

وسائل الإعلام واستراتيجيات الإقناع والهيمنة الثقافية

د. سعاد عبيدي، جامعة الجزائر 2 - "أبو القاسم سعد الله"

يتأكد يوما بعد يوم، أن النظام العالمي الجديد يقوم على ومن خلال العولمة الثقافية وذلك باستخدام أدوات ووسائل سياسية واقتصادية، أبرزها وأشدّها تأثيرا وسائل الاتصال الحديثة. فالثقافة بوصفها تعبيرا عن الهوية المستقلة للمجتمع وانطلاقا من أن العولمة تقتضي ذوبان وتلاشي الهويات المستقلة ليصبح العالم واحدا، تسعى هذه العولمة الزاحفة إلى تدويب الخصوصيات الثقافية المحلية بما تحمله من قيم اجتماعية ودينية وأخلاقية وإدخالها في فلك الثقافة العالمية عبر ذراعها الأقوى، وسائل الاتصال، في إطار التثاقف الذي يمس كل مستويات الواقع الاجتماعي والثقافي.

الثقافة بين "المثاقفة" و"الثقافة"

يعرّف المفكر المرحوم محمد عابد الجابري الثقافة بأنها "ذلك المركب المتجانس من الذكريات والتصورات والقيم والرموز والتعبيرات والإبداعات والتطلعات التي تحتفظ لجماعة بشرية، تشكل أمة أو ما في معناها، بهويتها الحضارية، في إطار ما تعرفه من تطورات بفعل ديناميتها الداخلية وقابليتها للتواصل والأخذ والعطاء. إن الثقافة بعبارة أخرى، هي "المعبر الأصيل عن الخصوصية التاريخية لأمة من الأمم، عن نظرة هذه الأمة إلى الكون والحياة والموت والإنسان ومهامه وقدراته وحدوده وما ينبغي أن يعمل وما لا ينبغي أن يأمل"(1).

ويذهب المفكر الجزائري مالك بن نبي في نفس الاتجاه حين يعطي للثقافة مفهوما يتسم بالعمق، يرتقي لأن يكون نظرية للتغيير والتنمية، فهي حسب "العلاقة المتبادلة التي تحدد السلوك الاجتماعي لدى الفرد بأسلوب الحياة في المجتمع، كما تحدد أسلوب الحياة بسلوك الفرد"(2) ، فالثقافة من هذا المنطلق، محيط يتلقى الأفراد في إطاره هوياتهم وطريقة تفكيرهم ونمط معيشتهم، بالارتباط مع نسق القيم الاجتماعي وبذلك يترابط وعي الناس إزاء الحياة وإن تفاوت مستواهم الحياتي ودرجاتهم العلمية.

تشمل الثقافة في هذا المنظور، بعدد أساسين يكونان الحياة، هما محيط يؤثر في الفرد وفي تكوين عوالمه المعرفية والروحية والسلوكية والإنجازية والخبرائية، من ناحية، ومن ناحية ثانية، هي الصلة التي تتبع من الفرد تجاه مجتمعه وتجاه الكون والحياة والتاريخ، بصفة أشمل وأعمق.

من الشائع أيضا أن تنتشر ثقافة مجتمع محدد بين أفراد مجتمع آخر، قد تكون لها سمات المجتمعين معا وقد تكون مختلفة تماما عن هذا المجتمع، وهي الظاهرة التي اصطلح عليها مختلف الدارسين وبالخصوص الأنتروبولوجيين بالمثاقفة والثقافة.

تعرف المتناقفة على أنها تأثر الثقافات بعضها ببعض، نتيجة الاتصال بين الشعوب والمجتمعات مهما كانت طبيعة هذا الاتصال وأهدافه (3) ويفترض ألا احتكاكا مطولا بين ثقافتين مختلفتين ثم تأثير إحدى الثقافتين في الأخرى، أو التأثير الثقافي المتبادل فيما بينهما، بحيث تتعدل المسالك الثقافية والنماذج الثقافية والاجتماعية عند أحد الطرفين أو عند الاثنتين (4) ، لتدل على الأوليات المعقدة للاحتكاك الثقافي التي تتعرض نتيجة لها مجتمعات أو مجموعات اجتماعية إلى أن تتمثل أو أن يفترض عليها تمثل بعض أو كمية من الملامح القادمة من مجتمعات أخرى.

فالمناقفة إذن، هي الاحتكاك والتفاعل المتبادل بين ثقافتين أو أكثر والذي يؤدي إلى التأثير والتأثير في سمات الثقافات المتماسة لفرز ثقافة جديدة تحمل خصائص مشتركة من الثقافات المتناقفة.

وهكذا، فغالبا ما ينأسس مفهوم المتناقفة من خلال الاحتكاك بين مجموعتين اجتماعيتين أو أكثر وهو مفهوم يبني على التسامح وقبول الآخر واختلافه من خلال عمليات التبادل الفكري الثقافي بين الثقافات.

أمّا التناقف فقد استعمل في أدبيات الأنثروبولوجيين للدلالة على التداخل الحاصل بين مختلف الحضارات على مستوى التأثير والتأثر والاستيعاب والتحليل والتبادل الفكري بين الثقافات، بالتناقف إلى "المتناقفة القسرية". فهو يحمل شحنة سلبية من الناحية المعيارية، إذ ينأسس على شرط المركزية الثقافية لقطب معين و هي التفاعل الثقافي المبني على النزعة الإمبريالية الراغبة في محو الآخر وفرض الهيمنة عليه.

بصفة عامة يمكن تحديد مفهوم "المتناقفة" في علاقة أفقية متساوية لا قسر فيها، في حين يتحدد مفهوم "التناقف" في علاقة عمودية تتبني على ثنائية المٌستعمِر والمُستعمَر، يتشكل فيها القهر و الاستلاب.

يجدر التنويه إلى أن سيرورة ظاهرة المثاقفة ليست عملية بسيطة سطحية أفقية، وإنما هي تراكب متدامج، تتدخل في التهيئة لها وتفعيلها والاستفادة منها قوى ضخمة، تبدأ من الحضارات وتنتهي إلى الفرد ذاته، وتعتمد على تراكمات نفسية ومعرفية وسياسية واجتماعية متنوعة، مما يجعل السهولة في التعاطي معها تسطيح للعلاقات، واستسهال للعملية التواصلية بين الثقافات والحضارات. فنحن أمام ظاهرة، بدأت تأخذ أشكالاً أكثر تعقيداً من الماضي وتتحول إلى رهان أساسي للدول التي تسعى إلى الهيمنة الثقافية والسياسية والاقتصادية، من خلال تطوير أدوات التحكم في آليات التغير الثقافي ومآلات التثاقف، مستعملة في ذلك أدوات حديثة، من أهمها وسائل الإعلام والاتصال التي حوّلت العالم إلى قرية صغيرة.

المركزية الغربية ومفهوم الاستلاب:

يعد مفهوم الاستلاب من المفاهيم الأكثر استعمالاً وتداولاً في خطابنا العربي المعاصر لتوصيف علاقة المثاقفة بيننا وبين الغرب وللدلالة على حالة التبعية الثقافية ونقدها.

ولفظ الاستلاب هو من حيث الأصل مقابل ترجمي للفظ الأجنبي (aliénation) الذي يرجع إلى اللفظ اللاتيني (alienatio).

من الأهمية بمكان الإشارة إلى أن مفهوم الاستلاب يستعمل في المجال الثقافي العربي والإسلامي بدلالات مختلفة تماماً عما هو مستعمل في سياق النظرية الماركسية أوفي مدلوله السياسي كمرتكز نظري لتفسير العقد الاجتماعي، وإنما استعمل للدلالة على علاقة أعم هي طبيعة علاقة المثاقفة بين مجتمعين أو ثقافتين أو حضارتين، فهو يدل على انسلاخ من الذاتية الثقافية وخضوع للتبعية لآخر حضارة أو ثقافة.

فالاستلاب من المفاهيم الملازمة للصلات الثقافية أو الثقافات، بمعنى أن الكيانات المختلفة قد يعمل بعضها على طمس الآخر ومحوه، بقصد الامتداد فيه وتحويله إلى عنصر ضمن سياق النوع الخاص وتذويبه في بوتقة الهوية الكلية المزعومة أو تدجينه، دون التفات إلى أهمية التنوع الحضاري وتعدد الثقافات الذي يعتبر إحدى أبرز سمات التاريخ الإنساني.

فالمجتمعات الغالبة، تعتمد إلى استقطاب المجتمعات الأضعف وإدخالها في دوامة الابتلاع لخصوصيات الآخرين، فينتهي بها الوضع إلى الذهول عن الذات والاستحالة إلى الآخر وإين شكلياً، لكن بغير رجعة أو عودة .

يشير العلامة الكبير ابن خلدون إلى هذا المعنى حين قرر في المقدمة أن المغلوب مولع أبداً بالافتداء بالغالب، في شعاره وزيه ونحلته وسائر أحواله وعوائده، والسبب في ذلك أن النفس أبداً تعتقد الكمال فيمن غلبها وانقادت إليه، إما لنظره بالكمال بما وقر عندها من تعظيمه، أو لما تغالط به من انقيادها ليس

لغلب طبيعي إنما هو لكمال الغالب، فإذا غالطت بذلك واتصل لها حصل اعتقاداً، فانتحلت جميع مذاهب الغالب وتشبهت به، وذلك هو الاقتداء أو لما تراه، والله أعلم" (5).

قرون بعد ابن خلدون لا تزال نفس المعاني، أي معاني الاستلاب، تأخذ أشكالاً جديدة أكثر تعقيداً وأشدّ أثراً، حيث يظهر "العصر الحديث" كمصطلح مع الممارسة الغربية في مجالات المعرفة والاكتشافات الجغرافية وقيام مؤسسة الدولة "القومية بصفة خاصة" وركائزها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والعسكرية .. ومن الواضح أن مصطلح "الحديث" ومن ثم الحداثة والعلمانية التصقت بالمضمون الأيديولوجي الذي أشاعته الثقافة الغربية بما يوافق منظورها وينتظم ضمن الأفق العام لتصوراتها، فيما يخص العالم والإنسان .. وأفضى كل ذلك إلى نوع من التمركز حول الذات بوصفها المرجعية الأساسية لتحديد أهمية كل شيء وقيمه وإحالة "الأخر إلى مكوّن هامشي، لا ينطوي على قيمة بذاته، إلا إذا اندرج في سياق المنظور الذي يتصل بتصورات الذات المتمركزة بشدة حول نفسها .. هذا تمركز يُذكرنا بمرحلة الطفولة، عندما يتمركز الطفل، فيرى العالم وكل ما هو خارجه من خلال "أناه" لأن وجدانه لا يتفتح على الآخرين إلا بقدر ما يكون هؤلاء مجموعة من العناصر تتمحور حول أفقه الذاتي. فهو لا يفهم الأشياء من غير منظاره الخاص. ولا يعطي أي اعتبار للآخرين أو اهتماماتهم، الأمر الذي يؤدي إلى أن يختلط لديه الموضوع بالذات (6) ..

إن فكرة "أوروبا مركز العالم" بدأت تفرض نفسها منذ القرن الثامن عشر، بحيث تصبح أوروبا "الوسيط للتقدم الكوني" و"السيد المعطاء" والتي ينبغي للعالم أن يعتمد عليه، سياسياً وتكنولوجياً. ويؤكد هذه الفكرة المؤرخ البريطاني توينبي حين يقول بأن مهمة أوروبا هي: "جمع العالم الإنساني كله في مجتمع كبير واحد، والسيطرة على كل شيء فوق هذه الأرض وفي البحار والأجواء التي ستصل إليها الإنسانية عن طريق التقنية الحديثة.." (7) .

بعبون الناقد العارف بأصول ومنطلقات الفكر الغربي، يشير الفيلسوف الفرنسي المعاصر روجيه غارودي، في كتابه " الإرهاب الغربي " إلى الجذور التاريخية التي أسست لهذا الوعي المنكفي على الذات، حيث يقول: "طريق الهيمنة الذي أخذ اليوم اسم العولمة، أضحى ممهداً جداً وهذا الطريق يضرب بجذوره إلى آلاف السنين منذ أسطورة الشعب المختار، التي بررت إبادة الآخرين، حتى الإمبراطورية الرومانية التي ادعت أنها تضم في حدودها كل العالم المعروف آنذاك، وهذا ما سمته أوروبا بالحضارة، كما لو كان ذلك حكرًا عليها، لكي تعطي الشرعية لاستعباد واستعمار الشعوب الأخرى، أما قادة الولايات المتحدة الأمريكية، فقد جعلوا مهمتهم-التي كلفهم بها القدر- هي قيادة العالم، لإقامة نوع من العولمة، أي نظام وحيد خاضع لما أسماه أحد منظريها بقانون السوق"(8).

ضمن هذا المسعى اللاواعي أحيانا والواعي في أغلب الأحيان، سيتم توظيف الثورة التي عرفتها وسائل الإعلام والاتصال من أجل ترسيخ مفهوم الاستلاب وتعزيز المثاقفة، باتجاه فرض النموذج الثقافي الغربي على العالم وعلى العالم العربي الإسلامي بالخصوص.

العلاقة الجدلية بين الاتصال والثقافة

الاتصال كلمة مشتقة في لفظها الانكليزي من الأصل اللاتيني Communes، أي Common ومعناها مشترك، فعندما نقوم بعملية الاتصال فنحن نحاول أن نقيم "رسالة مشتركة" Commonness مع شخص أو جماعة أخرى، أي أننا نحاول أن نشترك سويا في معلومات أو أفكار أو مواقف محددة.

والاتصال في علم الاجتماع يعني تبادل الأحوال الذاتية ونشرها بين الأفراد مثل الأفكار والعواطف والمعتقدات عن طريق اللغة التي تعد أداة الاتصال الرئيسية، فضلا عن المحاكاة والإيحاء"(9) ، فهو إذن صيغة من صيغ التفاعل الاجتماعي، كأحد الظواهر الاجتماعية في حياة الناس القائمة أساسا على التأثير

في المواقف والقيم والاتجاهات والمعايير وأنماط السلوك وأنماط التفكير وبناء تصور اجتماعي عن الحياة الاجتماعية (10) ، بحيث يسمح بتبادل العناصر الثقافية المادية واللامادية بين الأفراد والجماعات والمؤسسات من خلال عدة قنوات بشرية أو تقنية.

يرى (جون ديوي) أن وجود المجتمع واستمراره متوقف على النقل الشامل للعادات والأفكار والمشاعر من جيل إلى آخر، من خلال نقل الخبرات والاتصال بين الأفراد فالناس يعيشون بفضل ما يشتركون فيه من أهداف وأمان ومعلومات وهم يكتسبون ذلك من خلال الاتصال (11) ، الذي تكمن أهميته في مجالات الإعلام بنقله للمعلومات والتعليم في تدريب الأفراد والترفيه في التسلية والإقناع من خلال تحولات في آراء الأفراد وفهم الظواهر المحيطة وتعلم مهارات وخبرات والراحة والتسلية والمتعة والحصول على معلومات جديدة تساعد الفرد في اتخاذ القرار بشكل مقبول اجتماعيا.

وقد يرجع الفضل للاتصال فيما حققته الإنسانية من تقدم على مدى تقدم الحقب التاريخية ودوره الفعال في التنمية وبناء المجتمع وتكوينه وفتحه المجال للاحتكاك والتفاعل بين البشر وإيصال البرامج التعليمية إلى المناطق النائية ونقل التراث الثقافي للمجتمع والأمة وتكوين التراث الاجتماعي للشعوب والمجتمعات، الذي يضم الصناعات الموروثة والبضائع والسلع والعمليات التكنولوجية والأفكار والعادات والقيم.

وهكذا، فإن الاتصال يمكن أن يعد أداة التغيير المجتمعي ووسيلة لضبط مساره لأنه يتولى مهام الإعلام والتربية والتعليم والتنقيف والتنشئة الاجتماعية. ومجمل هذه المهام تشكل جوهر الثقافة التي تركز عليها بنية المجتمع.

وبما أن هناك تجاذب بين الثقافة كعالم معنوي - مادي معاش، ووسائل الاتصال كعالم رمزي، يرافق ذلك تفاعل الفرد مع محتويات ووسائل الاتصال من خلال رمزية اللغة أو الصورة أو الفيديو. إذن هناك جاذبية بين الفرد ووسائل الاتصال،

فالفرد ينتقل (أو يلجأ) من عالمه الثقافي الحقيقي إلى العالم الرمزي الذي تعرضه وسائل الاتصال تلقائياً(12).

إن العالم اليوم يشهد العديد من العمليات الثقافية بين الثقافات المتباينة والمتنوعة بحسب قوتها وضعفها في فرض عملية المتأقفة وتوجيهها نحو الاتجاه المطلوب، وتتم هذه العمليات غالباً من خلال توظيف وسائل الاتصال المختلفة لصالح الثقافة المهيمنة.

يشير الكاتب الأمريكي هيربرت شيلر (Herbert schiller) في كتابه الاتصال والهيمنة الثقافية، إلى أن "مفهوم الامبريالية الثقافية هي مجموع العمليات التي تستخدم لإدخال مجتمع ما إلى النظام العالمي الحديث ولاستحالة الطبقة المهيمنة فيه والضغط عليها وإجبارها كي تشكل المؤسسات الاجتماعية في اتساق مع قيم المركز والمهيمن في النظام والترويج لها"(13) ، ليكون الفصل بين الثقافة ووسائل الاتصال يعد فصلاً واهماً، إذ ينخرط في جملة القيم التي تنتجها الثقافة، أي أنها قضية تكاملية.

في مفهوم الاتصال:

في سياق هذا المقال، يمكن أن نعرف الاتصال بأنه عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي إطار هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية، أو معنى مجرد أو واقع معين.

فالالاتصال عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل وليس مجرد عملية نقل، إذ أن النقل يعني الانتهاء عند المنبع، أما المشاركة فتعني الازدواج أو التوحد في الوجود، وهذا هو الأقرب إلى العملية الاتصالية. لذا يمكن الاتفاق على أن الاتصال هو عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات، عن طريق عمليات إرسال وبحث للمعنى وتوجيهه وتسيير له، ثم استقبال بكفاءة معينة، لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين.

وتتفق أغلب الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، منذ ما يزيد على نصف قرن وحتى الوقت الراهن، على تقسيم الاتصال إلى أنواع أو نماذج عدة، من أبرزها الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي والاتصال الجمعي والاتصال الجماهيري (الإعلامي)، وهذا النوع الأخير من الاتصال، وبشكله العصري التقني يتجاوز اللقاء المباشر والتفاعل الاجتماعي وجها لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية معقدة باهظة التكاليف، كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما فضلا عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية وشبكة الإنترنت.

وسائل الاتصال الحديثة ووظيفة التأثير

أضحت وسائل الاتصال الحديثة أحد أبرز وأقوى أذرع العولمة الثقافية التي تستهدف تسميط الثقافات غير الغربية وإحلال الثقافة الغربية بدلها، بقيمتها ومعاييرها التي قد لا تتوافق والنظم الاجتماعية للثقافات غير الغربية. من بين أهم التقنيات الحديثة التي يتم توظيفها للتأثير في ثقافة الإنسان، التلفزيون والسينما والهواتف الذكية وشبكات التواصل الاجتماعي وشبكة الإنترنت، حيث أصبح التلفزيون اليوم هو المؤسسة الثقافية الأكثر فعالية في الغرب من دون منازع. إن فعالية هذا النظام الجديد لإنتاج الرموز والقيم وتوزيعها تكمن في المادة التي يشتغل بها، وهي الصورة بمادتها المكتنزة بالخطابات والرسائل والدلالات، إنها شكل يتقدم للمستهلك في قالب جمالي يستوفي الشروط التي تجعله على درجة كبيرة من الجاذبية والإغراء (14).

لقد أصبح دور وسائل الإعلام في المجتمع الحديث من الأهمية بمكان، إلى درجة خصصت جميع الحكومات أقساماً ودوائر ووزارات إعلام تتولى تحقيق أهداف داخلية وخارجية عن طريق تلك الوسائل، ومن تلك الأهداف الداخلية رفع مستوى الجماهير ثقافياً وتطوير أوضاعها الاجتماعية والاقتصادية.

أما خارجياً فمن أهداف دوائر الإعلام تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الدولية.

ولم يقتصر اهتمام الحكومات بوسائل الإعلام، بل أن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت بها ووجدت أن تلك الوسائل تخدمها وتخدم أهدافها وتساعد في ازدهارها.

وليس أدل على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفاً في العالم، من أن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية وقادرة، فلقد أصبح الإعلام عاملاً رئيسياً في نفوذ بعض الدول، وبخاصة تلك التي وجدت فيه إحدى دعائمها الرئيسية وقدمته على باقي دعائم الدولة.

ذلك أن وظيفة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات، تعد من بين أهم وظائف وسائل الإعلام والتي تمارسها بشكل مباشر وغير مباشر على السواء، عن طريق مختلف قنوات الاتصال.

إنّ النظر إلى الاتصال كعملية يعني أنّ الاتصال لا ينتهي بمجرد أن تصل الرسالة من المصدر (المرسل) إلى المتلقي (المستقبل) كما يعني أنّ هناك العديد من العوامل الوسيطة بين الرسالة والمتلقي بما يحدد تأثير الاتصال. من جهة أخرى، فإنّ كلاً من المرسل والمتلقي يتحدث عن موضوع معين أو موضوعات معينة فيما يعرف بالرسالة أو الرسائل، وتعكس هذه العملية تفاعلاً لا ينحصر فقط في مدى معرفة كل منهما بالموضوع أو الرسالة، ولكن أيضاً يتأثر بما لديه من قيم ومعتقدات وكذلك بانتماءاته الثقافية بما يؤثر في صياغته للرسالة أو الرسائل التي يهدف إلى الاتصال، وبما يثير لديه ردود فعل معينة تجاه ما يتلقاه من معلومات وآراء وبما يحدد أيضاً مدى تأثيره بهذه المعلومات والآراء.

وهذا ما صار يسمى "الإطار الدلالي" الذي يجري فيه الاتصال، علاوة على الموقف الاتصالي الذي يعبر عن اللحظات الآنية التي يجري فيها الاتصال

باعتبار ذلك عاملاً مهماً في تحديد سمات الاتصال من مخرجات ومدخلات وردود فعل وآثار.. إلخ.

في مفهوم التأثير

ويمكن تعريف التأثير بأذنه مجموع التغيرات الظاهرة أو الكامنة التي تحدث نتيجة الاتصال، سواء وقعت في المدى القريب أو المتوسط أو البعيد. والتأثير يقع على المرسل والمتلقي على السواء، وقد يكون نفسياً أو اجتماعياً أو فكرياً، ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية.

أمّا التأثير الذي يقع في نفس المتلقي فهو تأثير الرسالة الاتصالية بلا شك. لكن التأثير الذي يقع في نفس المرسل فهو الذي يقع نتيجة استقباله "رجع الصدى" الناتج عن رسالته أيضاً، فلولا الرسالة لما وقع "رجع الصدى" بالتالي، وهذا الفهم لعملية التأثير هو فهم ينطلق من أنّ العملية الاتصالية هي عملية دائرية وليست عملية خطية.

وعلى الرغم من أهمية هذا العنصر باعتباره الهدف النهائي لعمليات الاتصال، إلى أنّ معظم الدراسات الاتصالية لا تعتبره عنصراً أصيلاً من عناصر العملية الاتصالية، لذلك لا يدرج من ضمن عناصرها الأصلية، بل يجري دراسته كعنصر منفصل ومستقل ورأيي أنّ هذا العنصر هو الأولى بالدراسة ضمن عناصر العملية الاتصالية جنباً إلى جنب مع العناصر الأخرى.

هناك الكثير من النماذج أو التفسيرات التي حاولت بحث التأثير الذي يقع نتيجة الاتصال وخصوصاً في جمهور المتلقين، وقد قسم هذا التأثير إلى تأثير سريع أو عاجل وآخر متوسط المدى وثالث بعيد المدى، أي لا يمكن ملاحظته إلا بعد فترات متوسطة أو بعيدة، خصوصاً فيما يتعلق بتكوين الاتجاهات والقيم والأفكار والصور، مثلما يجري مثلاً رسم صورة شعب معين بعيد، حيث تتشكل صورته

وسماته في أذهان المتلقين عبر تراكم المعطيات الاتصالية والإعلامية على مدى فترة طويلة.

يعتبر هارولد لازويل (15) (Harold Dwight Lasswell) من أقدم وأبرز الباحثين الذين درسوا تأثير أجهزة الإعلام على تكوين الرأي العام، حيث قام بتطوير مفهوم حديث لتأثير وسائل الإعلام بعد الحرب العالمية الأولى، منطلقاً من نظرية فرويد الذي افترض أن الإنسان تحركه قوى فطرية غير واعية يتحكم فيها العقل الواعي بشكل جزئي ونتيجة لذلك فإن السلوك الإنساني ليس عاقلاً ولا رشيداً.

وتزامنت أعمال لازويل مع فترة برزت فيها نظريات عديدة دعّت أطروحاته، منها نظرية علم نفس الحشود لـ لوبون (Le Bon) و نظرية التوجه السلوكي لـ جون ب. واتسون (John B. Watson) ونظرية بافلوف في التعلم وتفسير السلوك الإنساني وكذلك دراسات أحد رواد علم النفس الاجتماعي، البريطاني وليام ماكدوغال (Wiliam Mc. Dougall) الذي قال بأن بعض الدوافع البدائية أو الغريزية وحدها يمكن أن تفسر سلوكيات البشر والحيوانات.

في هذه الفترة بالذات، عرفت ما يعرف بوسائل الاتصال الجماهيري الحديثة، لاسيما التيليفون والإذاعة والسينما، تطورا معتبرا وأصبحت تستعمل في الدعاية التي اعتبرت من طرف لازويل الوسيلة الوحيدة في خلق الانتماء والولاء لدى الجماهير، وهي أكثر اقتصادية من العنف. هذه الرؤية الجديدة، كرست القوة الهائلة لوسائل الإعلام معتبرة إياها أدوات في استعمال الرموز المؤثرة؛ وكان من نتيجة ذلك أن اعتبر انهزام الجيش الألماني إنما كان، إلى حد كبير، بسبب العمل الدعائي للحلفاء.

أسس لازويل لأطروحة "الطلقة السحرية" أو "الحقنة تحت الجلد" ذات التأثير القوي، واعتبر أن الرسائل الإعلامية تشبه الرصاص، بحيث إذا وجهت وأطلقت بشكل مناسب ستصل إلى مراميها.

وتضمنت نظرية لازويل مجموعة من الأسس أهمها أن الرسائل والمضامين التي تبثها وسائل الإعلام تهدف إلى القيام بدور المثيرات أو المنبهات القوية لمشاعر وعواطف الأفراد بحيث تفودهم للاستجابة لها بشكل متماثل أو متقارب. كما اعتبر أن قوة وتماثل تأثيرات وسائل الاعلام على الأفراد راجع لضعف وسائل الضبط الاجتماعي، بحيث يتلقى الفرد معلوماته وخبراته من وسائل الاعلام بشكل فردي ومباشر دون وسيط ومن ثم فإن تأثيراتها تكون قوية ومباشرة. مهد لازويل لتطور النظريات والبحوث في مجال الإعلام والتأثير الجماهيري، حيث ظهرت بعده الكثير من المدارس، نركز في سياق هذا البحث على واحدة من أبرز اتجاهاته وهي نظرية "الغرس الثقافي" التي وضعها جورج جرينر (16) (George Gerbner).

يمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي (لوسائل الإعلام) خاصة التلفزيون حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساسا للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي. وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل بين الرسائل والسياقات. وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية فإن تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار في الجماعات والأسر غير المتماسكة أو بين الأطفال الذين يقل لديهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة، وكذلك بين الجماعات الهامشية أو الأقليات أو بين من يصورهم التلفزيون ضحايا.

وقد توصل جورج جرينر من خلال سلسلة أبحاثه في ذات الإطار إلى أن التلفزيون أصبح يسيطر أو قوة مهيمنة على كثير من الناس، ومصدرا رئيسيا لبناء تصوراتهم عن الواقع، وبالتالي فالعلاقة بين التعرض للتلفزيون والأفكار المكتسبة تكشف عن أهمية دور التلفزيون في بناء القيم والتصورات المدركة للواقع

الاجتماعي، وبالتالي أصبح الواقع الإعلامي المدرك من التلفزيون هو ما يعتمد عليه الفرد في علاقته بالآخرين.

وتؤكد هذه النظرية أن الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة هم أكثر استعدادا لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والأفكار والأنماط الثقافية التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الفعلي للمجتمع أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة وبالتالي فإن نظرية الغرس الثقافي في أبسط أشكالها تشير إلى أن التعرض للتلفزيون يزرع بمهارة مع مرور الوقت مفاهيم المشاهدين للواقع بل ويؤثر على ثقافتهم كلها لأن عملية الغرس، كما يرى جرينر، هي نوع من التعلم العرضي، كما أن مداومة التعرض لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون وفترات طويلة تنمي لدى المشاهد اعتقادا بان العالم الذي يراه في التلفزيون ما هو إلا صور مماثلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه.

ورغم الانتقادات الموجهة إلى نظريتي لازويل و جرينر، إلا أنهما تمثلان في تقديرنا أداة مثالية لفهم وتحليل تأثيرات وسائل الإعلام وإشكاليات علم الاجتماع و نظرية المجتمع الجماهيري، خاصة في ضوء الثورة المعلوماتية المعاصرة والتطور الهائل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وانتشار الوسائط والقنوات الإعلامية والاتصالية الافتراضية التي تركز على الصورة والفيديو بشكل أساسي، باعتبارهما الأشد تأثيرا في صناعة الرأي والتأثير على المتلقي.

كما أن التعبيرات العميقة والهيكلية التي تشهدها مجتمعاتنا، إضافة إلى الاتجاه المتعاطف نحو أنماط عمرانية تقوم على بناء المدن الكبيرة التي تضع الأفراد في عزلة نفسية واجتماعية وتحولهم إلى مجرد ذرات منعزلة عن الآخرين، تعمق شعور الفرد بالوحدة والقلق والضياع و فقدان المرجعيات، وتعزز بالتالي اللجوء لوسائل الاتصال الجماهيري من أجل تعويض جماعات الأهل والعشيرة والقرية التي كان يشعر في إطارها بالأطمئنان و للتخلص من التوتر .

وهكذا تتحول هذه الوسائط الإعلامية، وبخاصة التلفزيون وتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، إلى بديل عن العلاقات الشخصية ووسيلة للتسلية والترفيه ومسكن للشعور بالتوتر والقلق السائد في المجتمع الجماهيري، إضافة إلى كونها مصدر للمعلومات في كل المجالات ومرجعية للتوجيه وصناعة الرأي والمواقف.

استراتيجيات الإقناع

يبدأ تأثير الرسالة الإعلامية بإقناع الجمهور بمشاهدتها أو الاستماع إليها أو قراءتها، ولفكرة الإقناع الأساسية جذور قديمة، من خلال استعمال فنون «علم البيان» أو «الفصاحة» والمسرح وغيرها، غير أن ما يمكن أن نطلق عليه «علم الإقناع»، الذي انبثق فيما بعد، هو نتاج القرن العشرين، ومقارنة بالعلوم الأخرى فهو حديث، ولذلك يرى بعض الباحثين أن الحكم على هذا العلم يجب أن ينطلق من الإجابة عن السؤال القائل: هل أوجد العلم إجراءات مقنعة تستطيع السيطرة على السلوك الإنساني؟ وأياً ما كانت أساليب الإقناع، فناً أو علماً، فإنها سوف تزداد فاعليتها في السيطرة على السلوك (17).

وتبدأ عملية الإقناع من الفكرة وطريقة التعبير عنها وأسلوب نقلها.. والربط بين الفكرة والتعبير عنها وكيفية نقلها، من الأمور الشائعة بين دارسي الإعلام وخبرائه.

ومن ثم، فإن الإقناع في السياق الحالي يشير بصورة أساسية إلى استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية لتقديم رسائل مخططة عمداً لاستنباط سلوكيات معينة من جانب جماهير القراء أو المستمعين أو المشاهدين، ولذلك فإن التعديل الواقعي للسلوك هو الهدف الذي ينبغي تحقيقه باعتباره المتغير التابع في النظرية التي تستهدف تفسيره (18).

وعلى الرغم من الصعوبة الماثلة للعيان في تحديد أثر الإعلام في السلوك، إلا أن المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام تقوم بدور محفز في هذا المجال.. ويمكن

القول على وجه العموم، بأن المعلومات التي يستقبلها الإنسان من وسائل الإعلام تصب في المخزون المعرفي، الذي يستقبل أيضاً معلومات إضافية من مصادر أخرى وعبر قنوات أخرى. وتتفاعل تلك المعلومات مع المخزون المعرفي المتراكم فتؤدي إلى تكوين صورة معرفية عقلية معدلة ينصرف الإنسان في ضوءها وبموجبها.

لذلك فإن التأثير بالرسائل الإعلامية يعتبر عاملاً من بين مجموعة عوامل أو متغيرات تسهم جميعاً في إعادة صياغة الصورة العقلية، وهذه بدورها تدفع الإنسان لاتخاذ قرار معين والإتيان بسلوك ينسجم مع ذلك القرار (19) ، وهذا قمة الإقناع، الذي يعرف بأنه استخدام الرموز واستغلالها بهدف دفع المتلقين للقيام بأعمال محددة تخدم المتلقي نفسه.

توظف الدول المهيمنة هذه الإستراتيجية لبحث ثقافتها وتقاليدها في المجتمعات الأخرى، وهذا يعني أن الرسالة الإعلامية تعمل على تعميم ثقافة تلك الدولة وقيمها، وتقيم بالتالي لغة مشتركة من المعاني والرموز والقيم بين البلدين، تسهل للطرف الأقوى فرض سيطرته على الطرف الأضعف.. ويبدو أن العالم الإسلامي اليوم يشكل الطرف الأضعف، حيث تتم السيطرة الثقافية عليه (20).

في ذات السياق، يمكن أن نشير إلى أعمال المفكر الفرنسي إدغار موران الذي قام بدراسة الثقافة الجماهيرية كظاهرة اجتماعية شاملة في مقاربة نشرها في كتابه "روح العصر" (21) ، ويعتبر "موران" من أوائل المفكرين الذين نظروا ودرشوا هذه النظرية وخاصة في مجال التنظير لوسائل الإعلام الأوربية.

في هذا الصدد يرى موران أن الثقافة الجماهيرية تشكل نظام ثقافة مكون من مجمل الرموز والقيم والأساطير والصور التي تتعلق سواء بالحياة العملية أو بالمخيال الجماعي، ومع ذلك ليست الثقافة الجماهيرية النظام الثقافي الوحيد للمجتمعات المعاصرة، فهذه الأخيرة هي واقع سياسي ثقافي يحتوي الثقافة الجماهيرية، والتي تخضع في إطار هذا الواقع للاحتواء والرقابة والتحرير، وفي

الوقت نفسه تميل إلى جعل الثقافات الأخرى تتآكل وتتفكك، إنها ليست مستقلة بشكل مطلق، يمكن أن تنتشعب بثقافة وطنية، دينية أو إنسانية.

يؤكد موران أنها ليست الثقافة الوحيدة للقرن العشرين، ولكنها التيار الجماهيري الحقيقي والجديد في هذا القرن، ما يعني أن الثقافة الجماهيرية هي المواقف الجديدة التي تنشرها وسائل الإعلام والاتصال الحديثة لدى الجماهير الواسعة وبصفة اصطناعية، وتمتاز بأنها ثقافة مصطنعة تخضع لمقاييس السوق وفق مبدأ العرض والطلب

فالثقافة الجماهيرية في نظر موران هي إنتاج الرأسمالية الخالص في القرن العشرين، ويعالجها كاستجابة لرغبة الرعية اللاواعية للاستهلاك، بحيث أصبح مفهوم صناعة الثقافة كأحد أبرز الصناعات الوطنية.

تميل صناعة الثقافة الجماهيرية إلى التوفيقية، فهي تولد نتائج مهمة كالميل نحو التجانس بين قطاعين كبيرين في الثقافة وهما المعلومات والأفلام، ذلك أنه تحت تأثير التوفيقية تكتسب الحوادث اليومية أهمية في المجال المعلوماتي، أي تلك المقاطع الواقعية حيث حوادث الطرق والجريمة والمغامرات، تغزو الحياة اليومية في حين أن الأفلام تتلون بالواقعية، وروايات المغامرات تبدو وكأنها حقيقة وواقعية في الأفلام.

وهذا ما نشاهده بالفعل في أفلام " هوليوود" التوفيقية التي تعني التوفيق بين الحوادث الواقعية والواقعة بالفعل وبين الحوادث الخيالية في الروايات والأفلام التي نراها أنها واقعية وهي في الحقيقة خيالية.

إن الثقافة الجماهيرية، بحسب موران، مؤسسة قائمة بذاتها تحمل قيما أخلاقية استهلاكية، قانونها الأساسي هو قانون السوق وديناميتها تنجم من الحوار المستمر بين الإنتاج والاستهلاك، أي ما يطلبه المشاهدون، فالمقولة الشهيرة التي يحفظها رجل الإعلام هي "منح جمهورك ما يريده" لكنه حوار غير عادل بدون

تغذية رجعية عكسية أمام طرف يسهب في إنتاج الرسائل وطرف ثاني يتلقى فقط بدون ضوابط.

فالإنتاج الإعلامي يقدم روايات وقصص مطولة، يعبر عن نفسه بلغة وسينارو ومؤثرات، أما المتلقي فإنه يجب بردود فعل بافلوفية، أي بنعم أو لا، ذلك أن المضامين الجوهرية للثقافة الجماهيرية هي الحاجات الخاصة والعاطفية مثل السعادة والحب والحاجة إلى الخيال من خلال المغامرات والحرية، إضافة إلى الحاجات المادية.

وبعملية دينامية، يشير موران إلى أن صناعة الثقافة الجماهيرية تعمل على تخدير هذا النظام من القيم في عقول المستهلكين، كما توفر له بأشكال مزيفة خيالية كل ما ينشأ بانتظام في الحياة الواقعية بحيث تسقط على المتلقي أفكار خيالية أو متخيلة من خلال الأفلام والقصص يتفاعل معها وتحل وتعيش بدلا منه.

فمن خلال هذه الآلية، تعمل الثقافة الجماهيرية في اتجاهين متناقضين: فمن جهة يعيش الأشخاص المستسخون (أي الممثلون) بدلا من الأفراد الواقعيين أحرارا أسيادا يواسون هؤلاء الأفراد بنوعية حياة تنقصهم ويلهونهم عن حياتهم العادية (الحب والأفلام الغرامية الأفلام المدبلجة " التركية والمكسيكية " الفيديو كليب والأفلام الدينية والأفلام الوثائقية..).

تزيد ظاهرة "عولمة الثقافة" من الاستثمار المعلوماتي للدول الغنية مالكة التكنولوجيا وصاحبة الحضور الإعلامي في كل بقاع الدنيا، كما أن هذه الدول وأذرعها المتمثلة في شركات الإنتاج والنشر والبيت تقوم بدور حارس البوابة وتختار ما تراه مناسبا لها في المواقع المتكررة باتجاه الشعوب والدول المتلقية(22).

يدخل في هذا الإطار، نشر وإشاعة مصطلحات جديدة ذات مفاهيم أو مضامين تحل محل المضامين الأصلية التي تتصل بحياة الأمة وتشخيصها وحقيقتها وجودها، وكذلك الأفلام والمسلسلات والأغاني التي تطالعنا في كل مكان وتفرع

أسماعنا في كل حين، وهي محملة بأنماط الحياة وأساليب التفكير والسلوك الغربية.

فانغماس الفرد في استهلاك مواد الثقافات الغربية المهيمنة عبر مختلف قنوات الاتصال كفيل بصرفه عن قيمه وموروثاته الاجتماعية وتعويضها تدريجياً بتلك الثقافات، بحيث ينتج عن ذلك سلوك مفعم بالصراع والتناقض النفسي والسلوكي، يتحول بعد ذلك إلى استلاب كامل.

نحو إستراتيجية مضادة لمواجهة تحديات "الثقافة"

في كتاب "شروط النهضة" (23)، تحدث المفكر الجزائري مالك بن نبي عما يسميه "معاملين فعلا فعلهما في الإنسان المستعمر هما "المعامل الاستعماري" و "معامل القابلية للاستعمار" وقد انطلق في تعميمه النظري من التجربة الجزائرية الطويلة المريرة مع الاستعمار الفرنسي.

فالقابلية للاستعمار تجعل الفرد يستبطن مفاهيم المستعمر عنه ويقبل بالحدود التي رسمها المستعمر لشخصيته، ليس ذلك فحسب بل يدافع عنها ويكافح ضد إزالتها، وفي ملاحظة قريبة من مفهوم "الاستلاب"، يقول بن نبي إن أول مظاهر فاعلية هذا المعامل هو قبول ضحية الاستعمار باسم "الأهلي أو الأنديجان باللغة الفرنسية". يقول بن نبي ساخراً إذا لم نكن شاهدنا خصياناً يلقبون أنفسهم بالخصي فقد شاهدنا مراراً متقفين جزائريين يلقبون أنفسهم بالأهالي" (24)، وقبول الاسم يعكس قبولاً شاملاً بالوضعية التي فرضها المستعمر وهذا القبول لا يتموضع فقط في منطقة الوعي بل ينغرس في أعماق اللاوعي ليصبح استبطاناً للمفهوم الاستعماري عن الذات، مفهوم يبخر من قدرها ويحد فاعليتها الحيوية وتصوراتها عن نفسها وعن العالم بالحدود التي يريدها المستعمر، إنه رضوخ داخلي عميق لعامل الاستعمار، يرسخ الاستعمار ويجعل التخلص منه مستحيلاً.

بالمقابل، يرى بن نبي أن ذات المعامل، أي القابلية للاستعمار، هو الذي يدفع بالمجتمع نحو التخلص من بواعثها، حين يبدأ هذا الأخير في اكتشاف ذاته من

جراء رداً فعله عن ممارسات المستعمر، فيجد نفسه مضطراً لأن يتخلص من صفات أبناء المستعمرات، بأن يصبح غير قابل للاستعمار، بحيث يسعى للخروج من حالة الركود و الجمود التي نجمت عن فقدانه وظيفته التاريخية والحضارية و بالتالي ينعكس مفعول الاستعمار من كونه عاملاً مخضعا للمجتمع مثلاً لنشاطه إلى دافع نفسي ومحرك مناسب لمكونات المجتمع الخادمة، نحو إعادة بعث القدرة على النشاط والفاعلية الحضارية.

ذلك أن أحد أهم شروط الاستلاب، وتحديدًا الفكري منه، هو التسطيح والتهميش العقلي الذي يعيشه كائن ما، أو مجتمع ما، بحيث أنه يفقد حصانته أمام الغزو الثقافي والفكري القادم من البعيد، أو القريب على حد سواء.

إن من أهم قضايا تحرير العقل البشري من الاستلاب، هو خلق حالة من التوازن الثقافي في مكونات هذا العقل، وذلك من خلال مشروع فكري وثقافي يتيح بناء إنسان يتمتع بعقل مستنير وذاتية في التفكير وقدرة على النقد والتحميص.

فقد التمرکز الثقافي الغربي وسعيه لفرض نموذج الثقافة على العالم، لا ينبغي أن يولد انكفاء ذاتياً، أو ما أطلق عليه المفكر الكبير سمير أمين بالتمركز المعكوس" أو المركزية الحضارية المعكوسة ومواجهة التحديات لا تكون بالهروب إلى الوراء، أو بالانغلاق على الذات، بقدر ما تكون من خلال النقد الذاتي الذي يسمح باستيعاب الآليات المعرفية والتاريخية الموضوعية التي ساهمت في تشكل هذا الفكر، ثم محاولة كشف منطقتها، ومحدودية نتائج معارفها ونسبية قوانينها، وصياغة البدائل التي تسمح لمجتمعاتنا بأن تكون طرفاً فاعلاً في مسار العولمة الثقافية وليس مجرد مستهلك لها.

من جهة أخرى، يتوجب على الدول والحكومات أن تعمل على بناء مشاريع ثقافية وإعلامية تتمتع بالقدرة على التنافسية في مجال صناعة المحتويات وبنائها وتسويقها للمستهلك بالفنيات والمعايير الاحترافية العالمية.

فتحدي الصناعات الثقافية يفرض نفسه بشكل ملح من أجل تقديم بدائل في مجال الثقافة الجماهيرية عبر مختلف الوسائط والوسائل الإعلامية، سواء تعلق الأمر بالسينما والتلفزيون أو بشبكات الأنترنت ووسائط تكنولوجيا الإعلام الحديثة. بدائل ومحتويات تتمتع بالأصالة وتفتح على العصر وتستجيب للمعايير الصارمة التي تفرضها المنافسة في سوق تشتد فيها المنافسة على جذب الجماهير واستلابها، يوماً بعد يوم.

قائمة المراجع :

- 1- محمد عابد الجابري، العولمة والهوية الثقافية، المغرب، مجلة فكر ونقد، العدد06، 1998، ص 5.
- 2- مالك بن نبي، مشكلة الثقافة، ترجمة عبد الصبور شاهين، دار الفكر، الجزائر، ط 04، 1987، ص 32-33.
- 3- الشماس، عيسى، مدخل إلى علم الإنسان، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق، 2004، ص146.
- 4- معتوق، فريدريك، معجم العلوم الاجتماعية، أكاديمية، بيروت، 1998، ص20.
- 5- ابن خلدون، تاريخ ابن خلدون، بيت الأفكار الدولية، السعودية، د.ت، ص 77.
- 6- محمد عزيز الحبابي، مفاهيم مبهمة في الفكر العربي المعاصر، دار المعارف، القاهرة، 1990، ص204.
- 7- عبد الله ابراهيم، المطابقة والاختلاف - المركزية الغربية: إشكالية التمركز حول الذات، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط 1، 1997 ص18.

8- روجي غارودي ، الإرهاب الغربي، ترجمة سلمان حرفوش، دار كنعان، دمشق، 2008.

9- إبراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص8.

10- الدليمي، أحمد جاعد، علم اجتماع الإعلام، رؤية سوسولوجية مستقبلية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص49.

11- سلامة، عبد الحافظ محمد، الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2002، ص17.

12- عزي، عبد الرحمن، دراسات في نظرية الاتصال، سلسلة كتب المستقبل العربي (28)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2003، ص23.

13- التوجيهي، عبد العزيز عثمان، الثقافة العربية والثقافات الأخرى، مطبعة المعارف الجديدة، المغرب، 1998، ص27-28.

14- بلقزيز، عبد الله، النظام الإعلامي السمعي - البصري الغربي والاختراق الثقافي في إشكالية العلاقة الثقافية مع الغرب، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1997، ص230.

15- يعود تاريخ ظهور المفاهيم الأولى لتيار بحوث وسائل الاتصال الجماهيري إلى سنة 1927، حيث يعتبر كتاب هارولد لأرويل الذي يحمل عنوان: تقنيات الدعاية خلال الحرب العالمية (Propaganda Techniques in the World War) من أول البحوث التي قدمت قراءة للحرب مبينة كيف أن وسائل الاتصال

أصبحت من أهم الأدوات الضرورية لإدارة أو تسيير الرأي العام من طرف الحكومات.

16- جورج جرينر (1919 - 2005) أستاذ الاتصال في جامعة

بنسلفانيا الأمريكية، كرس أكثر من 25 سنة من البحث حول أثر التلفزيون على المجتمع الأمريكي، لاسيما من خلال تحليل محتوى رسائل العنف في وسائل الإعلام الأمريكية وأثرها على الجمهور وخاصة الأطفال، وهي الأبحاث التي قادتته إلى تطوير نظرية الغرس الثقافي.

17- ملفين ديفلر وساندرا بول، نظريات الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، القاهرة، ط 2، 1998م) ص378.

18- ملفين ديفلر، نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص380.

19- عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الكنتاني، الأردن، ط 1 ، 1986، ص118.

20- فارس أشتي، الإعلام العالمي، مؤسساته، طريقة عمله وقضاياه، دار أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 1996م، ص109.

21- Edgar Morin, L'esprit du temps, ed Armand Colin, Paris, 2008 (1^{ère} édition 1962).

22- الدليمي، عبد الرزاق محمد، الإعلام والعولمة، دار مكتبة الرائد العلمية للنشر، الأردن، 2004، ص17.

23- مالك بن نبي، شروط النهضة، ترجمة عمر كامل مسقاوي وعبد الصبور شاهين دار الفكر، دمشق 1979 .

24- مالك بن نبي، شروط النهضة، ص 153.