النموذج الاتصالي عند عبد الرحمن عزي
"البراديغم القيمي"

أ.ياسمينة بونعارة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة-

يعد الاتصال من أهم وأقدم النشاطات الإنسانية التي تستهدف تحقيق العمومية أو المألوفية لفكرة أو قضية أو موضوع أو مؤسسة، عن طريق استخدام المعلومات والأفكار والآراء والاتجاهات، وباستخدام رموز مشتركة، وهو أساس كل تفاعل إنساني، إعلامي ثقافي يتيح نقل المعلومات والمعارف، ويسهل التفاهم بين الأفراد والجماعات.

فالعملية الاتصالية عملية ديناميكية وحركية متغيرة باستمرار، ليس لها بداية ولا نهاية محددة، ولا تخضع مجرياتها لتسلسل معين، بل إن عناصرها متفاعلة بحيث يؤثر كل عنصر منها في العناصر الأخرى ويتأثر بها، ولفهم هذه العملية وإدراك أبعادها لا بد من مراعاة جانبين أساسيين:

الجانب الأول: يمثل ما يحدث داخل الإنسان نفسه من تصميم وإعداد للرموز والمعاني.

الجانب الثاني: يمثل ما يحدث لدى تبادل تلك المعاني والرموز مع الآخرين.

وتعتبر نماذج الاتصال محاولات لتقديم تفسير للعلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات، بمعنى آخر هي عبارة عن أدوات ثقافية تساهم في توضيح وإدراك حقيقة الظواهر والكشف عن الصلات بين عناصرها الأساسية.

وقد حضيت النماذج بمكانة بارزة في العلوم الاجتماعية لفائدتها في توجيه وتفسير الظواهر، واكتشاف العلاقات التي تربط بينها، لذلك اتجه الباحثون في علوم الإعلام والاتصال لعرض النظريات، والوصول إلى التعميمات بناء على ما وضعوا من النماذج التي تعمل على تبسيط المعرفة وتسهيل إدراكها بالنسبة للمتلقي.

وتساهم النظريات في تنشيط الباحثين على تخيل ووضع نماذج مناسبة ومحاولة اختبارها وتطويرها، وبالتالي فالعلاقة بين النموذج والنظرية علاقة ديناميكية وإيجابية متبادلة.

من هذا المنطلق يمكن أن نستخرج نموذج البروفسور"عزي عبد الرحمن" بناء على نظريته الحتمية القيمية كما أشار إليه، أنه متكون من سبعة عناصر مركبة، متداخلة بنيويا أربعة منها لاسويلية وهي: المرسل، الرسالة، المتلقي والأثر، والخامس ذو نزعة مكلوهانية وهي الوسيلة، والعنصرين الآخرين من إسهاماته في هذا الميدان وهما: النظام الاجتماعي والبعد الحضاري القيمي.

يقول المفكر مالك بن نبي-رحمه الله-أن أول ما يجب علينا أن نفكر فيه حينما نريد أن نبني حضارة، أن نفكر في عناصرها تفكير الكيماوي في عناصر الماء إذا ما أراد تكوينه، فهو يحلل الماء تحليلا علميا، ويجد أنه يتكون من

عنصرين، الهدروجين والأكسجين، ثم إنه بعد ذلك يدرس القانون الذي يتركب به هذان العنصران ليعطينا الماء [1].

وهذا ما ينطبق على الظاهرة الإعلامية التي لا يمكن فهمها وإدراك حقائقها ما لم تفكك إلى عناصرها الأساسية، وبين أيدينا نموذج الاتصال للبروفسور عزي عبد الرحمن، والمتميز باستناده إلى المرجعية القيمية في كل عناصره، خاصة منها المرسل والرسالة، وهذا ما جعلني أقترح تسميته بالنموذج القيمي لاتخاذه القيمة "كمرجعية وكهاجس ومركز رؤية".

1-المرسل أداة تتجسد فيها القيم:

للقائم بالاتصال أهمية بالغة في الإعلام، فهو المصدر الذي يقوم على إنتاج الرسالة الإعلامية، المشبعة بالمعاني والأفكار والمعلومات التي يوجهها عبر وسيلة مناسبة، في أي شكل من أشكال الاتصال المختلفة.

فالمفكر عزي عبد الرحمن يعطي أولوية كبيرة للرسالة باعتبارها القيم النابعة من الدين، لكنه يعطي مكانة خاصة أيضا للعنصر البشري ولدوره في العملية الاتصالية باعتباره الأداة التي تتجسد فيها القيم حيث يقول: « ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيها القيم» [2].

فالرجل الذي له قيمة هو الذي يدوم على حاله ولا يتغير، وبالتالي فهو رجل يمكننا أن نعول عليه، وأما الرجل الذي ليست له قيمة فهو الذي لا يبقى على

---

[1] -مالك بنبي: تأملات، دار الفكر، دمشق، سوريا، ط2، 1986، ص 168.

[2] - عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2003، ص 106.

حاله ويتلون كما تتلون الحرباء، فلا نستطيع أن نثبت له صورة، وبالتالي فلا نستطيع أن نحدد له قواما أو قامة [1].

فلابد لمن يقوم بالمهمة الإعلامية أن يحوز على بعض المقومات التي تعينه على أدائها، كالصدق والموضوعية التي تكسبه ثقة الجمهور، والإخلاص الذي يحفظه من الفتن والمزالق كالشهرة، والإغراء، والصبر والتواضع التي تعينه على متاعب العمل وحسن التواصل مع الآخرين، إضافة إلى بعض الصفات المهنية كإيمانه برسالته، وحبه لعمله، وقدرته على حسن التكيف في مختلف المواقف، والصفات العلمية من ثقافة واسعة ومتنوعة، وتكوين متعمق في مجال تخصصه، فإذا كانت العبادات هي التعبير العملي للعقيدة في العلاقة بين العبد وربه، فإن القيم عموما هي التعبير العملي للعقيدة في العلاقة بين الفرد وغيره.

فرجل الإعلام ليس مخبرا يحسن الكتابة والكلام عن الوقائع الحاصلة، خاصة في الفضاء السياسي أو أنه تقني صحفي فحسب بل هو رجل ثقافة بالدرجة الأولى يملك مرجعية ويستند إلى تصور حضاري معين، وهو على حد تعبير ابن خلدون يتموقع مع المقاصد (الغايات)، ومن هذا المنطلق فهو يكيف رسالته الإعلامية من بعد قيمي كمرجعية ومرتكز، ومركز رؤية [2].

2-الرسالة هي القيمة:

في دراستنا لمادة "قوم" في بعض معاجم و قواميس اللغة، وقفنا على استعمالات متعددة للمصطلحات المكونة من هذه المادة، كالقيّم، والقيّوم، والاستقامة، والقائم وغيرها.

---

[1] -الربيع ميمون: عالم القيمة أو الإنسان بالحقيقة، حوليات جامعة الجزائر، العدد 5، (1990-1991) ، ص 53.

[2] -نصير بوعلي: الإعلام والبعد الحضاري، دراسات في الإعلام والقيم، دار الفجر، قسنطينة، ط1، 2007، ص 55.

ذكر صاحب لسان العرب أن: القيمة تستعمل للدلالة على اسم النوع من الفعل قام، يقوم، قياما، بمعنى وقف، واعتدل وانتصب، وبلغ واستوى[1].

والتقويم: هو بيان قيمة الشيء، قال ابن كثير في تفسير قوله تعالى: {لَقَدْ خَلَقْنَا الإِنسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ} [التين4]: أي أنه تعالى خلق الإنسان في أحسن صورة وشكل، منتصب القامة، سوي الأعضاء وحسنها[2].

وفي الحديث الشريف: «نزل جبريل على رسول الله -صلى الله عليه وسلم- فشق بطنه، ثم قال جبريل: قلب وكيع فيه أذنان سميعتان وعينان بصيرتان، محمد رسول الله المقفى الحاشر، خلقك قيم، ولسانك صادق، ونفسك مطمئنة».

وروى البخاري من حديث ابن عباس:«كان النبي -صلى الله عليه وسلم-إذا قام من الليل يتهجد قال: اللهم! لك الحمد أنت نور السماوات والأرض ومن فيهن، ولك الحمد أنت قيم السماوات والأرض ومن فيهن...» الحديث[3].

ففي الحديث الأول قوله: "خلقك قيم"، وذلك بعد تصفية القلب من كل ما يعلق به من الذنوب والآثام تحضيرا وتهيئة لحمل الرسالة، وفي الحديث الثاني بيان لمصدر القيم في الكون، وهو الله عز وجل.

مما سبق يتبين أن مادة"قوم" تدور حول مصدر القيمة ومنهجها، وامتدادها وأثرها، **فالمصدر**: هو الله القيوم، **والمنهج**: هو طريق مستقيم لا

---

(1) - ابن منظور: لسان العرب، دار الجيل، بيروت، دط، 1988، ج5، العمود الأول، ص 192.

(2) - تفسير ابن كثير: ج8، ص243.

(3) -مجلة البيان: www.albayan-magazine.com ، تاريخ التصفح (2009/04/23).

عوج فيه، **والامتداد**: في الكون والحياة كلها، **والأثر**: موضعه في نفس الإنسان الذي جعله الله خليفته في الأرض، وشرفه بحمل القيم، وعلى هذا المعنى تدور تعاريف كثير من الباحثين في مجال القيمة:

حيث يرى كارتر كود Carter Good أن: القيمة صفة ذات أهمية لاعتبارات نفسية، أو اجتماعية أو خلقية، أو جمالية وتتسم بسمة الجماعية في الاستخدام.

أما رستن Rustin فيرى أن القيمة تعبر عن مفهوم أو فكرة تحدد فعلا أو سلوكا متوافقا مع معايير خاصة أو غايات معينة أو مثل عامة ترغب فيها وتقدرها جماعة من الأفراد[1].

ويشير حامد زهران إلى أن: القيم عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء، والمعاني وأوجه النشاط[2].

فالقيمة عموما عبارة عن مجموعة من المعايير المرغوبة لدى الناس، يحتكمون إليها في تقييم سلوكاتهم، وتوجيه تصرفاتهم وأفعالهم، فهي معيار الخطأ و الصواب في كل ذلك.

وتتميز القيم بكونها:

ربانية المصدر: أي أنها مستمدة من الدين الإسلامي.

فليس ثمة شك في أن الإسلام كدين يحمل معه منذ ظهوره نظاما للقيم خاصا به، فالقرآن الكريم هو كتاب أخلاق قبل كل شيء، هذا فضلا عن كونه محور ما نسميه ب"الموروث الإسلامي الخالص"[1].

---

[1] - وضحة السويدي: تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية بدولة قطر، دار الثقافة، ط1، 1989، ص 27.

[2] -حامد عبد السلام زهران: علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، ط4، 1977، ص 132.

واقعية: فقيم الإسلام ليست قيماً نظرية مثالية، بعيدة عن حياة الناس، ولكنها ثمرة شريعة ربانية نزلت حسب مقتضى الوقائع والأحداث، مستجيبة لمشكلاتهم وقضاياهم، وهي ليست فكرا ينشد المدينة الفاضلة التي لا مجال فيها للكره والشر، بل واقعية في غاياتها وأهدافها.

عالمية: تستمد عالميتها من عالمية الرسالة الإسلامية التي تنبع منها، فقيم العدل والصدق والسخاء...وغيرها ليست قاصرة على المسلمين فحسب وإنما هي مرغوبة لدى سائر الأمم والشعوب {وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلاَّ كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا} [سبأ: 28].

قابلة للتكيف: فالقيم الإسلامية يمكنها التحقق في المجتمع بمختلف الوسائل والطرق، وقابلة للتكيف مع مختلف الأحوال والأزمان دون أن يؤثر ذلك في جوهرها، أو يغير من طبيعتها، فالعدل يتحقق في المجتمع في مختلف مظاهر الحياة العامة، داخل الأسرة وفي المنظمات والمؤسسات والهيئات وغيرها بصور شتى وبوسائل مختلفة.

الاستمرارية: فهي ليست قطعة من الماضي الذي نفتخر به، وإنما هي مستمرة في الواقع المعيش، تضيق وتتسع مساحتها بحسب الجهد المبذول لنشرها والوسائل المستعملة في ذلك.

والذي يمكن أن تستخلص منه الدروس والعبر، هو تجليات هذه القيمة في مختلف المجتمعات وعبر العصور الماضية والأحقاب السالفة؛ لمعرفة كيفية تفاعلها ومدى قدرتها وتأثيرها على صناعة التحولات الكبرى في تاريخ البشرية واستثمارها في التخطيط للمستقبل.

---

(1) -محمد عابد الجابري: العقل الأخلاقي العربي، دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية، دار النشر المغربية، الدار البيضاء، ط2، 2001، ص 535.

3-الوسيلة القناة الحاملة للقيمة:

وهي الأداة التي تؤدى بها الرسالة الإعلامية وهي تتطور مع التقدم التقني والتكنولوجي، والدين لا يعارض ذلك بل يتبناه ويستثمره، وهذه الوسائل تتنوع بحسب مستويات المستقبلين والمادة الإعلامية، والإمكانيات المتاحة[1].

وينبغي في هذا الإطار دمج الوسيلة التقنية في المنظور الثقافي القيمي للمجتمع، أي إدخال الثقافة في التقنية وليس تحويل الثقافة إلى تقنيات، فهذه العملية تعطي حسب قول عزي عبد الرحمن الأولوية الفائقة للتحول الثقافي، وتضمن الإشراف أو التوجيه الثقافي القيمي للتقنية والتكنولوجيا[2].

وبما أن الرسالة سامية المصدر وراقية الصياغة والمضمون كونها مستمدة من الدين أو هي الدين بحد ذاته*، فلابد أن تكون الوسيلة بنفس المستوى من الرقي والجاذبية والجودة حتى تؤدي دورها الفعال في الدعم والتعبئة والتأثير.

4-المتلقي قيمي متفاعل:

إن المتلقي أو المستقبل هو هدف العملية الاتصالية، التي تسعى إما لدعم أو تعديل أو تغيير أفكاره أو اتجاهاته وقناعاته أو سلوكاته، أو دفعه لاعتناق أو تبني قيم أو مفاهيم معينة. وهذا لا يتأتى إلا بمراعاة ميولاته ورغباته، وخصوصيته القيمية والثقافية والاجتماعية والحضارية، والتنويع في أسلوب مخاطبته وإقناعه، فالجمهور المتلقي له حقوق ينبغي أن تصان، وكرامة يجب أن

---

(1) -مثني حارث الضاري وطه أحمد الزيدي: الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، دار النفائس، بغداد، ط1، 2007، ص 30.

(2) - نصير بوعلي: الإعلام والبعد الحضاري، دراسات في الإعلام والقيم، مرجع سابق، ص 59-60.

* إذ أن الملاحظ من خلال البحث أن فقهاء المسلمين لم يفردوا أبوابا خاصة بالقيم، لأن القيم الإسلامية هي الدين ذاته فهي جامعة للعقيدة والشريعة والعبادات والمعاملات والأخلاق.

تحفظ، وخطوط حمراء يحظر على الرسالة الإعلامية تجاوزها، حتى تنال رضاه وتحظى بثقته واهتمامه.

فمن سمات الإعلام الحديث إشراك الجمهور في العملية الاتصالية، والنظر إليه نظرة إيجابية متفاعلة تجعله يساهم في حل مشكلاته ويكون له رأي في مسؤولية اتخاذ القرارات المتعلقة بقضاياه، فهذا لايعني احترامه فحسب وإنما هو من الأساليب الإعلامية الرفيعة، التي يكون لها شأن كبير في الظفر بثقته وولائه.

إن قوة الرسالة الإعلامية تتعلق بمقدار ما تحمل من أطروحات تتوافق مع فكرة الجمهور ومشاعره ووجدانه بحيث يتقبلها ويبني قناعاته، كما يرسم أهدافه على ضوئها، وإذا التزمت المؤسسة الإعلامية بالضوابط الشرعية والمهنية، سيكون ذلك كفيلا لاستمالة المستقبلين واستجابتهم[1].

5-الأثر إيجابي أو سلبي:

يقصد بالأثر في عملية الاتصال حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية، والتي تتفق مع مفهوم الهدف من الاتصال، أو وظيفة الاتصال، وعادة ما يكون هذا الهدف في وعي المرسل أو القائم بالاتصال، ويتوقع تحقيقه من المتلقي[2].

فقد اعتمد المفكر عزي عبد الرحمن في نموذجه على أربعة عناصر لاسويلية (المرسل-الرسالة-المتلقي-الأثر)، والجديد الذي أضافه هو تقسيمه للأثر إلى أثر إيجابي وأثر سلبي، حيث يظهر الأول في حالة ما إذا كانت

---

(1) - مثني حارث الضاري وطه أحمد الزيدي: الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، مرجع سابق، ص 30.

(2) - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط3، 2004، ص33.

المضامين الإعلامية مشبعة بالقيم، ويظهر الثاني إذا كانت المحتويات الإعلامية مجانبة للقيم، حيث يقول: « إن دراسة التأثير لا يتم من منظورنا من دون مرجعية تربط محتويات هذه الوسائل بالقيم.إن التأثير يكون إيجابيا إذا كانت المحتويات وثيقة الصلة بالقيم، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا.وبالمقابل يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير أكثر»[1].

6-النظام الاجتماعي:

الجماعات التي ينتمي إليها المصدر والقيم والمستويات التي تعلمها، وفهمه لمكانه في العالم، ومركزه في طبقته الاجتماعية، كل هذه الأشياء تؤثر على سلوكه الاتصالي، فالأفراد الذين ينتمون إلى مختلف الطبقات الاجتماعية يتصلون بشكل مختلف، والأفراد الذين يأتون من ثقافات مختلفة يتصلون بأشكال مختلفة، فالنظم الاجتماعية والثقافية تحدد-إلى حد ما-أنواع الكلمات التي يستخدمها الناس، وأهدافهم من الاتصال[2].

والقيم في كل ثقافة تشكل ليس فقط منظومة أو منظومات، بل هي أيضا "نظام" بمعنى "ترتيب" أو سلم، ذلك أن القيم في كل ثقافة ليست كلها في مستوى واحد، بل هناك قيم أساسية أو رئيسية تتفرع عنها قيم أخرى أدنى منها مرتبة، وأكثر من ذلك يمكن التمييز في كل ثقافة بين ما ندعوه "القيمة المركزية" التي

---

(1) - عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2003، ص 112.

(2) - جهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، دط، 1978، ص 147.

تنتظم حولها جميع القيم، في عصر من العصور وبين القيم الأخرى المندرجة تحتها[1].

فمما لاشك فيه أن رسالة الإعلام تهدف إلى الإصلاح والتوجيه والبناء بالدرجة الأولى، من أجل ذلك يجب تكييف مضامينه مع هذه الغايات النبيلة، التي تؤدي إلى تمتين أواصر الروابط الاجتماعية وتنمية العوامل المشتركة بين مختلف الأفراد في المجتمع الإنساني.

فالإعلام-كما يبين البروفسور عزي عبد الرحمن-« امتداد للمجتمع بأسره، وهو ماثل في كل عنصر من عناصر النظام الاجتماعي المتكامل» [2].

كما أن القيم في جوهرها من أهم الأسس التي تبنى عليها ثقافة المجتمع، فلا يمكن أن يوجد مجتمع من دون منظومة قيمية اجتماعية توجه سلوك أفراده، وتحقق وحدة الفكر والاتجاه داخل المجتمع، فالقيم باعتبارها عنصر ثقافي بالغ الأهمية تتكون نتيجة التفاعل الاجتماعي، وتتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البنية الثقافية في المجتمع.

7-البعد الحضاري:

يقصد بالبعد الحضاري كل ما يتصل بمنظومة القيم، والمعتقدات، والرؤى التي تشكل نظرة أمة من الأمم أو شعبا من الشعوب للعلاقة بين الإنسان والكون والله، والتي تشكل تقاليد وأعرافا والتي تؤثر على سلوك الإنسان وعلاقته بالآخر.

---

(1) - محمد عابد الجابري: العقل الأخلاقي العربي، دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية، مرجع سابق، ص 22.

(2) - عبد الرحمن عزي: الإعلام الإسلامي، تعثر الرسالة في عصر الوسيلة، حوليات جامعة الجزائر، العدد4، 1989-1990، ص 43.

فمهمة الإعلام تبصير الناس بالتراث العربي الإسلامي وبلغة معاصرة مقنعة، وبتحفيز الأفراد والمجتمعات لتحقيق التقدم والرخاء الاقتصادي، سيما أن معظم أقطار العالم الإسلامي واقعة في مساحة التخلف لذا فإن ترشيد الاستهلاك والاستثمار وبث الوعي الصحي والادخاري، كفيل بأن يهيء البيئة الصحية لنجاح خطط وبرامج التنمية الاجتماعية والاقتصادية [1].

ويمكن القول بأن المتحكم الأساس في حركة الأمم هو دوران السنن الإلهية كونية كانت أو شرعية، كما أن الأمم القائدة تحمل كبر ما تقود به بقية الأمم من قيم ومفاهيم، فعلى حسب هذه القيم وتلكم المفاهيم تقترب البشرية من جادة الطريق وسواء الصراط أو تبتعد، وجدير هنا أن نشير إلى خسران الأمم كلها قيادة المسلمين للعالم، فما قدمت حضارة قط للبشرية مثل ما قدمت حضارة الإسلام من توازن في كل شيء، بين الوحي والعقل، وبين الحقيقة والشريعة، وبين العلم الديني والتجريبي وبين العلم والعمل، وبين الإنسان وموقعه في الكون، وبين الإنسان وأخيه الإنسان[2].

فالرسالة الإعلامية تهدف إلى تحقيق غاية إنسانية صالحة لا أن تكون مجرد لغو لا ينفع ولا يضر[3]، كما أنها لا بد أن تكون نابعة من المنطلقات العقدية والقيمية للأمة، تراعي خصوصيتها الثقافية والحضارية، وتخدم قضاياها وتكرس أهدافها وتعبر عن طموحاتها، وتذود عن مقدساتها.

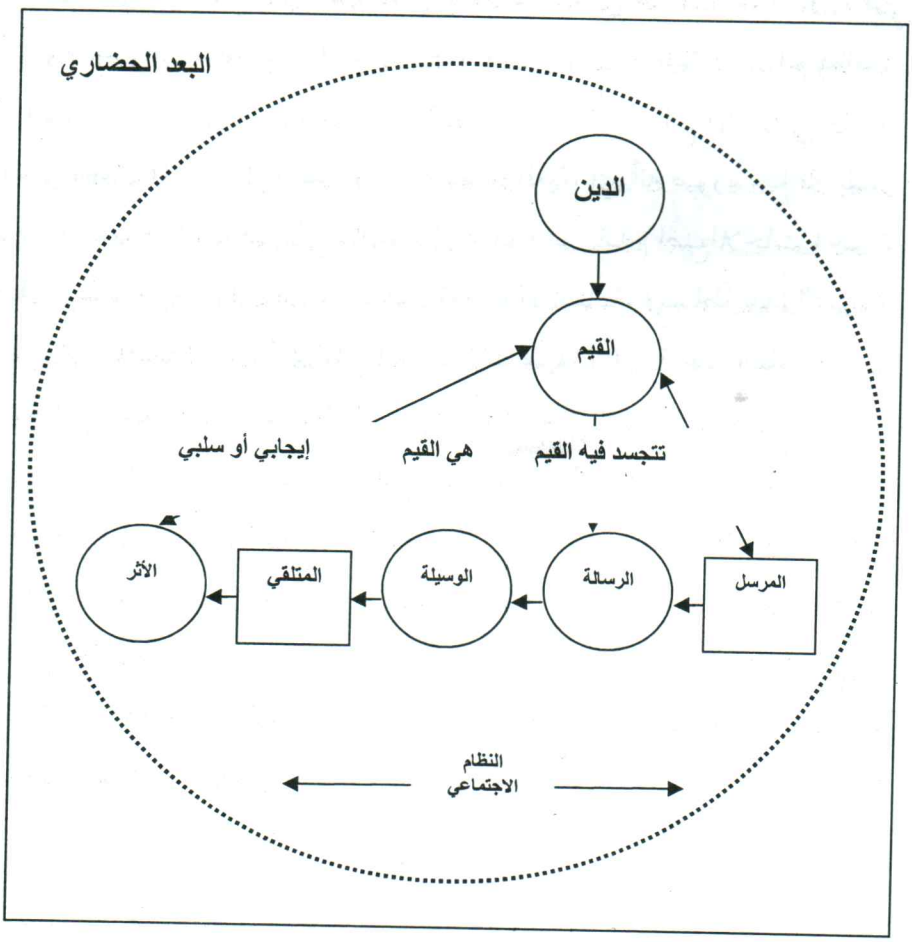
---

[1] - مثني حارث الضاري وطه أحمد الزيدي: الإعلام الإسلامي الواقع والطموح، مرجع سابق، ص 329.

[2] - أحمد محمود الخولي: الغرب والشريعة الإسلامية، التأثير والتأثر، www.islamonline.net

[3] -نصير بوعلي: الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، دار الهدى، الجزائر، ط1، 2005، ص 51.

وبعد هذا التعريف بالعناصر السبعة للعملية الاتصالية، كما حددها البروفسور عزي عبد الرحمن في نموذجه بخصوصيته القيمية المتجسدة في كل عنصر من عناصره، والذي يمكن توضيحه بالمخطط الآتي:



النموذج الاتصالي القيمي للمفكر الإعلامي عزي عبد الرحمن

ويمكن تصنيف نموذج المفكر الإعلامي عبد الرحمن عزي ضمن النماذج البنائية لأنها تظهر الخصائص المميزة لكل مكون من مكونات العملية الاتصالية، التي تتم في إطار نظرية الحتمية القيمية (الرسالة هي القيم، المرسل أداة تتجسد فيها القيم،...).

كما يمكن اعتباره نموذجا وظيفيا بتركيزه على عامل القيم ودوره في التأثير إيجابا أو سلبا كلما ارتبطت أو ابتعدت هذه الأخيرة عن المضامين الإعلامية.

ويقاس نجاح هذا النموذج بمراعاته لجانب الواقعية، أي أنه صورة مطابقة-بقدر الإمكان-لما يحدث في العالم الحقيقي، كما أنه يقدم اصطلاحات مجردة تصف وتشير إلى الخصائص الأساسية للعملية الاتصالية، وبساطة هذا النموذج تكفل له خاصية التركيز أي أنه لا يظهر التفاصيل الثانوية غير الهامة وتبقى البساطة والتركيز مسألة نسبية.