر ملائمة في التعامل مع النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام.

-توجيه الاهتمام بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الفردية، ولذا فهي قد تعد من أصلح النظريات الاتصالية وأشملها في التعامل مع النظام الاجتماعي.

-حاولت النظرية أن تتجنب نماذج التأثير المباشر ونماذج التأثير المحدود، ونماذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام وبالتالي فالمجال مفتوح لدراسة ظاهرة الإعلام الاجتماعي.

-تؤكد نظرية الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، يؤدي إلى التأثير على النظام الاجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام، قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظام وسائل الإعلام، سواء من خلال النظام السياسي أو من خلال آلية السوق الحر أو من خلال ظهور وسائل إعلام بديلة، وهذا بالضبط ما تأكد مع بروز الإعلام الجديد وشيوع صحافة المواطن التي كانت بمثابة الإعلام البديل الذي أثر بشكل كبير في الحياة السياسية، والاجتماعية وغير الكثير من المعطيات، ومثال ذلك ثورات الربيع العربي، تأثير المعارضة في الرأي العام، تأثير الإعلام الجديد على الإعلام التقليدي واعتماد الجديد على محتويات من وسائل الإعلام التقليدي سواء من ناحية الإقرار أو التصحيح، وهذا مما يؤكد وجود اعتماد متبادل لازال مستمرا في النسق الاجتماعي.

. انطباق نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي:

بما أن تفسير ميلفين ديفلر، وروكيثش لاعتماد الجمهور على وسائل الاعلام مجالا تطبيقيا متميزا لتأثير الاعتماد على دعامتين رئيسيتين تتمثلان في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلي حاجاته، وتحقيق أهدافه، وكذلك اعتبار نظام الاعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات، وتحقيق الأهداف، وإذا كانت أدوار الرقابة، والتحكم في المعلومات كمخرجات للعملية الإعلامية واضحة في وسائل الاعلام التقليدية مما يحد من الاعتماد على وسائل الاعلام في بعض الظروف فإن نظام المعلومات في الاتصال الرقمي يؤكد لدى الفرد موثوقية هذا النظام، وصلاحيته لتحقيق أهدافه، وذلك لأن الاتصال الرقمي يعتبر أحد ضرورات نظم المعلومات لاستمرار دورتها وتدفعها، وهذا ينطبق على وسائل الاتصال الاجتماعي لأنها تقوم بنفس وظائف وسائل الإعلام من حيث تزويده بالأخبار والمعلومات، والاتجاهات لذلك فهذه الوسائل الاجتماعية سيكون لها تأثيرات معرفية، وأخرى وجدانية وثالثة سلوكية، وتختلف الحاجات التي تدعم الاعتماد على هذه المواقع باعتبارها مصادر للمعلومات بتطور المرحلة العمرية، ودوافع النمو فيها التي تجعله معتمدا عليها في محاولة فهم الذات، والعالم المحيط به، ومعرفة الأنماط السلوكية، والقرارات الاجتماعية المناسبة، وكذلك التسلية، ولعل هذا يشير إلى تعدد المواقع التي يمكن تصنيفها في حزم موجهة للمراحل العمرية لتدعيم الأفكار، والعقائد التي تسعى الكثير من هذه المواقع إلى تدعيمها مثل المواقع الدينية على سبيل المثال التي تلجأ إلى كثير من الوسائل لتلبية هذه

الحاجات من خلال الصور المختلفة لعرض المحتوى في إطار الوظائف التي يسعى إليها الفرد وتتفق في شكل المحتوى مع ما تستهدفه هذه المواقع.

قائمة المراجع:

- عبد الرزاق، الدليمي. (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. ط1. عمان: دار اليازوري.
- كمال، الحاج نظريات الإعلام والاتصال. (2020). النسخة الالكترونية. الجامعة الافتراضية السورية <https://pedia.suvonline.org/>
- ميلفين، ديفلر. ساندربول، روكيتش (1992). نظريات وسائل الاتصال. ترجمة كمال عبد الرؤوف. ط1. القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- محمد، عبد الحميد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط1. القاهرة: عالم الكتب.
- يوسف، كافي. (2015). الرأي العام ونظريات الاتصال. ط1. دار الحامد للنشر والتوزيع: عمان.