

تلخص هذه النصوص عدة نظريات في الإعلام والاتصال. تبدأ بنظرية "لوب الصمت" التي ترى أن وسائل الإعلام، بقوتها التأثيرية، تشكل الرأي العام من خلال تبني آراء واتجاهات محددة، مما يدفع الأفراد، خوفاً من العزلة، إلى الصمت عن آرائهم المعارضة. وتوضح النظرية ثلاثة عوامل رئيسية تؤثر في ذلك: التراكمية (تكرار الرسائل)، والشمولية (سيطرة الإعلام على بيئة المعلومات)، والتوافق (اتساق أفكار الإعلام). تُنتقد هذه النظرية لتبسيطها للعلاقة بين الإعلام والجمهور، وعدم اعتبارها القضايا المدعومة اجتماعياً، وتركيزها على التجربة الأمريكية دون غيرها. ثم تعرض النصوص نظرية "الاستخدامات والإشباع" التي تركز على كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لإشباع رغباته، مختلفة بذلك عن النظريات التي تركز على التأثير المباشر. تستند هذه النظرية على دراسات سابقة، مثل دراسة هرزبورغ حول رغبات جمهور البرامج الإذاعية، وكشفت عن رغبات متنوعة كالترفيه، التنافس، والتنفيس العاطفي. بعدها، تتناول النصوص وظائف وسائل الإعلام وفقاً لـ "السويل ورايت"، وهي المراقبة، الربط، ونقل التراث الاجتماعي. وتشرح أهمية دراسة بلومر (1969) التي ربطت استخدام وسائل الإعلام بتحقيق أهداف الهروب، وإشباع الرغبات، والتنفيس العاطفي. تقدم النصوص أيضاً "نظرية القيم الثقافية" أو "نظرية الغرس الثقافي"، التي تبحث في تأثير العنف التلفزيوني على المجتمع، معتبرة التلفزيون بيئة رمزية مؤثرة على المدى البعيد في تشكيل القيم والمعتقدات. وتشدد هذه النظرية على تكرار الرسائل التلفزيونية وواقعيتها المزيفة في خلق الشعور بالخطر والعدوانية. أخيراً، تتناول النصوص "نظرية التأثير الانتقائي أو المحدود" (التدفق على مرحلتين) التي تشير إلى أن وسائل الإعلام تؤثر بشكل محدود بسبب الانتقاء الإدراكي والتعرض والتذكر، ودور الوسائط كـ "قادة الرأي". وتُنتقد هذه النظرية لتجاهلها للتأثير المباشر لوسائل الإعلام، وعدم وضوحها في التمييز بين نشر المعلومات وتأثيرها على اتخاذ القرارات، وعدم ثبات دور قادة الرأي. وتختتم النصوص بذكر بواحد ظهور المجتمع الجماهيري في القرن التاسع عشر، ثم نظرية المجتمع الجماهيري التي تُعرّف المجتمعات التي تتعامل مع الناس كمجموعات، وتُناقش وجهات النظر المختلفة حول بنيته الاجتماعية، مثل النظرة الطبقيّة والنظرة القائمة على الصفوة.