**نظرية دوامة الصمت:** هذه النظرية نشرت في منتصف سنوات السبعينيات على يد عالمة الاجتماع الألمانية "اليزابيت نويل نويمن". وهي من النظريات التي حللت دور وسائل الإتصال في التأثير على الرأي العام على المدى الطويل وخاصة الحملات السياسية والانتخابية.

الإدعاء المركزي لهذه النظرية: **أن وسائل الإعلام الجماهيرية قادرة ليس فقط على صياغة الواقع وإنما على خلق واقع جديد.**

**فرضيات النظرية:**

* يشعر الجمهور بالقلق إزاء حاله الوحدة الفكرية، ويطمحون دائما للحصول على دعم لأفكارهم. يميل الجمهور/ الأشخاص لعدم التعبير عن آرائهم في بيئة معاديه لهم فكريا.
* هناك ميل لدى الجمهور لملائمة آرائهم الشخصية بحسب المقبول والمتفق عليه في بيئتهم ومجتمعهم. يقوم الناس بملائمة آرائهم الشخصية بحسب المقبول والمتفق عليه في المجتمع.
* وسائل الإعلام الجماهيرية هي مصدر أساسي للحصول على معلومات عن "المناخ العام " , يتعلم الجمهور من هذه الوسائل ما هي الأفكار المقبولة وما هي الأفكار الشاذة والغير مقبولة في الموضوع الذي تم عليه الإجماع في الآراء.
* الأشخاص ذوي الآراء الغير مقبولة والشاذة عن الإجماع القومي يقومون باختيار واحده من الإمكانيات التالية:

1. ملائمة أرائهم لآراء الأغلبية.
2. يمتنعون عن التعبير عن آرائهم المناقضة لآراء الأغلبية : هذا ينبع من الخوف / القلق بالانتماء لمجموعه الأقلية , والرغبة بالانتماء للأغلبية .

\* نظريه دوامة الصمت مبنية من مرحلتين:

1) في المرحلة الأولى تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية بإعادة صياغة واقع يستند عليه إجماع كاذب وهمي.

2) في المرحلة الثانية الواقع الوهمي يحقق نفسه ويتحول إلى واقع حقيقي.

هذا التغيير يحصل لأن الكثيرين يتركون رأيهم ويتبعون الإجماع الوهمي.

**الانتقادات التي تعرضت لها هذه النظرية:**

1. قلة صدقها امبريقيا.
2. التشكيك في صحة افتراضي اتساق وتكرار المضامين الاتصالية والاعلامية للوسائل وفي حساسية هذه الأخيرة بمعزل عن المؤثرات الأخرى، وفي كونها تعبّر دائما عن رأي الأغلبية الحقيقية لأنها تعكس رأي الأغلبية المزيفة التي تروج لها.