

دور الإعلام في تشكيل الرأي العام

عبد الله بوجلال

أستاذ محاضر بمعهد علوم الإعلام والاتصال

يعتمد المجتمع المعاصر في مسيرته وفي تأديته لوظائفه السياسية والاجتماعية والثقافية على الاتصال الجماهيري وعلى عمليات انتقال وتداول المعلومات والأفكار، ولهذا أصبحت عمليات تنظيم المعلومات ومناهج الاعلام وما ينشأ عنها من دعاية وحرب نفسية و اعلامية وثقافية في ظروف العالم المعاصر، قضية سياسية واجتماعية وعلمية بالغة الخطورة لا تؤثر فقط في صياغة وجهات نظر الناس وأرائهم واتجاهاتهم، وفي العلاقة بين الطبقات والقوى الاجتماعية؛ ولكنها تؤثر أيضا في العلاقات بين الدول ذات الأنظمة السياسية والاجتماعية المختلفة وذات مستويات التقدم الحضاري والعلمي والتقني والاعلامي المختلفة.

وقد تزايد الاهتمام بوسائل الاعلام ومصونها وبأسلوب تنظيم عمليات الاعلام والتحكم فيها. وأصبحت هذه الأمور سائدة في جميع دول العالم تقريبا، غير أن الخلاف يمكن في ثلاث مسائل أساسية هي: المنهج والمضمون والهدف. فيمكن أن تكون وسائل الاتصال الجماهيري أدوات وأجهزة لتثقيف الجماهير وتوعيتها بحقائق العصر الذي تعيش فيه وحقائق المجتمع الذي يرتبط مصيرها به ولتعليمها شتى أنواع المعرفة وتزويدها بأنواع من الغذاء الوجداني والنفسي من خلال نشر الإنتاج الأدبي والفني الذي يبعث على الأمل ويكون حافزاً للإنتاج والحركة كذلك يمكن أن تكون وسائل الاتصال سبيلا لنشر الثقافة المدمرة القائمة على الاثارة وتمجيد العنف والردالة واشاعة مناخ احباطي هدام، استنادا الى نظريات تهدف الى محاصرة الجماهير في متاهات الجنس والعنف والغرائز البدائية، وتجريدها تماما من مقدرة اللجوء الى العقل والمنطق مما يسير قيادتها والتحكم في مصيرها⁽¹⁾.

ولكي يقوم الاعلام بتشكيل الرأي العام الواعي عليه أن يقوم بتزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي الى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والاحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الاعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة⁽²⁾ ومعنى هذا أن الغاية الأساسية من الاعلام ينبغي أن تكون هي الاقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والاحصائيات ، ونحو ذلك⁽³⁾ والاعلام الذي لا يستند على هذه الأسس لا يقوم على دعائم سليمة ، اذ لابد أن يرتكز العمل الاعلامي على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير بهدف الارتقاء بمستوى الرأي العام وتنويره وتثقيفه لاخداعه وتخديره .

وتؤكد الدراسات العلمية والحقائق العملية وجود علاقة ايجابية بين مدى تصديق رجل الاعلام ومدى زيادة فرص التعميم أو التغيير في اتجاهات الرأي العام ، حيث أن درجة الثقة في رجل الاعلام يترتب عليها - ضمن مجموعة من العوامل الأخرى - مدى نجاحه في التأثير على الرأي العام .

ولتكوين الرأي العام المستنير نتيجة للاعلام الصادق فانه لابد من دراسة الجماهير دراسة علمية وافية ودقيقة واعداد المواد الاعلامية المناسبة لها في الزمان والمكان والظروف التي تناسب هذه الجماهير أما الرأي العام المصطنع فانه لا يقوم على أساس من دراسة الرأي العام ، ولكنه يقوم على الدعاية الجوفاء التي تستند على الأكاذيب بهدف تخذير الجماهير وشل قوة التفكير فيهم وايقاظ غرائزهم والعبث بها عن طريق القصص الخرافية والأكاذيب والخداع⁽⁴⁾ .

ولكن الحقيقة التي تقول أن معظم معلوماتنا نحصل عليها عن طريق وسائل الاعلام لا تعني أن هذه الوسائل مسؤولة ومسؤولية كاملة عن تشكيل آرائنا نظرا لأن هناك عوامل وسيطة تتدخل في تشكيل هذه الآراء وفي تعديلها أو تدعيمها وهذه العوامل الوسيطة هي :

- 1 - الاستعدادات الثقافية والسياسية والنفسية السابقة للفرد والعمليات الانتقائية المتصلة بالفرد ، مثل : انتقاء التعرض وانتقاء الادراك وانتقاء التذکر .
- 2 - الجماعة وتقاليدها التي ينتمي إليها أعضاء الجمهور .
- 3 - نقل مضمون وسائل الاعلام عن طريق الاتصال الشخصي المباشر .
- 4 - ممارسة قيادة الرأي .
- 5 - طبيعة وسائل الاعلام في المجتمع القائم على التنافس الحر ، أو الظروف الاجتماعية والسياسية التي تعمل في اطارها وسائل الاعلام⁽⁵⁾ .

وفي هذا الصدد يقول وليم ريقرز «أن الانسان يكيف تفكيره بما يمكنه من أن يرفض

المعلومات التي لا تتفق مع نظرتة للحياة» ولقد ثبت في كثير من الأحيان أنه من المحتمل ألا يعرض الإنسان تفكيره الا للمعلومات التي تدعم آراءه ولا تتعارض معها . وتسمى هذه العملية «بالتعرض الانتقائي» وثبت أن المرء يميل الى ادراك ما يود ادراكه فعلا مما يعرض عليه من مواد اعلامية وتسمى هذه العملية «بالادراك الانتقائي» ويقول ويفرز «وفي النهاية فان معظم الناس يتذكرون المواد الاعلامية التي تدعم وجهات نظرهم ولكنهم يحاولون نسيان المعلومات التي تتعارض مع آرائهم وتسمى هذه العملية «التذكير الانتقائي» وهذه العملية تحدث دائما على نطاق واسع⁽⁶⁾ .

ولا تنطبق هذه العمليات الانتقائية ، بنفس الدرجة في المجتمعات الانتقالية - النامية - ذلك أن الأفراد في المجتمعات المتقدمة يجدون أنفسهم في ظروف مشبعة بوسائل الاعلام الجماهيرية مما يجعلهم يحاولون تجنب الضغوط الضخمة التي تفرضها تلك الوسائل المتنافسة لكي تلفت الأنظار الى مضمونها ، فمن غير الممكن على الفرد في تلك المجتمعات أن يعرض نفسه على كل الوسائل المتاحة ، ولهذا يحاول الأفراد في هذه المجتمعات تجاهل الكثير من الرسائل الاعلامية كوسيلة من وسائل الدفاع عن النفس ، وبهذا يصبحون انتقائيين في تعرضهم للمواد الاعلامية .

أما في معظم الدول الجديدة فالجو ليس مشبعا بالوسائل الاعلامية ووسائل الاعلام حديثة وما زالت تثير حب الاستطلاع فتستخدم وسائل الاعلام بها كأداة لنشر التغيير وليس التأييد أو تقوية الأنماط السائدة لأنها تساعد من ناحية على احداث تغييرات سياسية ، علاوة على أنها تزيد من ثورة التطلعات أو الآمال التي تعمل على تغيير المجتمع بسرعة⁽⁷⁾ .

وإذا كانت وسائل الاعلام الجماهيري تسهم في تشكيل اتجاهات الرأي العام الى حد كبير ، فليس معنى ذلك أن هذه الوسائل تعكس الرأي العام بصورة آلية ، لكنه من العسير أن يتكون رأي عام في مجتمع معين دون وجود وسائل نقل الأفكار والمعلومات في هذا المجتمع على نطاق واسع وإذا كان مجتمع ما قبل محو الأمية ، يمكن أن يوجد به شكل من أشكال الرأي العام ، بالرغم من عدم توافر وسائل الاتصال الملائمة . فان هذا الشكل من «الرأي» لا يمكن تمييزه عن المعايير الاجتماعية .

وعلى النقيض من ذلك فقد غيرت الاذاعة المرئية والمسموعة في عصرنا الحاضر من متطلبات رأي عام يعتمد على معرفة جماهيره بالقراءة والكتابة ، وقدمت الاذاعة للناس الأشخاص والأحداث والقضايا وجعلتهم أكثر دراية بها من الزاوية الوطنية أو حسب تفسير السلطة لهذه الأشياء ، وأصبحت السنما منذ السنوات الأولى لهذا القرن من القوة المهمة التي تعمل على خلق الرموز العالمية والاسهام في خبرات انسانية مشتركة ، وذلك لأن الأفعال ترى في الظلام وتحت ظروف تثير أقصى حالات التعاطف والتقمص لدى الجماهير ، التي تعيش كل منها في ثقافة مختلفة وتتحدث بلغة غريبة في وسط جغرافي مختلف عن الآخرين كما أن الاذاعة التلفزيونية

الفورية للأحداث التي تجري في أي مكان بالعالم قد حولت ما كان يعتبر منذ جيل أو جيلين ، حدثا محليا الى قضية لها انعكاساتها على نطاق عالمي⁽⁸⁾ .

وما يمكن قوله هو أن الفرد لا تكون له آراء عن الأحداث والقضايا التي لم تصل أنبائها الى علمه ، وعلى ذلك فان وسائل الاعلام الجماهيري وأولئك الذين يتحكمون فيها هم «صناع الآراء» لأنهم يعرضون على الجمهور مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية التي يكون الناس آراءهم عنها ، كما يقوم القارئون على وسائل الاعلام بتفسير تلك القضايا والأحداث وما يرونه من سياسات وحلول وبدائل تبعا للقيم والمصالح الوطنية⁽⁹⁾ .

ولكن وسائل الاعلام في قيامها بتشكيل الرأي العام والتأثير فيه تختلف حسب أنظمة الحكم المختلفة نظرا لطبيعة الظروف التي تحكم عمل هذه الوسائل في كل نظام ، ونظرة الدولة الى هذه الوسائل ومدى ما تتمتع به من حرية في تأدية وظيفتها .

ويعتبر كثير من المسؤولين الحكوميين - خصوصا في الدول النامية - أن مصطلح «حرية الصحافة والاعلام» يعني أن تمارس وسائل الاعلام ما تشاء من سياسات دون أي ضوابط ودون اعتبار للمصالح الوطني على وجه الخصوص ويساوي هؤلاء المسؤولين بين «الصحافة الحرة والصحافة المعادية» لأن الصحافة قد استطاعت أن تسقط أحزابا سياسية وحكومات عديدة . وأبعدتها عن السلطة ، في بعض الدول المتقدمة ، ومن هنا يتكون شعور متبادل من عدم الثقة بين الحكومة ووسائل الاعلام⁽¹⁰⁾ واذا كانت بعض الحكومات تنظر بارتياح الى «الصحافة الحرة» فان رجال الاعلام لهم تحفظات أيضا على مصطلح «الصحافة - المسؤولية - لأنهم يرون أن هذا الالتزام معناه أن يكونوا دائما على اتفاق مع السلطة وأن يؤيدوا كل حكومة . أي أن كل جانب يركز على مصطلح واحد ، ويتجنب المصطلح الآخر ، الصحفيون يؤكدون على الحرية ، والسياسيون والحكومات يركزون على المسؤولية⁽¹¹⁾ .

وتبرز طبيعة العلاقة بين الحكومات ووسائل الاعلام في النشاطات الحكومية الأربعة التالية والتي تتداخل مع بعضها البعض⁽¹²⁾ .

- 1 - الحكومة كأداة رقابة على الاعلام .
- 2 - الحكومة كأداة منظمة لوسائل الاعلام .
- 3 - الحكومة كأداة مسيرة للنشاط الاعلامي .
- 4 - الحكومة كأداة مشاركة في العمل الاعلامي .

هذا ويرى بعض الباحثين أن الصحافة ووسائل الاعلام تستطيع أن تنمو كوسائل اعلام صادقة بدلا من أن تكون مجرد أداة دعائية اذا توفرت لها الشروط التالية⁽¹³⁾ .

أ - الاستقرار المالي ، فالصحف التي يتم صدورها عن طريق الاعانات المدفوعة من الحكومة أو الأحزاب السياسية لا تستطيع الوصول الى درجة مناسبة من الحرية والاستقلال في عرضها

للأبناء ذلك أن الصحف ينبغي أن تكون قادرة على تمويل نفسها بنفسها ، دون أن تضطر عن طريق التدخل الاقتصادي الى الالتزام بمن يدفعون لها فواتير وجودها.

ب - الاستقرار السياسي وسماحة الحكومة ومقدرتها على تقبل ومواجهة النقد .

ج- درجة الأمن الممنوحة للمواطن الفرد ، ورغبته في الحصول على المعلومات الصادقة أي وجود رأي عام ناضج .

د - مستوى التعليم وقلة نسبة الأمية بين أفراد الشعب ذلك لأنه كلما ارتفعت نسبة التحصيل الفكري كلما اتسعت اهتمامات الناس وكلما كانت حاجتهم للمعلومات كبيرة .

واضافة الى هذا فان نجاح وسائل الاعلام في تشكيل الرأي العام يتم بفضل توافر ومراعاة عدد من الشروط والعوامل السياسية والاجتماعية والثقافية ومن بينها :

أ - اتاحة المناقشات الحرة للقضايا التي تهم الجماهير ، واتاحة الفرص المتكافئة لعرض وجهات النظر المختلفة ازاءها وعدم مراقبة أو منع تدفق المعلومات وانتشارها عن طريق وسائل الاعلام⁽¹⁴⁾ .

ب - تقديم مواد اعلامية وثقافية تتناول انشغالات الجمهور والرأي العام وتلبي احتياجاتها الثقافية والاعلامية والمعرفية والترفيهية .

ج - مراعاة الظروف الاجتماعية والأوضاع الثقافية للأفراد الذين تتوجه اليهم الوسائل الاعلامية عند تقديم الرسائل الاعلامية ، وبدون ذلك فلا يكتب للاتصال الجماهيري النجاح مالم يكن انعكاسا صادقا لثقافة الأمة ولحضارتها⁽¹⁵⁾ .

وقد أوضحت نتائج دراسة أجريت في نيجيريا باشراف الاستاذ ألفرد أويوبور ، أن مسألة الوصول الى المادة الاعلامية لا يرتبط بمدى التوزيع أو الارسال أو عدد أجهزة الراديو والتلفزيون أو عدد النسخ المطبوعة والكتب والجرائد فحسب ، وإنما يرتبط أيضا بالأنواع المختلفة من الأنماط اللغوية والثقافية لدى الجمهور الذي يتلقى هذه المعلومات وبالتالي فلا جدوى من نشر المعلومات واذاعتها بصورة لا يمكن للناس استيعابها⁽¹⁶⁾ فالتأثير الحقيقي للاعلام لا يتوقف اذن على كمية الجهاز الآلي أو على تعدد الرسالة الاعلامية ، ولا يؤثر الاعلام ولا رسائله الا اذا تحركا الى صميم نظام الاتصال السائد محليا وعملا بين العناصر الاجتماعية المترابط بعضها مع البعض أو التي يعتمد بعضها على البعض⁽¹⁷⁾ .

وتتوقف أهمية الدور الذي يقوم به الاعلام على طبيعة العلاقة بينه وبين النظامين السياسي والاجتماعي السائدين في أي بلد ، فلا توجد العملية الاعلامية أيا كان مستواها التكنيكي أو وجهتها السياسية ، في فراغ اجتماعي ، لأنها نتاج لبناء اجتماعي اقتصادي في مرحلة من مراحل تطور المجتمع الانساني فحيث الانتاج السلعي المهادف الى الربح في ظل علاقات انتاجية تقوم على الملكية الفردية ، تكون العملية الاعلامية منتجا شبيها وصناعة تحكمها نفس العلاقات ، ومسعاها

الربح ، سواء كان ذلك بطريق مباشر من خلال تحول العملية الاعلامية الى حلبة صراع بين صنوف الانتاج ، الاعلانات مثلا ، أو كان بطريق غير مباشر كأن تسعى الى قيم وأفكار أو أنماط ثقافية تثبت أوضاعا بعينها⁽¹⁸⁾ .

وبوصف السياسة في كل مجتمع انساني تجسيد لبنائه الاقتصادي ، يأتي الاعلام تعبيرا واضحا عن الاقتصاد والسياسة بوصفها وجهتي عملة واحدة⁽¹⁹⁾ .

ويتم الاعلام بواسطة مؤسسة اجتماعية تستجيب الى البيئة التي تعمل فيها ، لذلك هناك تفاعل بين وسائل الاعلام والمجتمع حيث لا تؤثر وسائل الاعلام في النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي تعمل فيه فحسب ، وانما تتأثر هي أيضا بذلك النظام ومن ثم فعلينا أن نفهم المجتمع لكي نفهم وسائل الاعلام الذي تعمل فيه فهنا صحيحا ، ولكي نفهم المجتمع ، ينبغي أن ندرس تركيبته وأفكاره الكبرى ومعتقداته الرئيسية ، وكل ذلك معناه أن معرفة التاريخ والاجتماع والاقتصاد والفلسفة ضرورية لكي نفهم وسائل الاعلام فهنا حقيقيا⁽²⁰⁾ .

وبما أن الاعلام يعكس الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي والايديولوجي السائد في اي بلد من البلدان ، فمن البديهي وجود «أيديولوجية واحدة تحدد الخط السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة كما تحدد موقف الدولة من الاعلام ودوره ووظائفه التي تتكامل مع سائر مؤسسات الدولة بهدف تحقيق وحماية مصالح وقيم وأهداف الطبقة التي تحكم والتي تسيطر بالتالي على وسائل التعبير الاعلامي⁽²¹⁾ .

ولاستكشاف الأدوار المختلفة التي يقوم بها الاعلام والتي يسعى من خلالها الى تشكيل وصياغة الرأي العام ، يستلزم تحديد بعض المؤشرات التي تعد بمثابة دلالات استطلاعية للدراسة ، وأهم هذه المؤشرات :

أولا : تحديد الخط العام للدولة في المجال الاعلامي ، أي النظرية الاعلامية التي تحكم المجتمع . ويتطلب ذلك تحقيق أمرين : مراجعة الوثائق الرسمية للدولة التي تحدد الخط الفكري والسياسي للدولة ولوسائل الاعلام معا ، واستعراض العلاقة بين الاعلام والسلطة السياسية ، أي تحديد ملكية وسائل الاعلام ودور السلطة السياسية في التأثير على مضمون الكتابات الصحفية والبرامج الاذاعية والتلفزيونية من خلال قوانين المطبوعات والقرارات المنظمة للمؤسسات الاعلامية .

ثانيا : تحديد العلاقة بين الاعلام والبناء الاجتماعي أي تحديد الجمهور الذي تتوجه اليه الصحف وبرامج الاذاعة والتلفزيون في المدن والريف .

ثالثا : تحديد نوعية القضايا والمشكلات والمهموم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تشغل الجماهير في المدن والريف⁽²²⁾ .

وفما يتعلق بتحديد النظرية الاعلامية التي تحكم المجتمع تبرز أمامنا مقولة ويلبور شرام عالم الاعلام الأمريكي الشهير⁽²³⁾ الذي يرى «أنه ليس هناك نظرية للدولة وأخرى لوسائل الاعلام بل

هناك أيديولوجية واحدة تحدد الخط العام للدولة ولوسائل الاعلام» فاذا كان النظام السياسي يعكس حكم الطبقة التي تملك وسائل الانتاج الأساسية في المجتمع وتسيطر بالتالي على وسائل التعبير السياسي والنظام التعليمي والثقافي ، فان الاعلام يأتي كتجسيد واضح لهذا البناء الاقتصادي والسياسي .

وبما أن هذا البناء الاقتصادي والسياسي ليس دائما لصالح الجماهير الشعبية المشكلة للفئات العريضة للرأي العام الوطني ، حيث تتركز القيادة السياسية والسيطرة الاقتصادية والثقافية والايديولوجية في المجتمعات الطبقيية في أيدي أقلية من أفراد المجتمع ، بينما الأغلبية مبعدة سياسيا ومستغلة اقتصاديا ومهمشة اعلاميا وثقافيا ومشوشة أيديولوجيا وفكريا . وهذه القلة المسطرة في هذه المجتمعات هي التي تملك وسائل الاعلام وتوجهها الوجهة التي تحفظ لها مصالحها وتنشر ثقافتها وتعمق أيديولوجيتها السياسية ، وتعمل على اقناع الجماهير الواسعة بسياستها الاقتصادية والاجتماعية وبأهليتها في القيادة وبأحقيتها في السيطرة والنفوذ .

ويعني هذا أن الأخبار والمعلومات التي تنقلها وسائل الاعلام ليست انعكاسا صادقا للواقع الاجتماعي والسياسي والاقتصادي الذي تدور فيه الأحداث بل هي نقل للمعلومات عن ذلك الواقع من الزاوية التي تخدم مصلحة مالكي ومسيري الوسائل الاعلامية ومن الزاوية التي تخدم سياسة الدولة والنظام الحاكم فيها ولا تتعارض مع قيم ومعتقدات واتجاهات الطبقة الحاكمة فوسائل الاعلام ليست محايدة في عملية الصراع السياسي والاجتماعي والأيدولوجي بين الدول والجماعات والطبقات الاجتماعية المتناقضة المصالح ، بل هي أداة رئيسية في ذلك الصراع وكل طرف في الصراع يستخدمها كسلاح لابرار وجهة نظره وترسيخ معتقده ونشر أفكاره وأيدولوجيته ، ويستخدمها كسلاح أيديولوجي ودعائي لمواجهة الخصوم السياسيين والطبقيين ودحض أفكارهم ، وأطروحاتهم السياسية والنظرية والعقائدية ويستخدمها في التأثير على الرأي العام وتوجيهه بما يخدم سياسته ومصالحه .

هوامش

- (1) السيد عليوة ، استراتيجية الاعلام العربي (القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1978) ، ص ، 39 ، 40 .
- (2) سمير محمد حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام (الطبعة الأولى ، القاهرة : عالم الكتب ، 1984) ، ص 22 .
- (3) أحمد بدر ، الرأي العام : طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة (القاهرة : مكتبة غريب 1977) ، ص ، 17 .
- (4) محي الدين عبد الحلیم ، الاعلام الإسلامي وتطبيقاته العلمية (الطبعة الثانية القاهرة - الرياض : مكتبة الخانجي بالقاهرة - دار الرفاعي بالرياض 1984) ، ص ، 124 .
- (5) جهان أحمد رشتي ، الاعلام ونظرياته في العصر الحديث (الطبعة الأولى ، القاهرة : (دار الفكر العربي ، 1971) ص 217 ، 218 .
- (6) محي الدين عبد الحلیم ، مرجع سابق ، ص ، 124 ، 125 .
- (7) جهان أحمد رشتي نظام الاتصال (القاهرة : دار الفكر العربي ، 1972) ، ص ، 173 ، 174 .
- (8) أحمد بدر ، الاعلام الدولي (القاهرة : مكتبة غريب ، 1977) ، ص ، 288 ، 289 .
- (9) المرجع السابق ، ص ، 390 .
- (10) المرجع السابق ، ص 121 .
- (11) المرجع السابق ، ص 121 .

- (12) أحمد بدر ، الرأي العام ، مرجع سابق ، ص 187 - 194 .
- (13) أحمد بدر ، الاعلام الدولي ، مرجع سابق ، ص 122 .
- (14) ناهد صالح «امكانية قياس الرأي العام في الدول النامية» بحث قدم في ندوة قياس الرأي العام في مصر (12/10/1981) المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية القاهرة ، ص 113 .
- (15) ابراهيم امام ، الاعلام والاتصال بالجمهير (القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية 1975) ص 158
- (16) شون ماكبرايد وآخرون أصوات متعددة وعالم واحد (الجزائر : الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، 1981) ، ص 269 .
- (17) الاعلام الجماهيري والثقافة مجلة الثقافات (العدد الأول ، 1974) ، ص ، 112 .
- (18) د . عبد الباسط عبد المعطي ، الاعلام وتزييف الوعي (القاهرة : دار الثقافة الجديدة ، 1979) ، ص 9
- (19) المرجع السابق ، ص 11 .
- (20) وليام ل . ريفرز وآخرون ، وسائل الاعلام والمجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام (القاهرة : دار المعرفة 1975) ، ص 39 .
- (21) د . عواطف عبد الرحمن « دور الاعلام المصري في صياغة الرأي العام» ، مجلة قضايا عربية (السنة السابعة ، العدد الثاني عشر ، ديسمبر ، 1980) ، ص 208 .
- (22) المرجع السابق ، ص 208 .
- (23) حسن الحسن الاعلام والدولة (بيروت ، 1965) ، ص ، 58 ، 62 .