

**الاتجاهات الحديثة في  
بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال**



## مقدمة:

تتسمي أغلب دراسات وبحوث ونظريات الاتصال الجماهيري إلى دائرة التأثيرات الاجتماعية، فقد بنيت كل بحوث الاتصال الجماهيري تقريباً وفق افتراض مفاده أن هناك تأثيرات معينة تقع من جانب وسائل الاتصال الجماهيري، أو أن هناك علاقة تأثير وتأثر بين وسائل الاتصال من جانب الفرد والجماعة والمجتمع والثقافة والدولة من جانب آخر. ولا يكاد يخلو مؤلف في الاتصال الجماهيري من مراجعة لقضية التأثيرات وأنواعها وشروطها ومناهج دراستها والاتجاهات البحثية لها والانتقادات التي يوجهها أنصار كل اتجاه للآخر. وتشير الأدبيات إلى اجتهادات كثيرة في تصنيف التأثيرات الاجتماعية، فهناك تأثيرات متعمدة وأخرى غير متعمدة، وتأثيرات مرغوبة وغير مرغوبة، كما تختلف التأثيرات حسب المدى الزمني لها فقد تقع على المدى القصير أو المتوسط أو البعيد، وهناك تأثيرات للمضمون الاتصالي وأخرى للوسائل الاتصالية ذاتها، وبغض النظر عن التصنيفات السابقة، فإن التأثير يمكن أن يقع على المعرفة أو الاتجاه أو السلوك ليدعم أو يغير أو يعدل أياً منها سواء كانت وحدة التحليل هي الفرد أو الجماعة أو المجتمع أو الدولة.

وإجمالاً يمكن القول إن تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري تمثل القضية الأهم في بحوث الاتصال الجماهيري، ولا تحظى نتائجها إلا بأقل قدر من الاتفاق وأكبر قدر من الاختلاف بين الباحثين،\* ولعل في ذلك دلالة واضحة على تنوع مداخل ومناهج وفلسفات بحوث التأثيرات بصفة عامة والتأثيرات الاجتماعية على وجه الخصوص في حقل الدراسات المعنية بالاتصال الجماهيري، "فأهمية وسائل الاتصال الجماهيري وعلوم وعلماء الاتصال الجماهيري ترتبط قوة وضعفاً بمكانة التأثيرات الاتصالية ودورها في المجتمع، وبناء عليه يمكن القول إن القرن الواحد

والعشرين سوف يشهد قيمة مضافة لباحثي وأساتذة الاتصال الجماهيري مرتبطة بقيادة وسائل الاتصال الجماهيري المعاصرة وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات للعوامة وتأثيراتها الثورية في الألفية الجديدة" (Deetz and Putnman, 2000, 5).

ويستوجب التعامل مع الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري الكشف عن العلاقة بين هذه الاتجاهات والشكل الجديد لوسائل الاتصال الجماهيري وأعني به تحديدا تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ICT وفي مقدمتها الإنترنت، فقد تركت تكنولوجيا الاتصال أثرا واضحا وقويا على البحوث العلمية في مجال الاتصال عامة وبحوث التأثيرات خاصة حيث بدأت معتمدة على ثنائية محددة هي بحوث الاتصال الجماهيري في مواجهة الاتصال الشخصي، إلا أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة قد أضافت فئة جديدة هي الاتصال غير الشخصي وغير الجماهيري وهي تعني الاتصال المرتبط بوجود أداة تكنولوجية تتوسط العلاقة بين طرفي العملية الاتصالية فلا تجعلها تقوم على قاعدة الاتصال المواجهي المباشر ولا تأخذ سمت الاتصال الجماهيري. وقد أطلق على هذا النوع اسم الاتصال الوسطي (Rogers, 1988, 5).

وقد انتهت الدراسات المعنية بالكشف عن تتبع العلاقة بين تطور بحوث الاتصال الجماهيري وتطور تكنولوجيا الاتصال إلى حقيقة مهمة لهذا البحث، وهي الارتباط الوثيق بين المتغيرين، فالتكنولوجيا في مراحلها المختلفة شكلت الاتجاهات البحثية الرئيسية، ففي بداية القرن العشرين كانت الصحافة تمثل تكنولوجيا الاتصال الأساسية ولذلك تركزت بحوث كل من John Dewey & Ropert Park حول الصحافة، وعندما بدأت السينما تستأثر بالقطاع الأكبر من الجماهير في العشرينيات والثلاثينيات من القرن العشرين اتجهت البحوث إلى تأثير الفيلم على الأطفال، وتحول Paul F. lazarsfeld ببحوثه في الثلاثينيات إلى الراديو، وفي الخمسينيات تركزت بحوث Wilbur Schramm حول تأثيرات التلفزيون على الأطفال، وفي السبعينيات والثمانينيات من هذا القرن نمت بحوث التأثيرات حول

تكنولوجيا الاتصال التفاعلية مثل الكمبيوتر، ومنذ بداية التسعينيات اتجه العدد الأكبر من الباحثين بدراساتهم لاستكشاف أثر الإنترنت وشبكات المعلومات الدولية والمحلية على المجتمع. (Salem,1998, 2, & Rogers, 1988, 12)

وبغض النظر عن المفهوم التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيري، فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة ليست إلا وسائل اتصال جماهيري، فالتعريف التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيري يركز على قدرتها المركزية على إنتاج ونشر المعلومات والأخبار والبرامج الثقافية والترفيهية بشكل نمطي إلى جمهور واسع وغير متجانس، إلا أن وسائل الاتصال الجديدة بخصائصها غير التقليدية هدمت الأساس الذي قام عليه هذا المفهوم التقليدي، فالمنتج الثقافي والترفيهي والأخباري هذه الوسائل لم يعد ينتقل عبر مركز واحد للإنتاج بل من خلال مراكز متعددة، والأهم أن إمكانات الوسائل الجديدة تسمح بتقديم خدمات متخصصة لعدد كبير من الجماهير صغيرة الحجم، وهي تجمع في ذلك بين خصائص الوسائل الصحفية والإذاعية والتلفزيونية وتتميز بالتفاعل الاتصالي بين القائم بالاتصال والمتلقي بدرجة تسمح للأخير أن يمارس دورا أكبر في تحديد أهداف ومضمون وشكل ووقت الاتصال.

والواقع أنه على الرغم من اختلاف وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة عن الوسائل التقليدية إلا أنها يتنافسان ويتداخلان معاً لدرجة يتوقع معها التوحد بينهما، وفي ذلك يرى رئيس برنامج الاتصال والمعلومات بجامعة هارفارد أن الاسم الجديد لها هو Communications في إشارة إلى الدمج بين الاتصال الجماهيري والكمبيوتر (Dizard,1994, 2)

**المفاهيم الجديدة للاتصال:**

أحدثت وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة تحولات جوهرية في طبيعة الاتصال الإنساني والجماهيري، للدرجة التي أصبحت معها نظريات ومناهج

وإستراتيجيات ومفاهيم وأدوات البحث في الاتصال الجماهيري عامة وبحوث التأثيرات الاجتماعية خاصة في حاجة إلى مراجعة شاملة لتفي بمتطلبات التحولات غير التقليدية. فما الجديد وما أثره على اتجاهات البحث في التأثيرات الاجتماعية وغيرها؟

١- التفاعلية، فكل أشكال تكنولوجيا الاتصال الجديدة تتسم بدرجات مختلفة من التفاعلية، ومن خلالها أصبح الاتصال الجماهيري قريبا من الاتصال الشخصي.  
(Schultz, 2000, 205)

٢- إمكانية تجزئة الجمهور العام المتباين إلى جماهير خاصة متجانسة.

٣- الطبيعة اللاتزامنية للاتصال، بمعنى أن وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة تسمح للقائم بالاتصال والمتلقي بتبادل العمليات الاتصالية في الأوقات التي تناسبها، وقد منحت هذه الخاصية الجمهور درجة أعلى من السيطرة على العملية الاتصالية بعد أن كان الأمر بيد المرسل فقط.

٤- أضعفت الوسائل الجديدة من وظيفة مراقبة البيئة للوسائل التقليدية، فلم تعد المعلومات تتدفق من أعلى إلى أسفل كما هو معروف من مؤسسات الإعلام إلى الجمهور، إذ أصبح بإمكان أي فرد أن يكون مصدرا للحدث الهام.

٥- وسائل الاتصال الحديثة لا تعمل وفق مفهوم حراسة البوابة كما هو الحال مع الوسائل التقليدية، ومن ثم اختفت الرقابة أو كادت على أداء وأسلوب عمل الوسائل الحديثة والمضمون الاتصالي الذي تنقله.

٦- أثرت وسائل الاتصال الجديدة سلبا على الوظيفة التفسيرية للوسائل التقليدية.

٧- وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة قدمت للباحثين أدوات للبحث وجمع المعلومات وتحليلها وتخزينها لم تكن متاحة لدى الوسائل التقليدية.

(Rogers, 1988, 5, & Al- Menayes, 1997)

٨- والأهم أن وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة ذات طابع دولي، إذ تحطت

حدود الزمان والمكان، وأوجدت مجتمعات افتراضية ذات نظم خاصة غير خاضعة لتقاليد وأعراف وقيود المجتمعات التقليدية، وقد أعطت هذه الخاصية أهمية خاصة لدراسات التأثير ذات الطابع الدولي.

(Mowlana, 2000, 30)

وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة وبحوث التأثيرات الاجتماعية:

كيف أثرت وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة على الاتجاهات العالمية الحديثة لبحوث التأثيرات الاجتماعية:

١- أدت وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة إلى الاهتمام البحثي بالفجوات الاجتماعية والاقتصادية داخل المجتمع الواحد وبين المجتمعات وبعضها، وبقضايا التحول من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات، وانتشار البطالة وغيرها من المشاكل الناجمة عن التوسع في استخدام التكنولوجيا، مما وجه الباحثين والمؤسسات الدولية المعنية بالاتصال والتنمية للبحث في تأثيراتها الاجتماعية، فهناك قضايا بحثية جديدة مرتبطة بطبيعة الوسائل الجديدة وقدراتها لم تكن مطروحة للبحث في ظل الوسائل التقليدية (Castells, 1996).

٢- أعطت وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة أهمية مضافة لبحوث الاتصال في المجتمع الإنساني بصفة عامة، والتأثيرات الاجتماعية والسياسية بصفة خاصة، فالسياسات العامة في المجتمع أصبحت تأخذ في الاعتبار إلى حد كبير نتائج البحوث المتعلقة بوسائل الاتصال الجديدة (Mowlana, 1997).

٣- أدت الطبيعة التفاعلية للاتصال التي أتاحتها وسائل الاتصال الجديدة إلى العدول عن البحوث التي تعتمد على نموذج التأثيرات الخطية من المرسل إلى المتلقي، وهي نوع التأثيرات التي سادت بحوث الاتصال حتى وقت قريب. فقد أجريت حوالي ٣٠٠٠ دراسة حول أثر العنف التلفزيوني على الأطفال اعتمدت على النموذج الخطي للاتصال. ويفترض النموذج أن الأطفال

الخاضعين للبحث يتعرضون لنفس الرسالة ونفس التأثير في نفس التوقيت، أما الآن فقد أصبح أمام كل طفل حرية اختيار ما يشاهده عبر الشبكة الدولية للمعلومات، ومن ثم لم تعد نماذج ولا مناهج الاتصال التقليدية صالحة بنفس الدرجة للبحث العلمي مع وسائل الاتصال الجديدة (Rogers, 1988, 6).

٤- أدت الطبيعة اللاتزامنية للعمليات الاتصالية لوسائل الاتصال الجماهيري الجديدة إلى الاهتمام بعنصر الوقت كأحد المتغيرات المهمة في البحوث التقليدية لتأثيرات وسائل الاتصال، ونتيجة لكل هذا اتجهت دراسات كثيرة إلى التركيز على المفاهيم الخاصة بالاحتمية التكنولوجية والتي تفترض دورًا مركزيًا للتكنولوجيا في التغيير الاجتماعي.

(Copmetition,2001 & Ruggiero, 2001, 17)

٥- وإجمالاً يمكن القول بأن وسائل الاتصال الجديدة فرضت نفسها على بحوث الاتصال بحيث أصبح السؤال المطروحان للبحث يتعلقان بقضيتين هما:  
١- أساليب ومعوقات تبني وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة.  
٢- التأثير الاجتماعي لهذه الوسائل سواء على مستوى مجتمع بعينه أو بين دول العالم الغنية والفقيرة.

ولأن التكنولوجيا تنتشر في سياق اجتماعي سياسي، أي أنها تتم وفقاً لسياسات حكومية ودولية، فإن التأثير النهائي يقع نتيجة للتفاعل بين التكنولوجيا والسياسات الموجهة لها، والواقع أن ما ذكره Rice من أن تكنولوجيا الاتصال تقود الثورة إلى مجتمع المعلومات وتقود الثورة العلمية في بحوث الاتصال يعد صحيحاً إلى حد كبير. (Rogers, 1988, 8)

وبغض النظر عن طبيعة المرحلة التي تمر بها وسائل الاتصال الجماهيري من الناحية التكنولوجية، فإن كل المحاولات العلمية التي استهدفت صياغة نظريات اجتماعية للاتصال الجماهيري تتعامل مع ثلاث قضايا رئيسية هي:

١- ممارسة القوة في المجتمع.

٢- التكامل الاجتماعي.

٣- التغيير الاجتماعي.

والجدير بالإشارة في هذا السياق أن النظريات الاجتماعية لوسائل الاتصال لم يتم تطويرها في فراغ، ولكنها جاءت استجابة طبيعية لأسئلة مثارة في المجتمع أو لتوجيه البحوث الأميريقة في مجال الاتصال أو للمساعدة في تقديم تفسيرات علمية مقبولة لنتائج هذه البحوث، كما أنه لا توجد نظريات اجتماعية خاصة بالاتصال الجماهيري ولكن هناك تطويع للنظريات الاجتماعية للتعامل مع قضايا الاتصال الجماهيري (McQuail, 1987, 102)

منهج البحث والاعتبارات الموجهة له:

يمكن رصد وتحليل الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري من خلال التعرف على القضايا البحثية موضع الاهتمام، والمشكلات والتساؤلات التي تتعامل معها البحوث، والنظريات والمناهج التي توظفها، والانتقادات الموجهة لها، وقد استند هذا البحث لبعض الموجهات العامة فيما يلي أهمها:

- ليس هناك انقطاع كلي ومفاجئ في الاتجاهات البحثية في أي مجال علمي بما في ذلك البحث في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري، فإذا كانت سمة البحث العلمي هي التراكم والتواصل فإنه من الصعب أن نجد توقفا أو بداية مفاجئة لاتجاهات بحثية معينة.

ومع ذلك فإن القضايا المطروحة للبحث والدراسة في المجالات العلمية المختلفة عرضة للتطور بفعل عوامل عديدة لعل أهمها الاكتشافات العلمية في العلوم الطبيعية، أو المشكلات الاجتماعية في العلوم الإنسانية والاجتماعية وكذلك تطور أدوات ومناهج البحث العلمي، ومن الواضح أن تطور البحث في علوم الاتصال

الجماهيري بصفة عامة وفي التأثيرات الاجتماعية بصفة خاصة ارتبط بشكل وثيق بتطور تكنولوجيا الاتصال من جانب وبالتطورات التي يشهدها المجتمع الدولي سياسياً واقتصادياً واجتماعياً من جانب آخر، فالعولمة والاتجاهات المعارضة لها وظهور مجتمع المعلومات تركت آثارا واضحة على الاتجاهات الأساسية للبحث في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري - كما سيتضح فيما بعد - العامل الحاسم إذا في الاتجاهات البحثية الحديثة في التأثيرات الاجتماعية هو مجموعة التحولات السياسية والاقتصادية والثقافية الدولية المرتبطة بالعولمة جنبا إلى جنب التطورات الحادثة في البيئة الاتصالية الدولية والمحلية، وأعني بها تحديدا تكنولوجيا الاتصال المعاصرة التي أوجدت مجتمعات افتراضية جديدة، وأعادت أو كادت أن تعيد صياغة المجتمع الإنساني من جديد (Yu, 1994, 64).

لم تترك وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة تأثيراتها على المجتمع فقط، ولكنها غيرت كذلك من المفاهيم والاتجاهات البحثية لدى المجتمع الأكاديمي، وأوجدت حالة من الاضطراب في القضايا والأدوات والنتائج البحثية تشير إليها الكثير من الدراسات الجادة في التخصص ((Dizard, 1994, 26)، وربما يرجع ذلك إلى طبيعة المرحلة الانتقالية لبحوث التأثيرات الاجتماعية ومحاولة الباحثين مد الجسور بين القديم والجديد، فعملية تطويع نظريات ومناهج البحث القديمة لقضايا بحثية جديدة ليست أمرا سهلا، إذ تمثل الاتجاهات البحثية الجديدة جسرا يربط بين عدد من العلوم الفرعية في الاتصال الجماهيري والشخصي والجمعي والوسطي والثقافي والدولي (Hoyt et al, 1999).

لم يجد الباحث تعريفا لمفهوم الاتجاه البحثي، إلا أن ذلك لم يمنع من محاولة وضع مفهوم يوجه مسار هذا البحث، فالاتجاه البحثي لا يشير إلى مجرد بحث هنا أو هناك أو إلى نظرية بعينها، ولكنه تعبير عن علاقة تفاعل بين النظرية وتطبيقاتها، أي بين الفكر والممارسة، تفاعلا ينتج عنه سيادة توجه بحثي متكامل له من البناء، أو

البناءات النظرية والممارسات البحثية والنتائج العلمية، والانتقادات الفكرية والمنهجية ما يجعله قادرا على توجيه البحث العلمي في فترة زمنية بعينها، وهو متجانس في داخله ومتباين عن غيره من حيث أهدافه ووسائله، ومن المؤشرات التي يستند لها هذا البحث في تحديد هوية الاتجاهات البحثية يمكن أن نرصد الآتي:

١- قوة الاتجاه البحثي ممثلة في سيادة نوعية مترابطة ومتشابهة من البحوث في المجلات والمؤتمرات والرسائل العلمية في التخصص.

٢- تنوع التطبيقات والمناهج والأدوات البحثية المستخدمة.

٣- سعة انتشار الاتجاه البحثي، أي وجود تطبيقات متعددة له في دول ومجتمعات مختلفة، وهو ما يعطى الاتجاه البحثي طابعه العالمي.

٤- استمرارية الاتجاه البحثي للدرجة التي تسمح للباحثين بمناقشة الأبعاد المختلفة للنظرية أو النظريات التي يقوم عليها، وقد استند هذا العمل إلى عدد من المؤشرات في تقدير حداثة الاتجاهات البحثية من أهمها:

١- التطورات الجديدة للاتجاهات البحثية الراسخة والتي تجعل الاتجاهات بنظرياته وتطبيقاته يتسم بالحدثة.

٢- القضايا البحثية الجديدة والتي تطرح تساؤلات بحثية في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري لم تكن متاحة منذ خمس أو عشر سنوات على أقصى تقدير، وفي هذه القضايا يعمل الباحثون على تطوير بناءات نظرية جديدة ملائمة أو تطوير نظريات قديمة ذات صلة وثيقة بها.

٣- التركيز على البحوث الخاصة بوسائل الاتصال الجماهيري الجديدة.

وفي ضوء الاعتبارات والمفاهيم المنهجية السابقة اعتمد البحث على مصادر المعلومات الآتية:

- ١- المجالات العلمية في الاتصال الجماهيري، وبخاصة تلك التي تتعامل مباشرة مع التأثيرات الاجتماعية منذ منتصف الثمانينيات حتى الآن.
- ٢- قواعد البيانات الخاصة بقضية البحث سواء كانت متاحة على الإنترنت أو الميكرو فيلم خلال نفس الفترة الزمنية.
- ٣- المؤتمرات العلمية للاتحادات الدولية لبحوث الاتصال الجماهيري، وتمثل مصدرًا ثريًا للاتجاهات البحثية من خلال ما تثيره من قضايا ومناهج ونقاط تركيز بحثية دولية، كما تعكس البحوث المنشورة لهذه المؤتمرات هموم وتساؤلات وتطلعات الباحثين في التخصص.
- ٤- المراجع العلمية الحديثة في التخصص.
- ٥- استشارة أساتذة وباحثي الاتصال الجماهيري في عدد كبير من الدول من خلال سؤال محدد تم توزيعه على مجموعات المناقشة والحوار التي تضم المجتمع العلمي في الاتحادات والجمعيات العلمية للاتصال الجماهيري والتي يشترك فيها الباحث، وفي ضوء الموجهات السابقة تم التركيز على بعض الاتجاهات البحثية دون تشعب أو دخول في التفاصيل أو اقتضاب مغل، كما حاول الباحث أن يكون العرض من منظور نقدي ومستقبلي قدر الإمكان. وفي بعض الأحيان استدعى تبيان التطورات الحديثة للاتجاهات المعروضة العودة إلى أصولها.

### الاتجاه العام لبحوث التأثيرات الاجتماعية الحديثة:

يشير تتبع الاتجاهات العالمية الحديثة لبحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري إلى وجود سمات عامة تميزها فيما يلي أهمها:

أولاً: غياب الاتجاهات البحثية الجديدة:

لعل أهم ما توصل إليه هذا البحث هو غياب الاتجاهات البحثية الجديدة تمامًا والمختلفة كلية عما سبقها في بنائها النظري والمنهجي، فعلى الرغم مما فرضته وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة من تحولات حقيقية في نظم وعمليات الاتصال، إلا أن

ذلك لم يفرز توجهات بحثية تتسم بالإبداع والجدة في مجال التأثيرات الاجتماعية، والجدير بالملاحظة هو أن يحدث التراجع في التنظير العلمي والمنهجي في نفس السياق الزمني الذي حدث فيه ثورة الاتصال، ففي خلال الفترة ما بين ١٩٣٠ و ١٩٨٠ قادت مجموعة من الدراسات البارزة كل الاتجاهات البحثية في مجال تأثيرات وعمليات الاتصال الجماهيري، ومنذ هذا التاريخ ١٩٨٠ حتى الآن لا يوجد سوى عدد قليل جداً من البحوث ذات الإضافات والإسهامات النظرية الجديدة، والتساؤل الذي يطرح نفسه هو: لماذا لم تتطور بحوث ونظريات التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال بنفس درجة تطور وسائل وتكنولوجيا الاتصال في العقدين السابقين؟ ويفسر DeFleur هذا التراجع على المستوى العلمي في ضوء عدة متغيرات أهمها ما يلي:

١- لم تعد بحوث التأثيرات الاتصالية في الوقت الحاضر تحظى بذات الأهمية في العلوم الاجتماعية والسلوكية، فقد شتهت الأربعينيات والخمسينيات أعمال علماء الاجتماع أمثال Lazarsfeld and Merton وعالم العنف الاجتماعي Hovland وفي الستينيات اشتغل الكثير من أساتذة علم النفس في بحوث التأثيرات، وتحديد العلاقة بين التلفزيون والعنف، وفي السبعينيات تراجع إسهام علماء النفس إلا أنه لم يتوقف، وفي أواخر الستينيات والسبعينيات اتجه الباحثون في علمي الاجتماع والنفس إلى دراسة السلوك الانحرافي وأسباب ونتائج التمييز الاجتماعي، أي إلى مشكلات ذات طابع اجتماعي لا اتصالي.

٢- غياب البرامج البحثية المتكاملة في الوقت الحاضر، فبحوث الاتصال في فترة التراجع العلمي لم تعتمد على خطط وبرامج بحثية، ولكنها بحوث فردية متناثرة تفتقر إلى التراكم العلمي، بخلاف ما كان عليه الحال نسبياً في فترات سابقة.

٣- التحول إلى الدراسات الكيفية والنقدية، فقد شهدت فترة ازدهار بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري الاعتماد الكثيف على مناهج

البحث الكمي وأساليب القياس المنضبط، أما في عالم اليوم فقد ارتفع معدل الباحثين الذين يتناولون التأثيرات الاجتماعية وغيرها من منظور نقدي فكري (DeFleur, 1998, 85)، وعلى الرغم من أهمية هذا التوجه ودوره في البحث، إلا أنه لم يولد نظريات واتجاهات بحثية جديدة ذات قيمة، باعتبار أنه لا يعتمد على أدوات بحثية صارمة من خلالها يمكن استكشاف تأثيرات ونتائج وسائل الاتصال الجماهيري، فالنتائج والتفسيرات غالبًا ما تكون محددة قبل بدء البحث لأنها ربما تنبثق من توجهات أيديولوجية معينة، أما البحوث الكمية فتقوم على نظام معين تخضع فيه الظاهرة المدروسة لضوابط معينة، كما تخضع العلاقات المفترضة بين المتغيرات للملاحظة وأحيانًا التحكم من قبل الباحث، ويمكن التعرف على طبيعة العلاقات السببية والارتباطية في مثل هذه البحوث، والأهم أن أي نتيجة قابلة للتعديل بل الرفض في ضوء البحوث المستقبلية.

- ٤- تحول الباحثين الأكاديميين من البحث العلمي الهادف إلى بناء النظرية إلى صناعة الاتصال والإعلان والتسويق، ومن ثم انصرف الاهتمام إلى بناء قاعدة بيانات تخدم تسويق المنتج أو الخدمة بالدرجة الأولى.
- ٥- تراجع حجم التمويل الخاص ببحوث التأثيرات الاجتماعية في الثمانينات والتسعينات مقارنة بالفترة السابقة، وهو ما أثر سلبًا على نمو البحوث الجماعية ودراسات التأثير متعددة المراحل ((DeFleur, 1998, 87).
- ٦- وإذا كانت الفترة الحالية تشهد تراجعًا في الاتجاهات البحثية الجديدة مقارنة بالعهود السابقة على المستوى العالمي، فإن الوضع على المستوى العربي يصعب مقارنته بحركة التطوير والإسهام العالمي لأسباب لا يتسع المقام لمناقشتها، ومع ذلك فإن السمة الغالبة للباحثين العرب في تعاملهم مع وسائل الاتصال الجديدة هي روح العداة دون دراسة كافية لماهيتها وإمكانية تطويعها لحاجات المجتمع، وفي هذا السياق يذكر أحد الباحثين أن العالم العربي لا توجد به دراسة متكاملة أو مشروع بحثي يتعامل مع وسائل الاتصال الحديثة وتأثيراتها

من منظور علمي (Salhi, 2000, 5). ولا ينفي ذلك وجود محاولات علمية مصرية وعربية جادة تتناول أثر وسائل الاتصال الجماهيري على الهوية الثقافية والعلاقات الاجتماعية وغيرها من القضايا الهامة. وعلى مستوى التنظير تكاد تكون السمة المسيطرة على بحوث التأثيرات الاجتماعية في العالم العربي هي إعادة تطبيق النظريات العلمية العالمية على الواقع المحلي، والمقام لا يتسع لمناقشة إيجابيات وسلبيات هذه الظاهرة إلا أن الحاجة تبدو ماسة لتطوير اتجاهات بحثية تبدأ من الواقع وثقافته المحلية وتعود إليه وتتفاعل في الوقت نفسه مع الخبرة العالمية.

ثانيا: المطالبة بتبني توجه نظري ومنهجي جديد:

استشعر عدد من الباحثين أهمية التطوير النظري والمنهجي لتجسير الفجوة بين التطور في وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة والعجز النظري والمنهجي المصاحب للوسائل التقليدية، وقد طالب هؤلاء بضرورة الابتعاد عن بحوث التأثيرات الاتصالية بالطريقة التي أجريت بها منذ نشأة بحوث الاتصال والتي تتمحور حول النموذج الخطي للاتصال، وتقوم النظرية الجديدة للاتصال على فكرة تحليل الشبكات الاتصالية ومن خلالها يتم دراسة تدفق المعلومات داخل النظام، فضلا عن دراسة العلاقات بين المتغيرات وبعضها، فبحوث التأثيرات الاجتماعية وفق المنهج القديم كانت تعتمد على اختيار عدد من المبحوثين لمعرفة أثر عدد من المتغيرات المستقلة ذات الصلة بوسائل الاتصال على عدد من المتغيرات التابعة ذات الصلة بالمبحوثين، وفي كل الأحوال يمثل الفرد وحدة التحليل. وفق التصور الجديد للاتصال فإن "العلاقات الاتصالية" لا "الفرد" هي وحدة التحليل (Hoyt et al, 1999, 384, & Rogers, 1988, 202)

بحوث التأثيرات الاتصالية وبحوث شبكات الاتصال:

النموذج الاتصالي: في بحوث التأثيرات يسود النموذج الخطي بينما في تحليل الشبكات يسود النموذج التفاعلي.

وحدة التحليل: الفرد هو وحدة التحليل في بحوث التأثيرات، بينما تمثل العلاقات الاتصالية بين الأفراد وحدة التحليل الأساسية في تحليل الشبكات.

المتغيرات التابعة: في بحوث التأثيرات تمثل المعارف والاتجاهات أو السلوكيات متغيرات تابعة، فيما تتعامل بحوث تحليل الشبكات الاتصالية مع متغيرات تابعة أخرى مثل التفاعل والتفاهم والاتفاق أو الاختلاف بين طرفي العملية الاتصالية.

المتغيرات المستقلة: خصائص الأفراد هي المتغيرات المستقلة في بحوث التأثيرات بينما تمثل الأبنية الاتصالية المتغيرات المستقلة في الشبكات الاتصالية.

ويصبح التساؤل الرئيسي في بحوث الشبكات الاتصالية هو السلوك الاتصالي نفسه، ولا يقل عنه أهمية عنصر الوقت، والذي يعطي التفاعل الاتصالي معنى، ويتطلب فهم السلوك الاتصالي التعامل مع مفهومين هما التقارب والتباعد، ويشير التقارب إلى حجم التفاهم والانسجام الاتصالي بين المتفاعلين في شبكة اتصالية واحدة، فيما يتعامل مفهوم الابتعاد مع التنافر وسوء التفاهم بين الوحدات المتفاعلة.

ويميل الباحث في تحليل الشبكات الاتصالية إلى التركيز على متغيرات ذات طابع اتصالي أكثر منها سياسي أو استهلاكي أو نفسي وغيرها من أنواع السلوك المستعارة من علوم اجتماعية أخرى، ويمكنه أن يتتبع حدوث التغييرات في السلوك الاتصالي بسهولة طالما كانت هناك أكثر من نقطة زمنية، وطالما كانت المادة الاتصالية متاحة ومخزونة في ذاكرة القناة الاتصالية، إلا أن هذا التوجه النظري لا يزال يمثل مطلباً بحثياً أو حاجة نظرية لم تشبع بعد ولم تشهد تطبيقاً لها في بحوث التأثيرات الاجتماعية (Rogers, 1988, 204).

ثالثاً: أثر العولمة باعتبارها الظرف التاريخي الدولي الأهم الذي بدأ يشكل القضايا الرئيسية لبحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري، فالأمم المتحدة ومنظمة اليونسكو وغيرها من المؤسسات بدأت تركز الاهتمام حول أثر وسائل

الاتصال الجماهيري الحديثة في قضايا التنمية الاجتماعية والتعليم وغيرها، وأصبحت الفجوة الرقمية ونتائجها الاجتماعية وكيفية التغلب عليها أحد المداخل الهامة للبحث في العديد من المتديات الدولية للاتصال، وكان لهذا الاتجاه أثره الواضح في وضع الأسس لإسهامات عديدة في هذا المجال لعل أهمها تقريري اللجنة الدولية للثقافة والتنمية عن "تنوعنا الإبداعي" ١٩٩٥ و"التقرير الثقافي الدولي" الأول ١٩٩٨، (World Commission on Culture and Development، 1998)، كما برز هذا الاتجاه واضحا في كلمة مدير عام اليونسكو أمام قمة العالم والتي عقدت في كوبنهاجن عام ١٩٩٥، وستوكهولم عام ١٩٩٨ والتي أشار فيها إلى أن التنمية الاقتصادية ليست أكثر من أداة لتحقيق التنمية الاجتماعية، والتي ترتبط بالدرجة الأولى بالسلام، وحقوق الإنسان، ونظم الحكم الديمقراطية، والبيئة، وثقافة ونمط حياة الشعوب، ومن ناحية أخرى فقد أعلن البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة عام ١٩٩٠ مفهوما للتنمية البشرية يعطى الأولوية لتنمية الإنسان ويعكس توجهها بديلا لمفهوم التنمية الذي كان يركز على النمو الاقتصادي، ونتيجة لهذا التحول في المفهوم أعيد صياغة مفهوم الفقر ليشمل أبعادا جديدة مثل انخفاض المستوى الصحي والتعليمي والحرمان المعرفي والاتصالي وغياب القدرة على ممارسة الحقوق الإنسانية والسياسية، وغياب الكرامة واحترام الذات (Hamelink, 2000, 24).

ولعل قيمة هذا التحول الجديد أنه ساهم في وضع أولويات جديدة للبحث في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري، إذ تمثل أدوات أساسية للمساهمة في التنمية بمفهومها الجديد، إلا أن المفهوم الجديد للتنمية يصطدم بتحديات عديدة أهمها الفجوة الرقمية والمرتبطة بعجز الدول النامية عن المشاركة في إنتاج واكتساب وتوزيع واستهلاك المعرفة في شكلها التقني الجديد نتيجة لظروفها المادية والفنية والاجتماعية، ولذلك تبنى البنك الدولي والاتحاد الدولي للاتصالات السلوكية واللاسلكية مشروعات مختلفة تهدف في مجموعها إلى تضيق الفجوة بين الدول الغنية والفقيرة في مجال تكنولوجيا الاتصال. (Selvin, 2000 & Craig, 2000)

من التحليل السابق يتضح أن أثر وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة على بحوث التأثيرات الاجتماعية قد تركز في اتجاهين: الأول هو ظهور مشكلات وقضايا بحثية جديدة تطلبت تطويرا لآليات البحث وأدواته لتستجيب لتحديات فرضتها التكنولوجيا الجديدة. أما الاتجاه الثاني فيمكن في كون وسائل الاتصال الجديدة في ذاتها أصبحت أدوات لجمع وتحليل البيانات، ولكونها أدوات بحثية جديدة، فإنها ليست متقنة تمامًا.

### أهم الاتجاهات البحثية:

نعرض فيما يلي لأبرز الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية دون الدخول في تفاصيل هذه الاتجاهات بحسبان أن مناقشة الملامح العامة تكفي للتعرف على طبيعة الاتجاه البحثي، وقضيته، والنظرية أو النظريات التي يوظفها، والمناهج والإستراتيجيات التي ينهض عليها، كما اعتمد هذا الجزء في جانب منه على استعراض لأهم النتائج والاستخلاصات من منظور نقدي ومستقبلي قدر الإمكان.

وجدير بالإشارة أن هذه الاتجاهات البحثية ليست جديدة تمامًا كما أنها ليست قديمة تمامًا، فالسمة العامة هي أنه منذ منتصف الثمانينيات حتى الآن لم ينجح باحثو الاتصال في تقديم عمل إبداعي وأصيل وأن الجديد هو محاولات تطويع الاتجاهات النظرية التقليدية لمتطلبات ثورة تكنولوجيا ووسائل الاتصال الجماهيري المعاصرة ربما وفق أدوات بحثية جديدة أو بعض المفاهيم الجديدة، إلا أن العامل المميز هو سيطرة الفكر البحثي السابق على قضايا الألفية الثالثة (DeFleur, 1998, 86)، ويبدو أن الفجوة تتزايد بين حالة التغير في طبيعة وبيئة وسائل الاتصال الجماهيري وحالة الثبات في مناهج ونظريات البحث المصاحبة لها ناهيك عن تلك التي يمكن أن تتنبأ بتأثيراتها وعملياتها.

## الاتجاه الأول: الغرس الثقافي:

وجهت نظرية الغرس الثقافي بحوث التأثيرات الاجتماعية وعلى الأخص تأثير التلفزيون على إدراكنا ومعتقداتنا عن الواقع الاجتماعي لأكثر من عشرين عامًا، وعلى الرغم من أن الحجم الأكبر من دراسات الغرس الثقافي دارت حول العنف والجريمة، إلا أنها استخدمت كذلك لدراسة الأثر التلفزيوني بشأن قضايا متنوعة مثل التوجهات السياسية، Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli, 1982, 1984، والتكامل العرقي Matabane, 1988، والصورة الذهنية، كما شهدت النظرية تطبيقات واسعة لها في دول عديدة في الشرق والغرب، وتميل معظم البحوث إلى الاعتماد على النظرية وأسلوب تطبيقها وفق الرؤية الأصلية لها، إلا أن Gerbner نفسه في مداخلة له في أعمال مؤتمر اتحاد الاتصال الدولي والذي عقد في New Orleans عام 1988 أشار إلى وجود اختلاف واضح بين رؤيته ورؤية الكثير من الباحثين من بعده حول مفهوم النظرية وتطبيقاتها، وقال بإيجاز أن ما يدعون باتهامهم لنظرية الغرس الثقافي يفعلون شيئاً آخر. (Saito, 1996, 5)

وقد وصل اهتمام Gerbner بهذا الاتجاه إلى حد قوله بأنه لو أراد المؤرخون في المستقبل أن يتعرفوا على البيئة الثقافية التي نشأ فيها الأطفال في النصف الثاني من القرن العشرين لن يجدوا أفضل من الدراسات التي أنتجتها نظرية الغرس الثقافي (Gerbner, 1999, 175).

## ماذا تعني نظرية الغرس الثقافي؟

تمثل بحوث الغرس جزءاً من مشروع بحثي أوسع أطلق عليه اسم "المؤشرات الثقافية" أجري وفق ثلاث مراحل هي:

- فحص ودراسة السياسات الإعلامية الموجهة لتدفق المضمون الاتصالي.
- تحليل دقيق ومفصل للدراما التلفزيونية.
- دراسة التأثيرات الناتجة عن التعرض المكثف لعالم التلفزيون (Baran and Davis, 1995, 306).

وقد نُظر إلى هذا المشروع (المؤشرات الاجتماعية) على أنه نظرية كلية ومنظور شامل لدراسة تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري، والمقصود بالغرْس هو أن التأثير التلفزيوني مختلف - إلى حد كبير عما تفترضه بحوث التأثيرات - فالتأثير لا يخلق ولا يعكس الصور والآراء والمعتقدات، ولكنه جزء لا يتجزأ من عملية اجتماعية ديناميكية، فالحاصل هو أن الاحتياجات والأهداف الخاصة بوسائل الاتصال تؤثر في تدفق الرسائل والمعلومات التي تتفق في الغالب مع احتياجات وقيم واهتمامات الجمهور الذي يتشبع بالواقع التلفزيوني ويرى العالم من خلاله) (Saito, 1996, 8).

### إستراتيجيات التحليل:

يبدأ الغرس الثقافي بتحليل أكثر النماذج تكرارًا واستقرارًا في المضمون التلفزيوني، وهو مضمون لا يتعلق ببرنامج محدد بقدر ما يرتبط بما يقدمه التلفزيون ككل، ولا ينفي ذلك أن الكثير من دراسات الغرس قامت على تحليل لبرامج أو مضامين محددة تم التوصل من خلالها إلى قياس تأثيرات ثقافية واجتماعية معينة، إلا أنها لا تقيس الافتراضات الرئيسية للغرس الثقافي، ولما كان هناك اختلاف حقيقي بين الواقع الاجتماعي الحقيقي والرمزي التلفزيوني، فإن المسوح الميدانية تعتمد إلى استكشاف الدروس المحتملة التي يمكن أن يتعلمها الأطفال والمراهقون والشباب من مشاهدة الدراما، والنظرية بصفة عامة ليست إلا محاولة لفهم النتائج المترتبة على التعرض للصور والنماذج والقصص والرسائل الأكثر تكرارًا في التلفزيون بحسبانه القوة الثقافية الأكثر سيادة وسيطرة في هذا العصر، والنظرية ليست بديلا عن بحوث التأثيرات ولكنها مكملتها (Gerbner, 1999, 180).

ومن هذا المشروع انتهى Gerbner إلى أن الغرس الثقافي كتأثير تلفزيوني يعمل في اتجاه الضبط والاستقرار الاجتماعي، وتنشئة المجتمع وفق معايير وسلوكيات محددة ويرتبط هذا التأثير بما انتهى إليه Klabber من أن التأثير الأساسي للتلفزيون

هو تدعيم الأوضاع القائمة، فالاتصال الجماهيري، أو بعبارة أخرى الإنتاج الجماهيري للبيئة الرمزية، يعكس القوة السياسية والثقافية في المجتمع، وهي نوع القوة التي تنتج نوع المعلومات والرسائل التي تغرس أو تزرع الوعي الجمعي (Saito, 1996, 10 & Dominick, 1996, 511).

### أهم الانتقادات:

تعرض الغرس الثقافي لبعض الانتقادات العلمية أهمها ما جاء في كتابات Hirsh and Condry من أن العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والمعتقدات الخاصة بالواقع الاجتماعي أكثر تعقيدا مما طرحته النظرية، مما يجعلها قاصرة عن التعبير عن هذه العلاقة، وقد نالت هذه القضية اهتمام الباحثين خلال العقدين الماضيين، ولصعوبة التوصل لعلاقات ارتباطية محددة اقترحوا ثلاثة اتجاهات تحكم العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وإدراك الواقع الاجتماعي هي:

- ١- أن مشاهدة التلفزيون تشكل إدراك المتلقي للواقع الاجتماعي.
- ٢- ادراك الواقع الاجتماعي يوجه ويحدد سلوك الفرد الخاص بمشاهدة التلفزيون.
- ٣- مشاهدة التلفزيون وإدراك الواقع الاجتماعي تجمعهما معاً علاقة تأثير متبادل (Baran and Davis, 1995, 309).

وقد أخضع Morgan خمس وثمانين (٨٥) دراسة علمية منشورة عن الغرس الثقافي - للتحليل من المستوى الثاني Meta-Analysis - اختلفت فيما بينها من حيث المعالجات الإحصائية، وإستراتيجيات التحليل، والمتغيرات التابعة وأسلوب جمع البيانات، وحجم العينة وأسلوب قياس المشاهدة التلفزيونية، وبدون الدخول في التفاصيل التي لا تسمح بها حدود هذا البحث، فإن نتائج هذا التحليل الشامل الذي غطى عقدين من الزمان تشير إلى أن حجم تأثير الغرس ضعيف حيث كانت قيمة  $R=0.09$ ، مع اختلاف بسيط من دراسة لأخرى حسب طبيعة المتغيرات التابعة (Morgan and James, 1997).

وثاني أهم الانتقادات يرتبط بتجاهل هذا الاتجاه البحثي للمشاهد الذي يمكن أن يفسر مضمون ما شاهده بطرق مختلفة عما يحتويه النص، فهناك فرق بين الواقع كما يعبر عنه المضمون التلفزيوني والواقع كما يستوعبه المشاهد، فالرسالة التلفزيونية في رأي بعض الباحثين تعني أشياء مختلفة لجماهير مختلفة، أما الرؤية الاجتماعية العامة التي تنطبع في أذهان الجمهور عن الواقع الاجتماعي ربما لا تكون واقعية، ويرتبط بهذا الانتقاد ما ذكره البعض من أن نظرية الغرس الثقافي تفترض سلبية المشاهد، إلا أن التمييز بين التأثير الأولي والتأثير الثانوي للغرس الثقافي من ناحية وبين المعتقدات على المستوى الشخصي والمعتقدات على المستوى الاجتماعي من ناحية أخرى يمكن أن يقدم قوة دفع جديدة للنظرية لتوجيه البحوث في هذا المجال، ويشير التأثير الأولي إلى معتقدات المشاهد عن الحقائق التي يكتسبها نتيجة لمشاهدته للتلفزيون، في حين يشير التأثير الثانوي إلى ما يستخلصه المشاهد من صور ذهنية عن الواقع الاجتماعي مرتبطة بمعتقداته في المستوى الأول (Saito, 1996, 12)، وقد انتهى باحثون آخرون إلى أن الدراما التلفزيونية يمكن أن تترك تأثيرها على المعتقدات ذات الطابع الاجتماعي في حين لا تؤثر على المعتقدات الشخصية.

ثالثاً: جاء التحدي الحقيقي للنظرية من دراسات Wober في بريطانيا التي لم تثبت الافتراض الرئيسي للغرس، ومن دراسات Tamborini and Choi, 1990 والتي أثبتا فيها أن العلاقة بين التلفزيون والغرس زائفة لأن المؤثر الحقيقي هو حجم العنف في العالم الخارجي وعلى الأخص في المدن الأمريكية التي تنتشر بها جرائم العنف (McQuail, 1987, 204).

وإجمالاً يمكن القول إن الغرس الثقافي قد فرض نفسه كاتجاه بحثي في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري خلال العقدين الماضيين، ولا يزال يجذب الباحثين حول فروضه وهي:

١ - أن المضمون التلفزيوني متشابه إلى حد كبير، وأن مشاهدته تحدث بشكل غير انتقائي.

٢ - وأن هذا المضمون يشكل ويشوه إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.

((Gerbner et al 1994 & Morgan & Shanaham, 1997))

وبينما ركزت البحوث التي أُجريت في هذا المجال قديماً على الرؤى الاجتماعية المشوهة والنتيجة عن مشاهدة التلفزيون، اتجهت البحوث الحديثة إلى تحليل الكيفية التي تحدث بها عملية الغرس الثقافي نفسها، وبالتحديد أثر الذاكرة على التصور الذي يستقيه المرء من مشاهدة التلفزيون. ((Rubin and Haridakis, 2000, 68))  
أثر الغرس الثقافي على دراسات التأثير الاجتماعي في مصر:

يشير التحليل العام لرسائل الماجستير والدكتوراه في كلية الإعلام جامعة القاهرة في التسعينيات من القرن العشرين إلى سيادة بحوث التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال الجماهيري المبنية على نظرية الغرس الثقافي، إلا أن المتبع لإستراتيجيات تحليل الغرس الثقافي يرى اعتماد الدراسات المصرية على رؤية للغرس الثقافي تختلف عن الرؤية الأصلية له كما وضعها Gerbner والتي تقوم على تحليل عام للسياسات الإعلامية المسئولة عن سيادة نمط معين من المضمون التلفزيوني أو الدراما التلفزيونية كخطوة أولى، تليها عملية تحليل للمضمون التلفزيوني ككل وليس لبرنامج بعينه أو مجموعة من البرامج أو المسلسلات، والأهم أن يستمر تحليل المضمون لفترة زمنية طويلة قد تستغرق عقدا كاملاً، وفي مرحلة ثالثة يتعرف الباحث على أثر الأفكار والنماذج الأكثر تكراراً على إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي.

البحوث المصرية في هذا الاتجاه تكاد تكتفي بدراسة العلاقة بين برنامج معين أو مجموعة من المسلسلات على إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي، وعلى الرغم من نجاح مثل هذه الدراسات في الكشف عن التأثير الاجتماعي والثقافي لمضمون

تليفزيوني معين، إلا أنه يصعب القول بانتهاها لهذا الاتجاه البحثي كما عبر عنه صاحبه، ومن أهم الدراسات المصرية في هذا الاتجاه نجد البيومي ١٩٩٥، والحسيني ١٩٩٨، وأبو النصر ١٩٩٨، وشقير ١٩٩٩، ومحمود ٢٠٠٠، وعبد العظيم ٢٠٠٠، وندا ٢٠٠٠، والدر ٢٠٠١، وأياً كان درجة التفاوت النسبي في قوة أو ضعف الارتباط بين المتغيرين الرئيسيين في هذه الدراسات مجتمعة، إلا أنها تشترك في إثباتها للفرض العام للغرس الثقافي.

الجدير بالملاحظة هنا أن الثمانينيات تشهد بزوغ هذا الاتجاه وتأثيره في دراسات التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال الجماهيري في الولايات المتحدة، في حين تشهد التسعينيات تطبيقاً واسعاً له في الدراسات المصرية، ولعل هذه الملاحظة تنسحب على كل الاتجاهات البحثية الأخرى، فهناك تتابع زمني بين التطور البحثي الغربي والمصري، ولعل التساؤل الذي يطرح نفسه هو ما موقف العقل العربي من هذه الظاهرة، وإلى أي مدى تنعكس إيجاباً أو سلباً على تطوير البحث الأكاديمي في مجال الاتصال الجماهيري عامة والتأثيرات الاجتماعية خاصة؟ فعلى الرغم من الطبيعة العالمية للمنهج العلمي للبحث والتفكير، إلا أن اختلاف الظروف المجتمعية يمكن أن تقود العقل العربي إلى اتجاهات نظرية تعكس هذه الظروف، فالأمر المؤكد هو أن السياسات الإعلامية والاجتماعية وأساليب المشاهدة وخصائص المشاهدين، ومشكلات الواقع الاجتماعي وأساليب التعبير عنها في البرامج التلفزيونية وغيرها لا يمكن أن تكون متماثلة بين المجتمعات العربية والغربية، وأياً كان حجم التجريد الذي تعبر عنه النظرية والذي يعطيها قوة تفسيرية دولية واسعة إلا أن أعمال العقل في الوقائع المختلفة يمكن أن يقود إلى اتجاهات نظرية وبحثية مختلفة.

**الاتجاهات البحثية الأخرى ذات الصلة بالغرس الثقافي:**

يرتبط بهذا الاتجاه عدد من الاتجاهات البحثية الأخرى التي استفادت منه وأفادته في نفس الوقت وأن كانت أقل منه تأثيراً في دراسات التأثير الاجتماعي

لوسائل الاتصال الجماهيري، ومنها وسائل الاتصال وبناء الواقع الاجتماعي، ويستقي هذا الاتجاه أصوله العلمية من نظريات الغرس الثقافي والدراسات النقدية والثقافية ودراسات المعالجة الإعلامية، فالأخبار التليفزيونية وفق بعض دراسات هذا الاتجاه تبنى الذاكرة القومية للأمم (Huazhu, et al, 1994). وتشير دراسات أخرى إلى أن وسائل الاتصال الجديدة تساعد الثقافات المحلية على التكيف مع العولمة، كما يرتبط بهذا الاتجاه كل البحوث التي أجريت عن العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري والتنشئة الاجتماعية وتتجه البحوث التي تفحص دور وسائل الاتصال في التنشئة لدراسة أثرها كمصدر أولى للمعلومات، وتعتمد على المسوح الميدانية بشكل رئيسي، وتقارن بين وسائل الاتصال وغيرها من المصادر في تزويد النشء بالمعلومات عامة وفي مجال السياسة خاصة.

وتسعى بحوث أخرى لدراسة أثر وسائل الاتصال في التنشئة من خلال تشكيل الاتجاهات والتصورات والمعتقدات (Comstock, 1997, 568 & Hiebert et al, 1997). وترتكز مئات الدراسات على تحليل القوالب والأنماط الجامدة التي تقدمها وسائل الاتصال المرئية، فقد أبرزت حرب الخليج الثانية إلى أي مدى تم تصوير العرب في الإعلام الغربي وإلى أي مدى كان لذلك أثر على صورة العرب في الخارج عموماً وفي تنشئة الأطفال خصوصاً (Kellner, 1993).

وهناك مئات الدراسات وعشرات الكتب حول صورة العرب والإسلام في الغرب، وكلها تكاد تجمع على حقيقة التشويه المتعمد وغير المتعمد لوسائل الاتصال الجماهيري الغربية للعرب والإسلام، ويميل عدد من هذه الدراسات إلى البحث في التأثيرات المترتبة على الصورة النمطية على مستوى الاتجاهات والسلوكيات وكيف يمكن أن تعمل في اتجاه تنشئة الغرب على التحيز العنصري ضد العرب وتصويرهم كأمة غير متحضرة، عايش، 1994، Karim, 2000، Kamalipour, 2000، Hafez, 2000، Hamada, 2000، 1997، كما تعالج دراسات أخرى أثر مشاهدة الأطفال للعنف التليفزيوني على اتجاههم وسلوكهم إزاء العنف.

وهناك عدد آخر من البحوث يناقش أثر وسائل الاتصال الجماهيري على التنشئة في حالة غياب مصادر أخرى للخبرة أي عندما تكون وسائل الاتصال هي المصدر الوحيد للمعلومات والاتجاهات والسلوك، ولم تحسم الدراسات التي أجريت في هذا الاتجاه الإجابة حول ما إذا كانت هناك علاقة سببية بين مشاهدة البرامج التي تقدم العنف والسلوك العدواني، ومن أهم التعميمات في هذا الاتجاه أن مشاهدة العنف التلفزيوني ليست إلا أحد المتغيرات التي يمكن أن تقود إلى السلوك العدواني.

الإعلان التلفزيوني وتضليل الأطفال، يحظى هذا الاتجاه البحثي باهتمام خاص في الولايات المتحدة لعدة افتراضات:

١- أن الأطفال أكثر تعرضاً للتلفزيون من غيرهم ولا يجب أن يتعرضوا للاستغلال.

٢- الإعلان التلفزيوني يمكن أن يضل الأطفال بسهولة من خلال أساليب الإغراء في عرض المنتجات.

٣- التأثيرات طويلة الأجل لمشاهدة الأطفال للإعلان التلفزيوني يمكن أن يكون لها نتائج سلبية على تنشئة الطفل كمستهلك مرتقب ((Dominic, 1996, 536). وقد أجريت العديد من الدراسات في هذا الشأن فضلاً عن دراسات أخرى تناولت العلاقة بين مشاهدة الأطفال والمراهقين للإعلان التلفزيوني والنظرة المادية للحياة.

وفي مقابل هذه الاتجاهات التي ترى في التأثيرات الاجتماعية السلبية مجالاً خصباً للبحث بدأت اتجاهات بحثية أخرى تفحص العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري والسلوك الاجتماعي الإيجابي، والاتجاهات الإيجابية وتنمية السلوك الجماعي، والاستقلال الذاتي لدى الطفل، ومنها أيضاً كل البحوث الخاصة بالتعلم

الاجتماعي، وتكاد تكون النتيجة واحدة في البحوث الغربية والمصرية في هذا الاتجاه وهي فاعلية البرامج التلفزيونية في تزويد المتلقي بمهارات مختلفة، وإكسابه طرقاً فعالة للتعامل الاجتماعي، ونهاجاً إيجابية لمواجهة المشكلات خاصة على مستوى الأطفال، ومن البحوث المصرية التي أُجريت في هذا الاتجاه نجد فؤاد، ١٩٩٩، وزين العابدين، ١٩٩٩، وأحمد، ١٩٩٩، وإسماعيل، ١٩٩٩، ومعرواي، ٢٠٠١. استشراف المستقبل:

لم يكشف هذا البحث عن تطبيق للغرس الثقافي في علاقته بوسائل الاتصال الجماهيري الجديدة وأهمها الإنترنت، وما يقترحه هذا البحث هو إمكانية الاستفادة من الأفكار العامة للغرس الثقافي في الكشف عن العلاقة بين الواقع الاجتماعي كما يعبر عنه المضمون الاتصالي بالإنترنت ورؤية الجمهور لواقعه الاجتماعي، ويمكن أن يعتمد هذا الاتجاه على أربع إستراتيجيات هي:

١. دراسة معدل انتشار وتبني الإنترنت في دولة أو دول معينة وقياس الفجوة الرقمية داخل هذه الدولة.
٢. دراسة سياسات الحظر والرقابة التي تفرضها هذه الدولة أو تلك المواقع ومضامين معينة.
٣. دراسة السلوك الاتصالي لجمهور الإنترنت في علاقته بالمواقع المختلفة في الدولة أو الدول التي خضعت للدراسة.
٤. تحليل الأفكار والنماذج الأكثر تكراراً في هذه المواقع.
٥. دراسة أثر السلوك الاتصالي نحو الإنترنت على رؤية الجمهور للواقع الاجتماعي المحلي والدولي، ولعل الجديد في هذا التوجه هو إمكانية تطوير بناء نظري وتوجه بحثي يعتمد على دراسة السياسات الموجهة للإنترنت والجمهور والمضمون ذي الطابع العالمي.

## الاتجاه الثاني: الاستخدامات والإشباع في القرن الواحد والعشرين:

يرى بعض الباحثين أن أي محاولة لدراسة الاتجاهات البحثية والنظرية في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري في المستقبل يصعب عليها أن تتجاهل نظرية الاستخدامات والإشباع، فقد أدى ظهور وانتشار وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة كالإنترنت إلى بعث الحياة من جديد في هذه النظرية، وتتسم النظرية بطبيعة نفسية اجتماعية، وتتخذ من الجمهور محوراً لها، كما تبحث في التأثيرات الاجتماعية غير المباشرة، وتفترض أن الجمهور نشيط وإيجابي في تعامله مع وسائل الاتصال بهدف إشباع الاحتياجات النفسية والاجتماعية له. (Rubin, and Haridakis, 2000) وقد بنيت معظم الدراسات الحديثة للاستخدامات والإشباع على نفس التصور الذي قامت عليه البحوث منذ ثلاثين عاماً تقريباً، إلا أنها اتسعت لتشمل وسائل الاتصال الجديدة مثل القنوات الفضائية والكمبيوتر والإنترنت (Lillie, 1998).

وتمثل النظرية مدخلاً علمياً مناسباً لدراسة التأثيرات الاجتماعية في كل مرحلة من مراحل تطور وسائل الاتصال الجماهيري تكنولوجياً، كالصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت، وعلى الرغم من أن الباحثين لا يزالون يعتمدون على نفس الأدوات والمفاهيم، إلا أن الحاجة أصبحت ماسة لتطوير نوع المفاهيم النظرية والأدوات المنهجية التي تتفق مع طبيعة وسائل الاتصال الجماهيري في القرن الواحد والعشرين، فالنماذج المعاصرة يجب أن تستوعب مفاهيم مثل التفاعلية وتجزئة الجمهور، والمضامين الاتصالية عبر الإنترنت، والالتزامية، وعلى الباحثين أيضاً أن يكونوا قادرين على بحث الجوانب الكيفية والشخصية للاتصال عبر الإنترنت وفقاً لمنهج عام وشامل وكلي.

وإذا كانت قوة الاتجاه مرتبطة بمسارته كإطار نظري واستيعابه للجديد في وسائل الاتصال الجماهيري، فإن الاستخدامات والإشباع وفق هذا المنظور يعد اتجاهها قادراً على توليد المزيد من البحوث الخاصة بالتأثير الاجتماعي لوسائل

الاتصال الجماهيري الجديدة، فقد شهدت الخمسينيات والستينيات محاولات بحثية عديدة لتشخيص المتغيرات النفسية والاجتماعية المفسرة لاستخدامات وسائل الاتصال، كما طور الباحثون نهج جديدة لاستخدامات الجمهور لوسائل الاتصال لإشباع احتياجات نفسية واجتماعية متعددة وذلك في السبعينيات، بينما اتجه الباحثون في الثمانينات نحو مراجعة مفهوم الجمهور النشط. وفي التسعينيات استفاد الباحثون من الانتقادات الموجهة لهم من الدراسات المقارنة، ومن إلحاح الباحثين لتطوير المناهج والأدوات البحثية، ومن التوجه الهادف لاستخدام وسائل الاتصال كظاهرة اجتماعية اتصالية متداخلة ومتكاملة. (Ruggiero, 2001, 5)

**العلاقة بين الاستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الاتصال:**

ترى نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال أن التأثير يعتمد على العلاقات المتداخلة بين الوسائل والجمهور والمجتمع، فرغبة الفرد في الحصول على المعلومات هي المتغير الرئيسي الذي يفسر التأثيرات المعرفية والنفسية لوسائل الاتصال، كما أن الاعتماد على الوسائل يقوى عندما يرى الفرد أن أهدافه تتحقق من خلال المعلومات التي يحصل عليها، والجديد هنا هو الربط بين استخدام وسائل الاتصال والإشباعات، فالتأثير الاتصالي من وجهة نظر العديد من الباحثين يحدث إما نتيجة للاعتماد على وسائل الاتصال في جلب المعلومات، أو نتيجة لمجرد استخدامها، وتمثل العلاقة بين الاعتماد على وسائل الاتصال والاستخدامات الوظيفية لها قدرة النظرية على توجيه البحوث المستقبلية بين المفاهيم الخاصة بنظرية الاعتماد على وسائل الاتصال ونظرية الاستخدامات (Comstock, 1994, Rubin and Haridakis, 2000). وقد تطورت نظرية الاستخدامات والإشباعات في التسعينيات لتغطي ثلاثة مجالات أساسية هي:

١. دور البحث عن الإشباعات في التعرض لوسائل الاتصال.
٢. العلاقة بين الإشباعات والأطر التفسيرية التي يدرك من خلالها الجمهور مضمون وسائل الاتصال.

٣. العلاقة بين مضمون وسائل الاتصال الجماهيري والإشباعات (Ruggiero, 2001, 7).

### الاستخدامات والإشباعات ووسائل الاتصال الجماهيري الجديدة:

أدت تكنولوجيا الاتصال المعاصرة إلى إحياء الاهتمام بهذا الاتجاه لكونها تقدم للجمهور فرصاً أوسع من الاختيارات وعدداً أكبر من الاستخدامات والإشباعات (Chanberlain, 1994)، ونتيجة لهذا الفهم أجريت دراسات عديدة حول الاستخدامات والإشباعات لوسائل الاتصال الجديدة (Walker, 1991 Games et al, 1995 Jacobs, 1995 Funk, 1996 Perse and Dune, 1992, Lin, 1996).

إن هذا الاهتمام المتزايد لاستخدام هذا الاتجاه مع وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة وفي مقدمتها الإنترنت يعد نتيجة منطقية لخصائص هذه الوسائل وأهمها التفاعلية، والجمهور المجزأ، وصفة اللاتزامن، والتفاعلية عززت من المفهوم الرئيسي للمستخدم النشط الذي تقوم عليه نظرية الاستخدامات والإشباعات، إذ يشير المفهوم إلى تبادل الأدوار بين القائمين بالعملية الاتصالية وفق درجة أعلى من السيطرة والتحكم، والتفاعلية في نظر البعض الآخر مفهوم متعدد الأبعاد قوامه تعدد فرص المشاركة والاختيار المتاحة أمام المستخدم، وحجم المجهود الذي يبذله المشارك في العملية الاتصالية من أجل الحصول على المعلومات. وتشير التفاعلية كذلك إلى دور الوسيلة في تفعيل وتشجيع التفاعل الشخصي بين قطاعات جماهيرية واسعة. (Al- Menayes, 1997, and Ruggiero, 2001, 9).

أما المفهوم الثاني المرتبط بوسائل الاتصال الجديدة والذي يعمل في اتجاه سيادة هذا الاتجاه فهو مفهوم الجمهور المجزأ، أو بعبارة أوضح إمكانية القائم بالاتصال أن يصل برسالته إلى جماهير عديدة كل منها يمثل قطاعاً متجانساً في داخله بخلاف الحال مع وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية التي تصل إلى جمهور عام متباين وغير قادر على الاتصال المباشر والفوري مع القائم بالاتصال، أو بأعضاء آخرين

في نفس الجمهور. ويشير المفهوم الثالث "اللاتزامنية" Asynchronicity إلى إمكانية إرسال واستقبال الرسالة عبر الوسيلة الاتصالية في الوقت الذي يناسب ظروف طرفي العملية الاتصالية، أي أن المرسل والمتلقي لديه إمكانية إرسال واستقبال وتخزين واستدعاء المعلومات من الوسيلة في الوقت الذي يراه ملائماً له (Yu, 1994).

وسوف نعرض بإيجاز لبعض الأمثلة البحثية التي تبرز التوسع في استخدام هذا الاتجاه مع وسائل الاتصال الجديدة فقد ركزت دراسات عديدة على اكتشاف الدوافع الاجتماعية لاستخدام الإنترنت، وتوصلت إلى أن أهمها هو حاجة الفرد إلى إشباع بعض الحاجات المجتمعية مثل الهروب من مشاكل الحياة اليومية وتكوين علاقات اجتماعية والبحث عن المعلومات، وقد أجريت دراسات أخرى حول ما أطلق عليه Goldberg إدمان الإنترنت استخدمت فيها مقاييس محددة لقياس إدمان الإنترنت (Chi, 2001). ومن الاتجاهات ما يدرس الدافع خلف التعرض للمواد الإباحية بالإنترنت وأثر ذلك على السلوك الاجتماعي للشباب والأطفال والمراهقين (Lundark, 1998).

وفي الصين أُجري بحث موسع استهدف التعرف على أهم النتائج الاجتماعية لاستخدام الإنترنت، وأثرها على وسائل الاتصال التقليدية، كما قدم Angus محاولة رائدة لبناء نموذج لاستخدام وتبني الإنترنت في المجتمع (Angus, 2000). وفي تاوان أُجريت دراسة على ٢٠٠٠ من الشباب بهدف التحقق من أثر استخدام الإنترنت على التفاعل الاجتماعي للشباب في الحياة اليومية وكذلك الظروف المحيطة بالاستخدام (الأسباب والنتائج) (Wang, 2000)، وفي Hong Kong استهدف البحث معرفة أثر العوامل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية واللغوية على تبني الإنترنت (He and Zhou, 2000)، وفي Singapore استهدف البحث المقارنة بين استخدامات وإشباعات الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيري التقليدية

والإنترنت كوسيلة اتصال جديدة، وأثر الإنترنت على العلاقات الاجتماعية بين المستخدمين (Choi et al, 2000).

ولا يزال استخدام هذا الاتجاه في العالم العربي وفقاً على وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية، إذ تشهد رسائل الماجستير والدكتوراه على تنوع في تطبيقات نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث استخدمت لدراسة استخدام الجمهور المصري للإعلان التليفزيوني وإشباعاته، حسن، ١٩٩٥، وللتعرف على استخدامات الصفوة المصرية للراديو والتليفزيون المحلي والدولي، فرج، ١٩٩٥، واستخدام الجمهور المصري للشبكة الإخبارية المصرية، شاهين، ١٩٩٦، واستخدام شبكة المعلومات وأثره على معدلات التعرض، الساعي، ١٩٩٧، واستخدام المراهقين للأفلام السينمائية والإشباع التي تحققها، درويش، ١٩٩٧، واستخدام الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو والتليفزيون والإشباع المتحققة منها، الحاج، ١٩٩٨. والاحتياجات الاتصالية لكبار السن من وسائل الإعلام، حسين، ٢٠٠١، واستخدام أساتذة الجامعة للإذاعات المحلية بالإمارات، الحاجة، ١٩٩٧.

وتنتهي كل هذه البحوث تقريباً بنتيجة واحدة وهي تحقق الفروض التي بنيت عليها النظرية، والأثر القوي للمتغيرات الديموجرافية على أنماط وعادات استخدام الجمهور لوسائل الاتصال. ويبدو أن ثمة بوادر للتوسع في تطبيق هذا المدخل على وسائل الاتصال الجديدة في مصر حيث تناقش بعض الدراسات استخدامات الصحفيين وأساتذة الجامعة للإنترنت وتأثيراتها، بخيت، ٢٠٠٠، واستخدام الشباب العربي للإنترنت، طابع، ٢٠٠٠.

### التأثيرات الاجتماعية المتعارضة:

يهيمن الحوار بين الباحثين حول التأثيرات الاجتماعية للإنترنت كوسيلة اتصال جماهيري، فهي مؤهلة لأن تحدث تغييرات واسعة في حياة المواطن العادي كما فعل

التليفون في بداية القرن العشرين والتليفزيون في الخمسينيات والستينيات منه. والتساؤل الذي لا يكف الباحثون عن طرحه هو ما طبيعة التأثير الذي يمكن أن تلحقه الإنترنت في حياة الفرد، وما إذا كان إيجابياً أم سلبياً، أي هل ستعمل على تعزيز المشاركة الاجتماعية والعلاقات الإنسانية أم تضعفها، Lundark et al, 1998, Chi, 2000, Lufur, 1999). ولذلك ظهرت بحوث عديدة تشكل اتجاهها متكاملًا يربط بين الاستخدام المكثف والأثر الاجتماعي المترتب عليه.

ومع الاتفاق بين الباحثين حول حقيقة أن الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيري جديدة في طريقها إلى تحقيق تغييرات جوهرية في الحياة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية للأفراد والمجتمعات والدول على السواء إلا أن نتائج الدراسات لا تزال غير حاسمة بل يصل حجم الاختلاف بينها إلى حد التعارض التام، فهناك من يرى أن الإنترنت تعمل على عزلة الفرد اجتماعياً وإبعاده به عن العلاقات الاجتماعية الحقيقية (Putnam, 1997). في مقابل من يرون أن الإنترنت تعمل على تحسين العلاقات الاجتماعية من خلال تحرير الفرد من القيود الجغرافية أو الصحية أو غيرها حيث تعمل على بناء علاقات اجتماعية قائمة على أساس الاهتمامات المشتركة وليس وفق أي معيار آخر ((Cark and Adams, 2001).

وتشير البحوث في هذا السياق إلى تراجع كبير في العلاقات الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي حجم التفاعل الاجتماعي، فحجم المشاركة الانتخابية يتناقص، وحجم النشاط الديني والسياسي والاجتماعي التطوعي في تدهور مستمر، ولهذا التراجع عواقب وخيمة على التماسك الاجتماعي ومستوى حياة الفرد. فعلى المستوى الاجتماعي يرتبط غياب التفاعل الاجتماعي بارتفاع معدلات الجريمة في المجتمع، والفساد السياسي، والانحراف الاجتماعي، وفي المقابل فإن المشاركة الاجتماعية يرتبط بها قدرًا أكبر من الأداء السياسي الجيد للحكومة، والتماسك الاجتماعي والتعليم الأفضل والخدمات والمنتجات الأكثر جودة، وعلى المستوى الفردي فإن العزلة الاجتماعية تؤدي إلى تدني مستوى الحياة

الاجتماعية للفرد وتراجع مستوى الحياة النفسية والصحية في مقابل الصحة النفسية والبدنية لأولئك الذين يرتفع حجم تفاعلهم الاجتماعي.

(Putnam, 1997, Besser, 2000, Villegas, 1997, Dahlan, 1995, Salem, 1998)

والإنترنت تشبه التليفزيون في هذا التأثير من حيث إضعاف حجم ونوع التفاعل الاجتماعي اليومي والاحتفاظ بالمشاهدين بعيدًا عن بعضهم البعض. وتتعارض النتائج العلمية بشأن هذا الأثر، فهناك من يرى أن الإنترنت تعزز من التماسك الاجتماعي، Huston et al, 1992, Murray & Kippax, 1987، ومع ذلك هناك من الدراسات ما يشير إلى النقيض تمامًا، Brody, 1990, Neuman, 1991، وغيرهم كثيرون، فالإنترنت وغيرها من تكنولوجيا الاتصال تعمل على فقدان النشاط الجسدي وندرة الاتصالات الشخصية القائمة على المواجهة الشخصية على الرغم من أنها ترفع من المهارات الشخصية والثقة في النفس. وقد أثبتت دراسة Lundmark et al 1998 أن استخدام الإنترنت يكون على حساب العلاقات الاجتماعية والتماسك الاجتماعي، كما أنه يكون أيضًا على حساب الصحة النفسية للمستخدم.

ويشارك (Dan Schiller 1999 & Herman and Robert, 1997) غيرهم في هذا التوجه والمؤيد للتأثيرات الاجتماعية السلبية للإنترنت، وعلى الأخص ما يتعلق بتحويل المجتمع للعمل بمنطق السوق وسيادة هذه الروح حتى على مستوى التعليم العام والجامعي، إلا أن هناك من النتائج ما يشير إلى الإنترنت كوسيلة فعالة للاتصال الفعال بكل إيجابياته (Kaye, 2001, 10).

ويرتبط بهذا الاتجاه نوع من البحوث يقارن بين التأثيرات الاجتماعية لكل من الصحافة والإذاعة والتليفزيون والإنترنت، وعلى وجه التحديد أثر هذه الوسائل على الثقة المتبادلة بين الأشخاص وأثرها على المشاركة المدنية. والجديد في هذا

التوجه البحثي هو تعاضم أثر الإنترنت مقارنة بالوسائل التقليدية في تأثيرها على الثقة المتبادلة بين المشاركين في عملية الاتصال، وكذلك في تدعيم المشاركة المدنية، إلا أن البحوث التي أُجريت في هذا المجال لم تنجح في إثبات ما إذا كان البحث عن المعلومات هو الذي يدعم الثقة المتبادلة بين الأفراد والمشاركة الاجتماعية، أم أن العكس هو الصحيح، الثقة المتبادلة بين الأطراف والمشاركة الاجتماعية الأوسع هي التي تدفع إلى استخدام الإنترنت للبحث عن المعلومات. وتشير نفس البحوث إلى أن أثر أي من الوسائل مرتبط بنوعية معينه من المضمون الاتصالي، أي أن العبرة ليست بمجرد الاستخدام، ولكن بمضمونه (Shah, 2001).

### مستقبل الاستخدامات والإشباعات:

عندما ظهرت نظرية الاستخدامات والإشباعات لأول مرة تحول السؤال البحثي في الاتصال الجماهيري من "ماذا تفعل وسائل الاتصال في الجمهور إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاتصال"، أي أنها غيرت من اتجاه البحث بناء على افتراض مفاده أن الجمهور لا يتكون من مجموعة من الأفراد السلبيين ولكنه نشيط ويبحث عن المعلومات، ولديه احتياجات محددة سلفًا تقوم بدور الموجه في استخدام الوسائل والبرامج.

وفي تقدير الباحث فإن السؤال البحثي الذي سيوجه البحث في التأثيرات الاجتماعية، وفي الاتصال الجماهيري بصفة عامة لم يعد "ماذا يفعل الجمهور باستخدامه لوسائل الاتصال في علاقته بإشباع حاجاته فقط"، ولكن سيصبح لماذا وكيف يستخدم الجمهور وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة للوفاء بحاجاته وحاجات الآخرين، والفكرة خلف هذا التساؤل البحثي مستقاة من طبيعة الوسائل الجديدة التي لا تمكن الفرد النشط من الاستخدام لمجرد تلبية حاجاته، ولكن لتلبية حاجات الآخرين في الوقت نفسه، فكل فرد قد يكون لديه الحرية والإمكانية لأن يصبح دار نشر متنقلة ووسيلة اتصال متحررة ومصدرًا للحدث

الهام وأداة لإشباع احتياجات الآخرين طالما أنه يمتلك مهارات التعامل الفعال. وفق هذا النموذج المقترح للاستخدامات والإشباع يمكن تصنيف جمهور الوسائل الجديدة إلى ثلاث فئات فرعية هي:

- ١- جمهور سلبي سيظل خاضعًا لتأثيرات الإنترنت وغيرها من الشبكات الدولية.
- ٢- جمهور نشيط يستخدم الوسائل الجديدة بوعي لإشباع احتياجات محددة لديه.
- ٣- جمهور مؤثر، وأعني به ذلك القطاع الأقل حجمًا والأكثر تعليمًا وافتتاحًا على العالم الخارجي، والساعي لإشباع حاجاته بطريقة انتقائية، والمساهم في إشباع احتياجات الآخرين، سواء بشكل فردي من خلال استخدام الإنترنت كوسيلة للاتصال الشخصي، أو بشكل مؤسسي من خلال استخدامها كوسيلة للاتصال التنظيمي والإداري داخل مؤسسات الأعمال، وآخر وليس أخيرًا بشكل جماهيري حينما يخاطب قطاعات واسعة ومتباينة تتزايد أو تتناقص وفقًا لكم ونوع اللغات، والرموز العالمية التي يستعين بها لتكويد رسالته.

### الاتجاه الثالث: التوجه الجديد للإمبريالية الثقافية:

يمر هذا الاتجاه البحثي (الإمبريالية الثقافية والإعلامية) بمراجعة شاملة للأسس النظرية والمنهجية التي يستند إليها وذلك نتيجة لسيادة بيئة إعلامية دولية تتسم بأعلى درجات التنوع والتعدد الإعلامي أو على الأقل بيئة إعلامية تسمح بذلك، فضلًا عن مشكلات منهجية تتعلق بأساليب قياس الأثر. وكما هو معروف يعود مفهوم الإمبريالية الثقافية إلى عقد الستينيات، وفي أمريكا اللاتينية على وجه التحديد، وقد ترك هذا المفهوم أثره على بحوث تأثيرات الاتصال الجماهيري عامة وبحوث التأثيرات الاجتماعية منها خاصة. ومن الباحثين الأكثر ارتباطًا بهذا الاتجاه Antonio Pasquali, 1963, Lus Ramiro Beltran 1976, Fernando Reyes Matta, 1977, and Mario Kaplun 1973 وفي السبعينيات أعطت حركة عدم الانحياز لهذا المفهوم دفعة قوية، ومن بين الباحثين الغربيين الذين ارتبطت

إسهاماتهم بهذا الاتجاه نجد Armand Mattelart , Herbert Schiller, Dallas  
(Roach, 1997) Smyth.

وقد ارتبطت بحوث هذا الفريق بالتحليل البنائي للاتصال والمجتمع وبكتابات  
Althusser , Gramsci, ومدرسة فرانكفورت النقدية، والفكرة المحورية لهذا الاتجاه  
هي العلاقة بين التوسع الاقتصادي للرأسمالية الأمريكية في دول الجنوب واستيراد  
منتجات الثقافة الجماهيرية والاتصال الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال بصفة عامة.  
وقد أثرى هذا المفهوم الجدل الخاص بالنظام الإعلامي الدولي الجديد ودراسات  
التدفق الدولي للمعلومات، والأخبار والتدفق الثقافي بين الشمال والجنوب. وتمثل  
أعمال Nordenstreng, Galtung, Mattelart and Schiller أبرز ما كتب في هذا  
الاتجاه (Tomlinson, 1991).

والواقع أن العديد من تكنولوجيا الاتصال وشبكات المعلومات المعاصرة لم  
تكن متاحة في الوقت الذي كتب فيه Schiller في السبعينيات من القرن العشرين عما  
أطلق عليه "الغزو الأمريكي الإلكتروني العالمي". وقد حقق هذا الاتجاه نمواً كبيراً  
دون أن يطور طرقاً لقياس أثر وسائل الاتصال الأمريكية في هذا الشأن على قيم  
الفرد العادي في دول العالم المختلفة (Parker, 1994)، وتشير البحوث إلى ارتباطه بما  
أسماه المهتمون ببحوث التأثيرات في الولايات المتحدة بالانقسام الثقافي بين  
تكنولوجيا الاتصال السابقة على التلفزيون والتغيرات المرتبطة بالتلفزيون،  
فدراسات الغرس الثقافي لـ Gerbner، والتعلم الاجتماعي لـ Bandura ودراسات  
Signorielli حول تأثيرات التلفزيون كان تعتمد على مقاييس محددة للوصول  
إلى نتائج تحتبر الفروض الخاصة بالعلاقة بين سلوك مشاهدة التلفزيون  
والتأثيرات الاجتماعية موضع الدراسة. ولذلك يرى هؤلاء أن الافتراض  
القائل بوجود إمبريالية ثقافية مرتبطة بالتلفزيون الأمريكي سيظل عديم  
الجدوى وفاقد الصلاحية ما لم يطور أنصاره مقاييس علمية منضبطة لقياس  
الأثر (Patrick, 1992).

## الأساس النظري للإمبريالية الإعلامية والثقافية:

في تصنيفه للتأثيرات الثقافية والاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري تحدث McQuail عن الفئات الخمس الآتية:

- ١- تغيير شامل لقيم الفرد في ظل التحول من نمط الحياة القبلية والتقليدية إلى الحياة العصرية.
- ٢- دور وسائل الاتصال في التغيير المخطط من خلال عمليات وبرامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- ٣- الحتمية التكنولوجية أو حتمية وسائل الاتصال الجماهيري من خلال دورها في تشكيل المجتمع اتصاليا وثقافيا.
- ٤- الغرس الثقافي من خلال قدرة الوسائل الاتصالية على إيجاد رؤية مشتركة للواقع الاجتماعي.
- ٥- الإمبريالية الثقافية والتي تنظر لوسائل الاتصال الجماهيري على أنها أداة لبسط سيطرة النفوذ الغربي وعلى الأخص القيم الغربية على مجتمعات الدول النامية (Parker, 1994).

## التحديات التي تواجه الإمبريالية الثقافية:

جاءت أبرز انتقادات هذا الاتجاه من بعض أنصاره وتمثلت في الدعوة إلى أهمية تحليل العوامل القومية الداخلية جنباً إلى جنب العوامل الخارجية، ودراسة بعض القوى الإمبريالية من المستوى الثاني مثل فرنسا وإنجلترا (Roach, 1997)، وتعويض الفقر المنهجي والأساس النظري لمفهوم الإمبريالية الثقافية. أما أوجه النقد الحديثة للإمبريالية الثقافية فقد جاءت من أعمال Katz and Liebes في أواخر الثمانينات عندما توصلوا في بحوثهما إلى أن الأقليات المختلفة تقرأ نفس البرامج بطرق متباينة، وأن الجمهور يعتمد على شبكة من العلاقات الاجتماعية لتفسير ما

تتضمنه البرامج من معانٍ، مما يمثل تحدياً لمفهوم الأيديولوجية المهيمنة أو الإمبريالية الثقافية.

وفي تحليل من المستوى الثاني لعدد كبير من البحوث التي أُجريت للتحقق من الأثر الاجتماعي والثقافي للبت التلفزيوني الأجنبي على الجمهور المحلي، قام (Elasmar and Hunter, 1997) بمقارنة نتائج ست وثلاثين (٣٦) دراسة أُجريت في خمس وعشرين دولة، وخلص الباحثان من هذا التحليل إلى وجود تأثيرات ضعيفة جداً لبرامج البث التلفزيوني الأجنبي على الجمهور المحلي، كما انتقد باحثون آخرون دراسات التدفق الدولي للمعلومات، وتأثيراته الثقافية لكونها لا تقوم على منهج علمي، بقدر ما تهدف إلى خدمة أغراض سياسية (Chadha and Kalyani, 2000).

و جاء التحدي المعاصر لبحوث الإمبريالية الثقافية من أعمال كل من Fisk, 1986, and Grsserg, 1984, 1994، والتي ارتكزت على مفهومي الجمهور النشط وتعددية الأفكار، فالجمهور وفقاً لهذه الدراسات متحرر، ولديه القدرة على تكوين المعاني التي يريدها من النص، ومن ثم ليس هناك أيديولوجية مهيمنة. وقد انتهى Fisk من بحوثه إلى تحدي العلاقة المفترضة بين مفاهيم الإمبريالية الثقافية والاقتصاد السياسي، وقد توصل إلى استنتاجه هذا من خلال إقراره بهيمنة البرامج الثقافية والإخبارية الغربية على العالم الثالث مع رفضه أن يكون هذه الهيمنة أية تأثيرات على ثقافة أو قيم الدول المتلقية لهذه المواد. وبناء عليه فإن سيطرة الغرب اقتصادياً على دول الجنوب لا يعني أنه يسيطر ثقافياً (Roach, 1997). وفي دراسته عن أثر الإنترنت على هوية المجتمع المسلم توصل حمادة ١٩٩٩ إلى رفض الفروض الخاصة بالإمبريالية الإعلامية والثقافية على المجتمع الإسلامي، والجديد هو نظرة المجتمع المسلم إلى وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة - المتحررة من القيود الحكومية، والأقل تكلفة، والأسرع والأكفأ من الوسائل التقليدية - على أنها تمثل فرصة أكثر من كونها تهديداً للثقافة والقيم والعلاقات الاجتماعية داخل المجتمع

المسلم. كما خلصت دراسات أخرى إلى أن انتشار الثقافة الغربية وغياب التوازن في التدفق الدول المعلوماتي والثقافي قد يمثل شيئاً إيجابياً للطرف المتلقي من حيث أنه يحفزها للمقاومة ويحثه على البحث عن التنوع الثقافي والتمسك بالقيم المحلية (Keniston, 2000).

ويبدو أن الإمبريالية الثقافية فقدت معظم أنصارها في التسعينيات، وأصبحت صورتها مختلفة تماماً عما كان عليه الحال في الستينيات، ولا يرجع ذلك فقط إلى نتائج البحوث التي سبق الإشارة إليها، ولكن لانحسار الفكر الماركسي وسقوط الاتحاد السوفيتي وأفول نجم دول عدم الانحياز. ونتيجة لكل هذا فإن أكثر الباحثين تأثيراً في فكر الإمبريالية الثقافية وهو Schiller بدأ هو الآخر يعيد النظر في مقولات السبعينيات، ففي مقالة شهيرة له في أوائل التسعينيات يقر بأن الإمبريالية لا تزال قائمة، ويستشهد بحرب الخليج الثانية إلا أنه يعترف أيضاً بالمفاهيم التي أثبتتها أنصار الجمهور النشط والمقاوم، ويضيف إلى ذلك فكرة تعدد مصادر الهيمنة الثقافية، إذ لم تعد الولايات المتحدة تحتكر تصدير المنتجات الثقافية والإخبارية في التسعينيات كما كان الحال في السبعينيات، فقد حل محلها الشركات متعددة الجنسيات، بالإضافة إلى الكثير من الدول الأوروبية. (Schiller, 1991).

ويمثل فكر Gerbner 1991 انتقاداً حاداً لمفهوم الجمهور المقاوم، حيث يرى أن قيام الجمهور بخلق المعاني الخاصة به يعد مفهوماً غير ذي معنى، لأنه لم يأخذ في الاعتبار أن التليفزيون يخلق معاني مشتركة بين الجمهور ويخلق واقعاً اجتماعياً رمزياً، وهذه المعاني الكلية والمشاركة ذات أهمية قصوى عند صياغة السياسات العامة. ومن أهم الأعمال التي تربط بين الإمبريالية الثقافية ومفهوم التحدي أو المقاومة نجد أعمال (Edward Said 1993) والتي يؤكد فيها على التلازم بين المفهومين معاً: الإمبريالية الثقافية والمقاومة من جانب الدول الخاضعة للاستعمار.

وفي آسيا أُجريت بعض البحوث حول هذا الاتجاه في ظل وسائل الاتصال

الجماهيري الجديدة كان أهمها بحث اختبار الفرضية الرئيسية لنظرية الإمبريالية الثقافية والقائلة بأن سيطرة الإنتاج الإعلامي والثقافي الغربي يدمر القدرة المحلية على الإنتاج الثقافي والإعلامي المحلي، ويهدد البيئة المحلية للإعلام المحلي. وتناول البحث بتحليل السياسات القومية الآسيوية الخاصة بالرقابة على المواد الإعلامية الخارجية وتفضيلات الجمهور، والمنافسة المحلية للإنتاج الأجنبي، وانتهى الباحث إلى أن ما يفترضه أنصار الإمبريالية الثقافية يقوم على مبالغة للواقع، وأن الخطر الحقيقي على الثقافة المحلية نابع من البيئة المحلية والقيود التي تفرضها الحكومات على النظام الإعلامي والثقافي المحلي وسيادة البرامج الترفيهية والإعلامية الهابطة، وغياب التعددية الإعلامية الحقيقية (Chadha and Kavori, 2000). ويبدو أن ما انتهى إليه الباحث الآسيوي ينسحب على الواقع العربي إلى حد كبير.

وتشير بعض الدراسات الأخرى إلى أن الحاجة أضحت ماسة في علوم الاتصال الجماهيري أكثر من أي وقت مضى للبحث في تأثير وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة على الهوية الثقافية. فالانتشار والتبني غير المتوازن لتكنولوجيا الاتصال المعاصرة تتطلب فهم الآتي:

- ١- الاقتصاد السياسي لإنتاج وتوزيع المادة الاتصالية.
- ٢- التأثيرات الاجتماعية والثقافية للمضمون الاتصالي في إطار الاستخدامات الثقافية والاجتماعية لها.
- ٣- الاستخدامات الإيجابية لوسائل الاتصال الجديدة والتي يمكن النظر إليها كأدوات فعالة لمقاومة الهيمنة الثقافية الغربية.
- ٤- كيفية استخدام أنظمة الاتصال الحديثة لبناء وتعزيز الهويات الثقافية في بيئة تتغير فيها الصور الدولية والمحلية. وقد أصبح هذا الاتجاه البحثي يحظى باهتمام خاص لدى اليونسكو التي أجرت مجموعة من الدراسات الخاصة "بوسائل الاتصال الجماهيري الجديدة والهوية" ومنها بحث دولي يقارن بين

أندونيسيا كمجتمع تقليدي وأستراليا كمجتمع صناعي، وانطلق البحث من فرضية أن وسائل وتكنولوجيا الاتصال الحديثة لا تؤثر فقط على الثقافة، ولكنها تترك تأثيراتها كذلك على التنمية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. ومن أهم نتائج البحث أن وسائل الاتصال الحديثة سوف تكون ذات أثر إيجابي إذا تم تكييف مضمونها وأهدافها لتتفق مع قدرات وإمكانات الجمهور المستهدف (Chris, 1987). وفي الهند نمت الدراسات الخاصة بالموضوع نفسه "الإنترنت والهوية الثقافية" وتشهد منطقة جنوب شرق آسيا بصفة خاصة اهتمامًا واضحًا بهذه القضية ويبدو ذلك جليًا من مراجعة المجلات العلمية لبحوث الاتصال في آسيا ومن تعدد المؤتمرات العلمية في هذا الشأن (Natesan and Rao, 1996).

ويلجأ الباحثون في هذا الاتجاه إلى التراث العلمي للهوية الثقافية كما عبر عنه مفكرون من أمثال Morley and Robins, 1995, Schlesinger 1987, Castells, 1997، فالهوية الثقافية وفقًا لهم هي نتاج التاريخ المشترك، والمعاني والممارسات الثقافية وأنماط السلوك المميزة للمجتمع، وهي تختلف عن الهوية الشخصية التي ترتبط بالخبرة الحياتية للفرد. وتراوح نتائج البحوث في هذا الاتجاه بين النظر إلى وسائل الاتصال الجديدة كأداة تهديد وهدم للهويات والثقافات المحلية وبين كونها فرصة للتنوع الثقافي ومواجهة الهيمنة الغربية. (Lillie, 1998)

وتقارن بحوث أخرى بين الإنترنت والتلفزيون الكابلي، وتنتهي إلى وجود درجة عالية من التشابه فيما بينهما، إلا أنها تشير إلى إمكانية الإنترنت في تقديم فرص أوسع من الاختيارات، ومع ذلك يبدو أن التأثير الاجتماعي والثقافي لهما متشابه إلى حد كبير (Besser, 1995). وفي بحث آخر مهم انتهى صاحبه لخلاصة تقول بعدم ملائمة تطبيق المفاهيم التقليدية للاتجاه البحثي للإمبريالية الثقافية الذي اعتمد على وسائل الاتصال التقليدية على الإنترنت لاختلاف بنية الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيري تفاعلية عن غيرها من وسائل الاتصال التقليدية. ويرتبط بهذا الاتجاه

مجموعة من البحوث تناولت العلاقة بين وسائل الاتصال الجديدة وقضيتي التغيير والاستقرار الاجتماعي، واستخدام الوسائل الجديدة لخدمة أغراض ثقافية واجتماعية معينة (Roach, 1997, Schiller, 1992, Wasko, 1995) فالوسائل الجديدة على هذا النحو غيرت من المفهوم التقليدي للإمبريالية الثقافية والإعلامية، وجعلت الاحتمال الأكبر هو التنوع والانتشار الثقافي.

وسائل الاتصال الجماهيري والهوية الثقافية في العالم العربي:

تباين الاتجاهات في العالم العربي إزاء وسائل الاتصال الجديدة، ومن أهم الأعمال التي رصدت هذا التباين بحث شامل قام على تحليل الدراسات الخاصة بالأثر الثقافي والاجتماعي في مجتمع الخليج، ويرصد البحث ثلاثة اتجاهات: الأول يرى أن المجتمع الخليجي ليس أمامه حيلة في التصدي لثورة الاتصال، وأن تأثيراتها الاجتماعية أكبر من أن تقاوم، ولذلك من الأفضل الدخول في هذا العالم الجديد. الثاني يقف على النقيض من الأول، ويرى خطورة التأثيرات المجتمعية لوسائل الاتصال الجماهيري الجديدة، وأنه لابد من استخدام كل الأساليب الرقابية لمنع تعرض الجمهور لما تبثه هذه الوسائل ويرى أنها خطر حقيقي على هوية مجتمع الخليج، ويحتل الاتجاه الثالث منطقة وسط بين سابقه إذ يرى أنصاره أن عولمة وسائل الاتصال الجماهيري حقيقة يجب التعامل معها ولكن يدعو إلى استخدام الرقابة من جانب وتعزيز الهوية والقيم الاجتماعية من جانب آخر.

ويرصد نفس البحث غياب أي عمل علمي متكامل يناقش الآثار الاجتماعية والثقافية لوسائل الاتصال الجديدة في العالم العربي. بالإضافة إلى سيادة روح العداة بين الباحثين والمفكرين العرب لوسائل الاتصال الجماهيري الجديدة دون دعم من حقائق علمية ((Salhi, 2000).

وفي اعتقاد الباحث أن أهم تأثير اجتماعي لانتشار وتبني وسائل الاتصال الجديدة في المجتمع الخليجي والعربي بصفة عامة يقع على المجتمع بشكل تراكمي،

وبطيء، وغير مباشر، فالأثر ينتقل من الوسائل الجديدة والمتحررة إلى التقليدية والأقل تحرراً، خذ على سبيل المثال قناة الجزيرة وتأثيرها على وسائل الاتصال التقليدية، ومن الأخيرة على المجتمع، فضلاً عن التأثير المباشر من الوسائل الجديدة إلى المجتمع. ويرصد باحث آخر وجهة نظر التيارين الإسلامي واليساري في التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال الجديدة، فكلاهما يتفق في نظرتيه السلبية وإن كان لأسباب مختلفة، حيث يراها الفريق الأول تعمل في اتجاه معاكس للقيم والرسالة ونوع العلاقات الاجتماعية التي ينشدها الإسلام، ويرتبط موقف اليساريين بعدائهم للعولمة وهيمنة الاقتصاد الرأسمالي الغربي.

ويمثل محمد عابد الجابري أكثر الباحثين العرب تحليلاً لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في إطار اهتمامه بالعولمة، وهو يتقبلها كظاهرة عالمية إلا أنه يدعو إلى تبنيتها في إطار الهوية العربية والإسلامية. والواقع أن أحد الاتجاهات البحثية العالمية الآخذة في النمو هو العلاقة بين وسائل الاتصال الجديدة والهوية المجتمعية ((Salhi, 2000, Servaes, 1994, Hamelink, 1994)). وفي بحثين درس حمادة، ٢٠٠٠، ٢٠٠١ العلاقة بين الاتجاهات النظرية والتطبيقية لتكنولوجيا الاتصال، وحرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة في المجتمع العربي والدول النامية عامة، وقد عالج البحث الأخير في جانب منه أثر وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة على سيادة الدولة للمحافظة على القيم الخاصة بها والهوية المميزة لها. ويبدو أن ندرة البحوث العربية في هذا الاتجاه مرتبطة بما ذكره الجمال، ٢٠٠١ في بحثه عن "بحوث الاتصال في الدول العربية في عصر العولمة" عندما أشار إلى أن البيئة السياسية العربية تؤثر بشكل مباشر على القضايا والاتجاهات البحثية وتحول دون إثارة القضايا ذات الطبيعة الثقافية والإيديولوجية، ولا تسمح بمشاريع بحثية من هذا النوع إلا إذا كانت تقدم تبريراً ودعماً للنظم السياسية، وأن حساسية النظم العربية في التعامل مع بحوث الرأي العام والجمهور بصفة عامة ستظل عقبة أمام تطور هذه النوعية من البحوث".

## الإمبريالية الثقافية: احتمالات المستقبل

إن سيادة هذا الاتجاه في الستينيات وتراجعها في التسعينيات يعد بمثابة مؤشر واضح على العلاقة بين هذا الاتجاه والتحويلات التي يشهدها المجتمع الدولي على كافة الأصعدة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتي يمكن إيجازها في كلمة واحدة وهي "العولة". وإذا كانت هناك إشكاليات منهجية يعاني منها هذا الاتجاه فهو في ذلك لا يمثل استثناء، فالقاعدة هي أن كل الاتجاهات البحثية عرضة لمثل هذه الانتقادات سواء من داخلها أو من خارجها، وفي الغالب يدفع الهجوم على اتجاه معين إلى تطويره وتفعيله. المشكلة على هذا النحو تبدو مرتبطة بالتحويلات الجديدة في طبيعة البيئة الدولية المعاصرة ذات القطبية الأحادية، ووسائل الاتصال الجماهيري الجديدة المختلفة في سماتها عن وسائل الاتصال التقليدية من حيث إنها:

- ١- وسائل لامركزية في إنتاج وتوزيع وتخزين واستهلاك المعلومات.
- ٢- غياب منطق الاحتكار الإعلامي والثقافي.
- ٣- وسائل اتصال تتيح للفرد التواصل مع ثقافته المحلية أيًا كان موقعه الجغرافي.
- ٤- اعتماد وسائل الاتصال الجديدة على حرية وإيجابية المتلقي في اختيار ما يريد، ونشر ما يريد في حدود أقل قدر من الرقابة على تصرفاته الشخصية، وبناء عليه فإن الاحتمال الأكثر توقعًا هو التناقص التدريجي في الاهتمام بالأثر الإمبريالي لوسائل الاتصال الجديدة. فالمشكلة التي يعاني منها الاتجاه ذات طبيعة سياسية وتكنولوجية أكثر منها علمية، ومع ذلك ربما يدفع التفاوت الكبير بين الدول الغنية والفقيرة في امتلاك وسائل الاتصال الجديدة، وسيادة اللغة الإنجليزية، وهيمنة المواقع الأجنبية على الإنترنت إلى التفكير في البحث عن مفاهيم نظرية وطرق منهجية تتلاءم مع إمكانية قياس الأثر الثقافي السلبي لهذه الوسائل على الهوية الثقافية والبناء الاجتماعي للدول الفقيرة. ومن المتوقع أيضًا أن يرتبط بعث هذا التوجه بعلاقة الصراع أو الحوار

الحضارى بين الغرب والإسلام، فهناك توجه نحو البحوث الخاصة بالصراعات الثقافية الناتجة عن وسائل الاتصال الجديدة (Wheeler, 1998, Keniston, 2000, Hedley, 1998, Marten, 1994, Natesan and Rao, 1996). وستظل مشكلة هذا الاتجاه في القياس العلمي لمفاهيم مثل الهيمنة الثقافية والإعلامية والتواصل الثقافي والانقطاع الثقافي والحوار أو الصراع الحضارى وأثر ذلك على مجمل الحياة الاجتماعية في المجتمعات التي تقع في هامش أو في قلب التنافس الثقافي.

### الاتجاه الرابع: تأثير الشخص الثالث

يعود هذا الاتجاه في نشأته إلى Davison 1983 وخلاصته أن الفرد يعتقد أن الآخرين أكثر تأثراً منه بوسائل الاتصال، وأن هذا التصور قد يؤدي إلى رد فعل سلوكي من جانبه. ويشير تنوع واستمرارية البحوث التي تقيس هذا الأثر إلى أن هذا الاتجاه قد نمت بحوثه وتحول إلى نظرية موجهة لبحوث التأثيرات. وتميل الدراسات في هذا الاتجاه إلى الربط بين تأثير الشخص الثالث Third-Person Effect كنظرية وغيرها من النظريات مثل دائرة الصمت ونظرية التبني المعرفي.

(Eichholz, 2000)

ومن أهم البحوث التي أجريت حول الفرض الأساسي للنظرية نجد Gunther, Thorson, 1992, Mundy, 1993, Salwen et al 1998, Cohen and Davis, 1991, Hung, 1998, Perloff, 1989, وغيرهم كثيرون، وفي الغالب كانت النتائج مؤيدة لرؤية النظرية، كما أضاف Davison فرضاً آخر للنظرية يقول بأنه هناك علاقة بين الانطباع الناتج عن التأثير القوي لوسائل الاتصال الجماهيري على الآخر وبين بعض النتائج السلوكية التي يقوم بها الفرد لحماية الآخرين مما يعتقد أنه سيضر بهم. وقد عنت دراسات أخرى يبحث العلاقة بين تأثير الشخص الثالث ونظرية تدرج التأثيرات الاتصالية من التأثير المعرفي إلى التأثير العاطفي إلى التأثير السلوك، وقد

ارتبطت هذه التأثيرات بحملات العلاقات العامة التي اتضح منها أن الفرد يرى الآخرين من حوله أكثر منه تأثرًا بحملات العلاقات العامة.

(Eichholz, 2000, Rubin and Haridakis, 2000)

وهناك من الدراسات ما يربط بين نظريتي تأثير الشخص الثالث ونظرية تفسير السلوك والتي تعني تحديدًا دراسة العمليات التي يستخدمها الجمهور لاستنتاج التفسيرات المحتملة لسلوك معين وتقوم على مجموعة من الافتراضات هي:

١- يدرك الجمهور السلوك باعتباره متعمدًا ومرتبطًا بأسباب معينة.

٢- يرتبط السلوك بالسماة العامة للجمهور.

٣- يقيم الجمهور سلوكه كنتيجة لأسباب داخلية وأخرى خارجية.

٤- يرى الجمهور أن الآخرين لهم سمات تشبههم. ومن الواضح أن هذه المبادئ والتي وضعها Heider تتعارض مع الفكرة الأساسية لنظرية تأثير الشخص الثالث، والتي تفترض أن الفرد يدرك الآخرين على أنهم يختلفون عنه وأنهم أكثر تأثرًا منه بوسائل الاتصال الجماهيري، ومع ذلك فإن Heider نفسه قد اعترف بأنه في بعض الحالات يفسر الفرد سلوكه وسلوك الآخرين بطريقة مختلفة، فهو يفسر سلوكه في ضوء متغيرات خارجية في حين يفسر سلوك الآخرين اعتمادًا على متغيرات داخلية تخص الفرد الآخر نفسه، على سبيل المثال يرى الفرد عدم فهمه لرسالة معينة في ضوء ما ينسبها لأسلوب الرسالة ومحتواها من مشاكل تحول دون الفهم الجيد، أي لأسباب خارجة عن إرادته الشخصية، وفي المقابل يفسر نفس الفرد عدم فهم الآخرين لنفس الرسالة لأسباب داخلية تخصهم على المستوى النفسي والاجتماعي أو تدني مستوى الذكاء لديهم... إلخ، وهنا وجه الالتقاء بين نظرية تفسير السلوك Attribution Theory وتأثير الشخص الثالث.

الفرد يبالي في الأثر السلبي لوسائل الاتصال الجماهيري على الغير نتيجة لقدراتهم المحدودة وانخفاض مستوياتهم التعليمية والاجتماعية، في حين ينفي عن

نفسه هذه النواقص. وتدلل مراجعة البحوث التي أُجريت حول هذا الاتجاه إلى ثراء في الدراسات الخاصة بالتأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري من هذا المنظور. وانتهت في معظمها إلى الإقرار بمبالغة الفرد في تقدير أثر مشاهد العنف التلفزيوني على الآخرين مقارنة بأثرها عليه (Salwen and Dupagne, 1999, Paul et al , 2000). وقد شكك أحد الباحثين في مصداقية هذا الاتجاه بأكمله عندما طرح تساؤلاً يقول: هل يمثل إدراك الفرد للتأثير التلفزيوني القوي على الشخص الثالث شيئاً طبيعياً وتلقائياً، أم أنه ينتج عن المقابلة البحثية، بعبارة أوضح يفترض التساؤل أن تأثير الشخص الثالث كما عبر عنه اتجاه بحثي كبير في التسعينيات من القرن العشرين ليس إلا اختراعاً من عمل الباحثين أنفسهم. وقد نوقشت نتائج هذا البحث في ندوة علمية خاصة عن هذا الاتجاه ضمن أعمال المؤتمر الدولي للاتحاد الدولي لتعليم الصحافة والاتصال. واختلف الباحثون حول الإشكالية المنهجية في هذا الاتجاه وكان التساؤل المطروح: هل يفكر الفرد في أثر الاتصال على غيره أثناء التعرض لمشاهدة التلفزيون، أم يفكر في أثر ذلك على نفسه فقط؟ وإذا كان صحيحاً أن الناس لا يفكرون بالفعل في تأثيرات الاتصال على الآخرين، فإن هذه النظرية وما ترتب عليها من بحوث لمدة عقدين من الزمان ليست سوى اختراع من قبل الباحثين.

فالمبحوث عادة لا يحكم على الآخرين إلا إذا شجعه الباحث على ذلك، وفي الغالب يبالغ الفرد في الأثر السلبي المتوقع حدوثه على الآخر كما تفترض النظرية. وطالب الباحثون بالكشف عن الأسباب التي تدفع بعض المبحوثين للاهتمام بالآخرين، وتلك التي تدفع البعض الآخر لعدم التعبير عن وجهة نظره إزاء الآخرين (Hu, 1999). وقد طرحت دراسات أخرى ثلاثة تحديات أمام تأثير الشخص الثالث وهي:

١ - أن الجمهور لا يفكر دائماً في تأثير وسائل الاتصال على الآخرين أثناء تعرضه لها.

٢- يعبر الأفراد عن التأثير القوي للتليفزيون على غيرهم مقارنة بهم نتيجة للإجراءات البحثية أكثر من أي شيء آخر.

٣- أن رؤية الفرد لتأثير التليفزيون على الآخرين هو محصلة للخلفية الاجتماعية والنفسية والسلوك الاتصالي. وبصفة عامة لم تعد المفاهيم الخاصة بهذا الاتجاه تتمتع بنفس الدرجة من القوة بعد إثارة هذه التحديات ( Boynton and Wu, 1999, Hu, 1999).

وقد عنت بحوث أخرى بمعرفة هوية الشخص الثالث في هذا الاتجاه البحثي. فتأثير الشخص الثالث يتم قياسه من خلال معرفة الفرق بين أثر الرسالة موضع البحث على الفرد نفسه وأثرها على الشخص الآخر "فمن هو" الشخص الثالث" أو الآخر في هذه البحوث وكيف يتم تحديده؟ فهناك من يرى أن الآخرين هم أي مجموعة أخرى غير الفرد بصفة عامة، فيما يرى Perloff 1993 أن الشخص الآخر هو مفهوم مركب يتضمن ثلاثة عناصر هي التشابه والألفة والمعرفة.

والتساؤل الذي اهتمت به هذه الدراسة هو ماذا لو تم تحديد الآخر بشكل دقيق كأن يكون زميل في العمل أو أخ أو ما شابه، هل يقل تأثير الشخص الآخر عما تفترضه النظرية؟ وبصفة عامة وجدت الدراسة أن ثمة اختلافًا في تقدير الفرد لحجم التأثير الواقع على الشخص الثالث يرتبط بتعريفه والمسافة الاجتماعية التي تفصل بينه وبين هذا الآخر (Conners, 1996). والواقع أن التحديد الأكثر دقة للآخر يجعل المبحوث يعزى تأثيرًا أكبر لوسائل الاتصال عليه منه في حالة ما إذا كان الشخص الآخر مجهول الهوية. وتساءلت دراسات أخرى عما إذا كان تأثير الشخص الثالث هو مبالغة في تأثير وسائل الاتصال على الآخرين أم مبالغة في الحط من شأنهم؟ (Edelestein, 1988).

ومنذ أن توصل Davison, 1983 إلى نظرية تأثير الشخص الثالث أجريت دراسات عديدة تجريبية وميدانية تراكم منها دلائل تؤكد صحة الفرض العام

للنظرية ومن هذه الدراسات (Cohen, David, 1991, Cohen et al, 1988, Lasorsa, 1989, Perloff, 1989, Rosenfeld, 1991) وغيرهم كثيرون ممن اختبروا العوامل المؤثرة في حدوث تأثير الشخص الثالث مثل الخبرة الشخصية، وسمات الرسالة وتحيز المصدر، إلا أن أياً من هذه الدراسات لم يختبر تأثير الشخص الأول ودوره (Humang, 1996). والمؤكد أن تأثير الشخص الثالث لا يعبر عن رد فعل الجمهور نحو أي رسالة يتلقاها من وسائل الاتصال الجماهيري، ولكنه ينتج عن إدراك الجمهور لكيفية تأثر الشخص الثالث بالرسالة، فهناك إذًا عدة مراحل تتحقق من خلالها هذه العملية وهي أن يتعرض الفرد للرسالة، وأن يقدر تأثيرها على الآخرين والذي يحدث عادة بشيء من المبالغة، وأخيرًا أن يستجيب الفرد الأول لإدراكه للتأثير القوي الواقع على الشخص الثالث. ويحدث التأثير في الغالب لأن الفرد يعزو لنفسه مستوى أعلى من المعرفة مقارنة بالآخرين، فهم - أي الآخرون - الأقل معرفة والأقل تعليمًا أكثر خضوعًا للتأثير منه.

وقد أثارت بعض الدراسات أهمية الوقوف على طبيعة الشخص الأول وسماته ومستوى تعليمه باعتبارها أهم العوامل المؤثرة على التأثير المرتبط بالنظرية. ومن الجوانب التي لا تزال في حاجة إلى المزيد من البحث ما يلي:

العلاقة بين سمات شخصية الفرد الأول وتأثير الشخص الثالث، وطبيعة الشخصية التي تبالغ في هذا التأثير على الآخرين وتلك التي تهون من هذا التأثير.

دراسة عنصر الزمن المطلوب لقياس وتقدير تأثير الشخص الثالث، أي ما الوقت المطلوب حتى يقدر الفرد تأثير الاتصال عليه أو على الآخرين وعلاقة ذلك بالمستوى التعليمي.

#### نقاط الضعف واحتمالات المستقبل

يبدو أن أحد جوانب الضعف الرئيسية في هذا الاتجاه أنه يبحث في أشياء غامضة إلى حد كبير، ومع التسليم بقوة الفكرة التي بني عليها حيث يبدو منطقيًا أن

يميل الأفراد إلى خلق الإحساس بعدم خضوعهم لتأثير وسائل الاتصال الجماهيري، وهو إحساس مرتبط بحاجة الفرد للتعبير عن الشخصية المستقلة إلى حد كبير في مقابل خضوع الآخر لنفس التأثير، وهو أيضًا أسلوب غير مباشر لإشباع نفس الحاجة وهي الاستقلال وقوة الشخصية، وإن كان من خلال إظهار الآخرين في صورة ضعيفة. وما يقترحه الباحث لتفعيل هذا الاتجاه هو اعتماد البحوث على تصميمات شبه تجريبية يتم فيها ضبط متغيرات مثل التعليم والمستوى الاجتماعي والاقتصادي والذكاء وقوة الشخصية وغيرها من المتغيرات ذات الصلة للوقوف على المتغيرات الأصيلة واستبعاد الزائف منها. الاقتراح الثاني يرتبط بنوع التأثير الواقع على الشخص الثالث، وهو في الغالب تأثير سلبي، والتساؤل ماذا لو كان هذا التأثير إيجابيًا أي مرتبطًا بالذوق العام أو التحضر أو بجانب مهاري معين.. هل سيتغير إدراك الفرد للتأثير الواقع عليه وعلى الآخرين؟ وما طبيعة العلاقة بين هذه النظرية واتجاه المبحوث نحو وسائل الاتصال الجماهيري؟

وفي تقدير الباحث أن الاتجاه السلبي نحو الإعلاميين ووسائل الاتصال عمومًا هو الذي يدفع المرء للدفاع عن نفسه وتوريط الآخرين فيما يعتقد أنه لا يجوز أن يقع هو فيه. وأخيرًا، إلى أي مدى يمكن تطوير هذا الاتجاه ليعتمد على قياس حقيقي للأثر الواقع من وسائل الاتصال على كل من الشخص الأول والثالث على المستوى المعرفي والاتجاهي والسلوكي، على أن يكون منغزلًا عن معتقدات أي منها تجاه الآخر. فالمقارنة بين ما يراه الشخص الأول عن نفسه والآخرين وبين ما ينتج عن القياس غير المباشر للتأثير الواقع عليهما معًا ربما تعطي قوة منهجية وتفسيرية لهذا الاتجاه. ويمثل التعامل مع وسائل الاتصال الجديدة الاحتمال الأكبر لبحوث المستقبل في هذا الاتجاه.

#### الاتجاه الخامس: وضع الأجندة والمعالجة الإعلامية ووضع المعايير

يمثل الحوار الخاص بأهمية الدمج بين ثلاثة اتجاهات بحثية فرعية في بناء نظري وممارسة بحثية واحدة تطورًا جديدًا للاتجاهات الثلاثة معًا. وهي نظرية وضع

الأجندة - Setting Agenda - وقد بدأ البحث بشأنها منذ أول اختبار أجراه McCombs and Shaw 1972 وفيه توصلوا إلى الفرض العام للنظرية، والقائل بأن هناك علاقة إيجابية بين أولويات اهتمامات وسائل الاتصال الجماهيري وأولويات اهتمامات الجماهير. وقد تطورت النظرية لتغطي البحث عن الكيفية التي توضع بها أولويات اهتمامات وسائل الاتصال الجماهيري ذاتها، والأهم أن مفهوم النظرية تطور ليشمل العلاقات الممكنة بين السياسة العامة وأولويات اهتمامات وسائل الاتصال وتلك الخاصة بالجمهور وكذلك أثر الجمهور نفسه في ترتيب اهتمامات وسائل الاتصال (Scheufele, 2000, Dominick, 1996, 543).

وفي عام ١٩٩٦ أوضح Dearing and Rogers أن هناك ٣٥٠ دراسة أُجريت حول هذه النظرية. ويبدو مستحيلاً فحص كل أو أغلب هذه الدراسات الآن، إلا أنه من المهم التعرف على الاتجاهات النقدية نحوها وأهمها أن أغلب البحوث لم تعتمد على تصميمات منهجية تمكن من البرهنة على العلاقة السببية بين أجندة وسائل الاتصال وأجندة الجمهور. فهناك بعض الشروط التي يجب التعامل معها للوصول إلى استنتاجات سببية عن العلاقة المفترضة بين المتغيرين. الأول هو التحقق من المتغيرات التي يتحقق في ظلها تأثير وضع الأجندة، والشرط الثاني هو إمكانية استبعاد أي مؤثرات أو تفسيرات أخرى لوضع الأجندة، والشرط الثالث هو الاتفاق حول الفترة الزمنية التي ينتقل فيها التأثير من وسائل الاتصال إلى الجمهور. فالفترة الزمنية الفاصلة بين المتغيرين لم تحسم بعد في دراسات وضع الأجندة. ويبدو أن صعوبة الوفاء بهذه الشروط وانصراف الباحثين عن الدراسات المطولة تقف خلف صعوبة الوصول إلى تفسيرات سببية.

والنظرية الثانية في هذا الاتجاه هي وضع المعايير Priming Theory، وتفترض أن التأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال يتحقق من خلال تنشيط بعض الأفكار والمشاعر والقيم التي تؤثر في الاستنتاجات النهائية التي يصل إليها المتلقي، فالأثر الذي تفترضه هذه النظرية مبني على العمليات المعرفية التي تقود المتلقي للربط بين

ما يحصل عليه من معلومات وبين استنتاجات معينه يراد له الوصول إليها. والسؤال البحثي في هذا الاتجاه هو كيف تؤثر التغطية الإعلامية على إدراك الجمهور للقضايا والأحداث من حوله، وبناء عليه يفترض أنصار الدمج بين الاتجاهين أن هناك علاقة وثيقة بين وضع الأجندة ووضع المعايير، ففي دراسات وضع المعايير يتم اختبار تأثير وضع الأجندة كمتغير مستقل والتأثير على المعايير التي يستخدمها الفرد في الحكم على من حوله كمتغير تابع أو كنتيجة لوضع الأجندة، وكأن النظرية الثانية ليست إلا نتيجة للأولى، وبعبارة أخرى يمثل الاتجاه البحثي الثاني نتيجة للاتجاه الأول. (Scheufele, 2000, Salwen and Dupagne, 1999)

النظرية الثالثة في هذا الاتجاه البحثي الذي يراد له التكامل والوحدة بدلا من التجزئة هي نظرية الإطار Framing Theory، وتتناول النظرية نوعين من الأطر هما الإطار الخاص بالوسائل وذلك الخاص بالجمهور. ويعرف الإطار الخاص بالوسائل بأنه الفكرة المركزية التي تقدم معنى معيناً يربط بين الأحداث غير المترابطة، أي أنه يحدد جوهر القضايا، وهو الآلية التي تساعد كلا من الإعلاميين والجمهور على تصنيف القضايا والأحداث وفهماها. أما الإطار الخاص بالجمهور فيعرف بأنه الأفكار الكلية المخزونة في أذهان الأفراد والتي توجههم في محاولة فهمهم وتحليلهم للمعلومات.

(Scheufele, 2000, Majid and Ramaprasad, 1999)

ونتيجة للتشابه النظري والمنهجي بين هذه النظريات الثلاث ثار حوار علمي واسع ارتبط بما طرحه McCombs, Llamas et al, 1997 من أهمية دمج النظريات الثلاث معاً في إطار نظري واحد انطلاقاً من فكرة أن التكامل النظري يكون في صالح الثراء البحثي للاتجاهات الثلاث. ووجهة النظر الأخرى والتي دافع عنها Scheufele وهي أن هناك علاقة بين النظريتين الأوليين فقط وهما وضع الأجندة ونظرية التأثير في معايير الحكم على الأشياء، وأنها معاً يختلفان عن نظرية الإطار أو المعالجة الإعلامية. (Scheufele, 2000).

وفي مقابل وجهة النظر الأخيرة يرى آخرون أن نظرية الإطار والاتجاه البحثي الذي استشارته قابل للدمج مع وضع الأجندة والمعايير، فالتساؤل البحثي الرئيسي للنظرية هو تأثير الكيفية التي تغلف بها وسائل الاتصال القضايا والأحداث على فهم واستجابة الجمهور لها، وقد تطورت البحوث حول هذه النظرية لتبحث في العلاقة بين متغيرين هما:

١ - أسلوب المعالجة الإعلامية للأحداث من حيث اختيار المصادر ونقاط التركيز والجانب المرئي في الرسالة، والعناصر التيبوغرافية في الوسائل الصحفية وغيرها من أساليب المعالجة الإعلامية من جانب.

٢ - توجيه انتباه الجمهور لجانب محدد من القضية على حساب جانب آخر.

وقد ارتبطت هذه النظرية بدراسة التغطية الإعلامية للصراعات الدولية على سبيل المثال درس German 1995 تأثير المعالجة الإعلامية لوسائل الاتصال الجماهيري في الولايات المتحدة الأمريكية لأحداث حرب الخليج الثانية على رؤية الرأي العام الأمريكي لبررات الحرب. كما تطورت النظرية بشكل كبير لتوجه البحوث المعنية بأثر المعالجات الإعلامية لقضايا الأقليات على الرأي العام وغيرها من القضايا الاجتماعية.

(Rubin and Haridakis,2000,& Majid and Ramaprasad, 1999)

التوحد أم الانفصال النظري والمنهجي: رؤية مستقبلية

لعله من المهم في هذا الحوار العلمي إثارة هذا التساؤل: أي من الاتجاهين أجدى لتنمية وتوجيه بحوث التأثيرات الاجتماعية وغير الاجتماعية في الاتصال الجماهيري وفق المعايير الآتية:

١ - الضبط المنهجي للمتغيرات المدروسة.

٢ - تمكين الباحثين في هذا الاتجاه أو ذاك من إجراء تحليل متكامل للمحتوى الاتصالي يشمل القضايا الأهم وطرق معالجتها.

٣- إمكانية إجراء دراسات ميدانية تسمح بسبر أغوار الجمهور المستهدف وتكشف عن أنواع التأثيرات المترابطة الناتجة عن التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري.

٤- إمكانية تقديم تفسير أدق وأشمل للعلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري وجمهورها.

٥- قدرة التوجه النظري المتكامل أو الجزأ على تنمية نظريات واتجاهات بحثية مستقبلية. ومن مراجعة البحوث التي أُجريت في الاتجاهات الثلاث تبدو أهمية التكامل العلمي والمنهجي بين النظريات الثلاث، بحيث يقوم البحث الواحد بالكشف عن العلاقة القائمة بين وسائل الاتصال الجماهيري وجمهورها وفق ثلاثة مستويات:

المستوى الأول: يبحث عن درجة الاتساق بين القضايا المهمة لدى وسائل الاتصال والجمهور (وضع الأجندة).

المستوى الثاني: يبحث في أثر القضايا المهمة لدى الجمهور في المعايير التي يستخدمها للحكم على الأشخاص والسياسات والقضايا ذاتها (وضع المعايير).

المستوى الثالث: يكشف عن العلاقة بين الأطر الفكرية التي تعتمد عليها وسائل الاتصال والجماهير في فهم وتصنيف القضايا المعالجة (وضع الأطر الفكرية).

وبغض النظر عن المسمى الجديد للنظرية الجديدة التي تمزج بين خطوط بحثية متداخلة ومتكاملة فإنها سوف تكون لصالح البحث في التأثير الاجتماعي وغير الاجتماعي لوسائل الاتصال الجماهيري.

وإلى جانب أهمية التكامل بين التوجهات الثلاثة، ربما تفرض عوامة وسائل الاتصال الجماهيري- والتي تتخذ أشكالاً عديدة أهمها الإنترنت والقنوات الفضائية - إشكاليات جديدة أمام هذا الاتجاه للدرجة التي يصعب معها عزل تأثير الوسائل المحلية مقارنة بالعالمية، فكل الوسائل تقريباً لديها القدرة على تخطي

الحدود الجغرافية، فضلا عن تعدد الوسائل التي يتعرض لها الجمهور وما يترتب عليه من صعوبة عزل المتغيرات وإمكانية الربط بين أجندة وسيلة أو وسائل بعينها، وأجندة الجمهور، ومعايير تفرضها وسيلة معينة للحكم على الأشياء وتلك التي يستخدمها الجمهور، وهذا هو التحدي الذي يفرضه مجتمع المعلومات على هذا الاتجاه.

### الاتجاه السادس: عولمة وسائل الاتصال الجماهيري

مع نهاية القرن العشرين نجحت وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة في تحقيق رؤية McLuhan عن القرية العالمية، بل إن البعض يرى أن العالم أصبح مثل رأس الدبوس، وهو أكثر تفاعلاً على كافة الأصعدة سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وعسكرياً، فكل السياسات تؤثر وتتأثر بكل السياسات الأخرى بغض النظر عن المكان أو الزمان، ومن وجهة نظر علم الاتصال ليس من الممكن تصور العولمة في غياب وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة، ويصح أيضاً القول بصعوبة تصور وضع بحوث الاتصال الجماهيري عامة والتأثيرات الاجتماعية لها خاصة في غياب استكشاف أثر العولمة ككل وعولمة الاتصال الجماهيري تحديداً على الاتجاهات البحثية ((Smith, 1995, & Jane, 2000). كما أنه لا يجب النظر إلى هذه العملية على أنها تطور طبيعي بقدر ما هي تفاعل بين إرادات القوى المؤثرة في كل الدول والمجتمعات والشركات عابرة القارات في العالم أجمع. وهذه العملية أيضاً "العولمة" من العمليات المعقدة والمركبة إلا أنه يمكن التعامل معها على أنها نتيجة لعاملين: الأول هو التوسع والتغلغل الاقتصادي والانتشار التكنولوجي والثاني هو وجود الاختلال وعدم التوازن والاعتراب والمقاومة (Mowlana, 2000, 26).

وعولمة وسائل الاتصال الجماهيري ليست إلا جزءاً من هذه العملية المركبة يرتبط بها نفس القوى والمفاهيم والدوافع والتأثيرات والسياسات وغيرها. ونتيجة لهذه المكانة التي تحتلها وسائل الاتصال الجماهيري ذات الطابع العالمي كان من

المتوقع أن تستثير الباحثين في علوم الاتصال الجماهيري لطرح أسئلة بحثية جديدة تتطلب بحوثاً وطرقاً للبحث مختلفة جزئياً أو كلياً عن نوع الأسئلة والمناهج التقليدية في بحوث التأثيرات الاجتماعية، ولنا أن نتوقع أيضاً إمكانية تطويع النظريات والأدوات البحثية التقليدية في البحوث الجديدة. وسوف أعرض بإيجاز في الجزء المتبقي لأهم قضايا التأثير الاجتماعي لعولمة وسائل الاتصال الجماهيري.

## ١ - المجتمع الافتراضي للإنترنت:

يقع المجتمع الافتراضي في مقدمة الاتجاهات التي نالت عناية خاصة من الباحثين في العقد الماضي، وهو معني بالطرق التي بمقتضاها تؤدي عمليات الاتصال التفاعلي والمستمر عبر الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيري جديدة إلى إيجاد مجتمعات افتراضية وشبكات اجتماعية (Jones, 1998; Kiesler; 1996, Kollock and Smith, 1998; Ludlow, 1996; Rheingold, 1993, Wellman et al, 1996.) فالأفراد في المجتمعات الافتراضية يقومون تقريباً بنفس ما يقوم به الأفراد في المجتمعات التقليدية من وظائف وأدوار، ولهم تقاليد وقوانين تشبه تلك السائدة في المجتمعات الواقعية. ومن أهم الأسئلة التي يطرحها هذا الاتجاه: هل يمثل مستخدمو الإنترنت مجتمعاً مستقلاً؟ ما هي العناصر الأساسية لثقافة الإنترنت؟ وكيف تؤثر سلباً أو إيجاباً على الأعضاء الجدد لهذا المجتمع؟

(Lievrouw et al, 2001)

وقد انتهت الكثير من الدراسات إلى أن لا يمكن النظر إلى الإنترنت على أنها تشكل مجتمعاً مستقلاً لأنها لا يمكن أن تقدم كل ما يحتاجه الفرد من توقعات في المجتمع الحقيقي، خذ على سبيل المثال المأكل والمشرب وغيرها من احتياجات، ومع ذلك فإنها تشكل مجتمعاً فوقياً يعتمد في وجوده واستمراره على عدد من المجتمعات الحقيقية، وعلى الرغم من أن المجتمع الافتراضي للإنترنت يرث الكثير من الملامح الثقافية من المجتمعات التي يقوم عليها إلا أنه يحتفظ باللامح الخاصة بالمجتمع الافتراضي.

ويرجع مفهوم المجتمع الافتراضي Cybercommunity إلى Rheingold 1994 إذ يرى أن سهولة الاتصال قادت إلى تشكيل مجتمعات إلكترونية، فالمجموعات ذات الوعي والاهتمام المشترك أضحيت تشعر ببسر الاتصال فيما بينها كما لو كانت في مجتمع حقيقي، إلا أن وجهة النظر البديلة تؤكد على أن الاتصال وحدة لا يكفي لتوليد قيم المجتمع التقليدي القائمة على الولاء والإحساس بالهوية المشتركة.

(Selvin, 2000, & Sylvie and Josiane, 1990)

**الملامح الرئيسية لثقافة الإنترنت:** يرى أنصار المجتمع الافتراضي أن مجتمع الإنترنت يقوم على ثقافة مشتركة قوامها ما يلي:

- ١- استخدام لغة مكتوبة أو منطوقة يمكن وصفها بلغة الإنترنت تقوم على الاختصارات المختلفة للتعبير عن المشاعر الإنسانية.
- ٢- المكانة تتحقق لدى الفرد في المجتمع الافتراضي للإنترنت من خلال ما يكتبه ويعرضه للآخرين وليس من خلال "من هو".
- ٣- تتكون ثقافة الإنترنت من مجموعة من الأعراف والتقاليد، وأي انتهاك لها يواجه بأشكال مختلفة من العقوبات من جانب الأفراد الذين يشكلون المجتمع الافتراضي.
- ٤- طور مجتمع الإنترنت طرقاً خاصة به تضمن تحقيق التماسك بين أعضائه وتقليل حدة الانشقاقات مثل الكثير من الآليات التي تمكن أي عضو من عدم استقبال رسائل معينه.
- ٥- مفهوم الطبقة ليس غريباً على مجتمع الإنترنت ومعيار التصنيف الطبقي هو الجوانب الفنية والقيود المالية التي تمكن من الحصول على المعلومات.
- ٦- يتسم مجتمع الإنترنت بأعلى درجات الديمقراطية فالكل يتمتع بنفس الحقوق تقريباً.
- ٧- يمثل التفاعل بين الأعضاء الأساس الذي يقوم عليه مجتمع الإنترنت (Tim,

1994). ويستثير هذا الاتجاه العديد من البحوث حول المجتمع أو المجتمعات الافتراضية في مصر والعالم العربي، وإلى أي مدى تتداخل مع المجتمعات الافتراضية الأخرى، وكيف يؤثر انتهاء الفرد لمجتمع افتراضي معين غير مقيد بحدود جغرافية أو زمانية على السلوك الاجتماعي له واندماجه أو عزلته عن المجتمع الحقيقي ونوعية اهتماماته، والأهم كيف يؤثر المجتمع الافتراضي على هوية الفرد؟ ومن أهم الكتابات عن المجتمع الافتراضي كتاب Virtual

Steven Jones Culture: Identity & Communication in Cybersociety

ومن الاتجاهات البحثية وثيقة الصلة بالبعد الثقافي والاجتماعي لوسائل الاتصال الجماهيري أثر الإنترنت على القيم والثقافة المحلية، فقد عُقدت ندوتان مشتركتان بين الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا عنوانها "أثر الإنترنت على القيم الثقافية والاجتماعية والسياسية" شارك فيها ما يربو على خمسين باحثًا من العلوم الاجتماعية المختلفة في البلدين في يونيو من عام 1999، وقد ناقشت الندوتان مجموعة من القضايا الفرعية منها الشبكات الدولية والقيم المحلية، Miller, 1999, & Kersting, 1999، والشبكات الدولية للمعلومات والثقافة المحلية، Thompson, 1999، والتنوع الثقافي في مواجهة الثقافة الواحدة Keniston, 1999. كما يوجد اهتمام دولي بقضية أثر وسائل الاتصال الجديدة على تحويل الثقافة إلى صناعة وتجارة عالمية، حيث ساعدت الوسائل الجديدة المنتجين على تحطى عقبات الرقابة التي تفرضها الدول على توزيع المنتجات الثقافية، ومكنت مستهلكي الثقافة من الحصول على ما يرغبون بدون مواجهة مشاكل من حكوماتهم، وقد أثر ذلك في السياسات الثقافية على المستوى العالمي، فالنتيجة المترتبة على سيادة الطابع التجاري للثقافة من وجهة نظر بعض الدراسات هي غياب الثقافة العامة التي كانت تحطى بدعم حكومي، والأهم في هذا الاتجاه أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أوجدت سلوكًا اجتماعيًا يتسم بالطابع الفردي، حيث أصبحت العلاقة مباشرة بين المنتج والمستهلك في سوق الثقافة. وترتب على ذلك نمو ظاهرة الاستهلاك الفردي

للثقافة على حساب الاستهلاك الجماعي، والأخطر في هذا الواقع الجديد هو سيطرة اللغة الإنجليزية على السوق الثقافي العالمي.

(World Development Report, 1998/1999, Bernard, 2000)

## ٢- الفجوة الرقمية وتأثيراتها الاجتماعية:

تأتي قضية التوزيع غير العادل لتكنولوجيا الاتصال الجماهيري وما يرتبط بها من تأثيرات اجتماعية سلبية في مقدمة الاتجاهات البحثية المرتبطة بوسائل الاتصال الجماهيري الجديدة، ويعرف هذا الاتجاه باسم "الفجوة الرقمية" بين من يمتلكون المعلومات ومن لا يمتلكونها Information have and have-nots وفقا لمعايير مثل النوع والمستوى الاقتصادي وبناء الأسرة وغيرها من السمات الديموجرافية وقد أثارت هذه القضية مشكلة فجوة المعلومات والمعرفة وفق مفهوم جديد في بحوث الاتصال، وكذلك تأثيراتها الاجتماعية داخل المجتمع الواحد وفيما بين المجتمعات الغنية والفقيرة.

(Fitzsimmons, 1992, Francis, 19992, Woody, 1997, Marten, 1994)

وقد توصلت بعض البحوث النقدية في هذا الاتجاه إلى أن مساهمة الإنترنت في التنمية الاجتماعية مرت بتغيرات مجتمعية في السياسة العامة، وتحقيق درجة أعلى من العدالة الاجتماعية بين الجماعات الاجتماعية المختلفة، وتوفير حق المشاركة في المعلومات والمعرفة. وفي هذا السياق يقول Mark Malloch Brown مدير البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة أن استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وعلى الأخص الإنترنت لتحقيق التنمية الاجتماعية يمثل أحد أولويات البرنامج الإنمائي في الألفية الجديدة وذلك للإمكانات الكبيرة لوسائل الاتصال الجديدة في نقل التجارب المشتركة وتحقيق تأثيرات اجتماعية غير مسبوقة لصالح البشرية، وكما يرى تقرير التنمية البشرية لعام 1999 فإن المغزى النهائي لعصر الشبكة هو تمكين البشر وتعزيز

قواهم وتنميتهم من خلال إتاحة الفرصة أمامهم لاستخدام المعرفة المتاحة على مستوى العالم والإضافة إليها. (Brown, 2001)

إن الفجوة الرقمية العالمية بين الدول المتقدمة والدول النامية فجوة حقيقية وفي تزايد مستمر، فهناك أكثر من ٥٠٪ من سكان العالم ليس لديهم خط تليفون، كما أن ١٩ فردا من بين ٢٠ فردا ليس لديهم علاقة بالإنترنت (Hammond, 2001)، ويتركز ٨٨٪ من مستخدمي الإنترنت في دول الشمال التي لاتتعدى نسبة السكان فيها ١٥٪ من إجمالي سكان العالم، ولا يمثل عدم القدرة على الوصول للإنترنت التحدي الوحيد الذي يواجه أغلب سكان العالم، ولكن المشكلة أنهم يعانون من كل أنواع الاختلال الأخرى على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والسياسي وغيرها. (Tussu, 2000).

ومن أهم الجهود العلمية في هذا الاتجاه بحث شامل يعرض ويقارن بين نتائج أكثر من خمسين مشروعًا بحثيًا بدعم من مركز بحوث التنمية الدولية بكندا. ويقول النموذج الذي توصل له البحث بعد فحصه لهذا الكم الكبير من البحوث التي أُجريت في أمريكا اللاتينية: "أن الفجوة الرقمية والتي يُشار إليها دائمًا على أنها غياب للتوازن والمساواة في الوصول إلى تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأهمها الإنترنت ليست سببا، ولكنها تعبير عن الفجوة الحقيقية على المستوى الاجتماعي والاقتصادي والسياسي بين الفئات المختلفة داخل المجتمع الواحد، وبين المجتمعات الغنية والفقيرة من جانب آخر. وبناء عليه فإن معالجة الفجوة الرقمية أو الانقسام الرقمي Digital Divide وحده لن يساعد المستويات الاجتماعية الفقيرة من تحسين ظروفها المعيشية أو مستواها الصحي أو تحقيق درجة أعلى من الاكتفاء الذاتي الاقتصادي للمجتمعات الفقيرة.

في هذا السياق فإن وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة ليست آلة سحرية للتنمية الاجتماعية والاقتصادية. وبصفة عامة يدور هذا الاتجاه البحثي حول عدد هام من القضايا منها:

- ١- الظروف التي تساعد تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على أن تساهم بجدية في الارتقاء بمستوى الحياة الاجتماعية.
- ٢- نوعية البيئة التي تسمح لتكنولوجيا الاتصال بأن تمارس دور المشارك الإيجابي في إعادة توزيع الثروة في المجتمع بشكل عادل.
- ٣- العلاقة بين استخدام وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة وتحقيق الديمقراطية والعدالة الاجتماعية. وتنتهي الدراسة ببناء رؤية اجتماعية متكاملة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال تجعل من الممكن أن تكون النتائج الاجتماعية للقضاء على الفجوة الرقمية إيجابية (Reilly et al 2000). كما ويثير هذا الاتجاه قضية غياب المساواة بين الذكور والإناث في التعامل مع معطيات ثورة المعلومات وتأثيراتها الاجتماعية على حقوق المرأة في المجتمع. فالنتائج الجيدة التي حققتها المرأة في مواجهة الرجل تتعرض للخطر مع الثورة الجديدة. وهناك مئات البحوث التي تدرس معدلات استخدام الكمبيوتر بين الذكور والإناث وأسباب هذه الفجوة التي تتزايد يوما بعد يوم ونتائجها السلبية (Rogers, 1988).

ويشير تقرير تنمية العالم في مقدمته إلى أن وسائل الاتصال الجماهيري هي المسئولة بالدرجة الأولى عن التراكم المعلوماتي والمعرفي في المجتمع المعاصر خاصة في طورها الجديد، لما تتسم به من قدرات فائقة على تخزين وتنظيم وتوثيق ونشر المعلومات، إلا أن الخطر الذي يتهدد العالم هو التفاوت الدولي في الإمكانيات التي تؤهل المجتمعات المختلفة للتعامل مع هذه الثورة المعلوماتية. ويعترف التقرير بأهمية وضع المعرفة الإنسانية في مركز الجهود الرامية إلى تحقيق التنمية ويدعو حكومات العالم والمجتمع العالمي إلى تكثيف الجهود البحثية في هذا المجال. (World Development Report 1998/1999).

ولا شك أن المنظمات الدولية تساهم إلى حد كبير في توجيه بحوث الاتصال الجماهيري من خلال وضع قضايا معينة في بؤرة الاهتمام الدولي. ومن البحوث

الهامة في هذا الاتجاه ما يعرض للتنمية المستدامة وإستراتيجيات المشاركة في المعلومات، Ballantyne, 1999، والفجوات المرتبطة بالإنترنت، Press, 1999، وسياسات مواجهة الفجوة المعلوماتية، Dijk, 2000، والتأثيرات الاجتماعية والاقتصادية للإنترنت على العالم الأول والثالث، Akmanson and Jonson, 2000، وتطور الفجوة الرقمية للإنترنت Hoffman, et al 2000، والفجوة الرقمية حقائق وأرقام، Hacker, 2000، وكيف نفهم الفجوة الرقمية Carvin, 2000.

ويرتبط بالفجوة الرقمية على المستوى العالمي أحد الاتجاهات البحثية التي تبحث فيما إذا كانت عولمة وسائل الاتصال الجماهيري سوف تعمل في اتجاه صناعة مجتمع متجانس اجتماعيا وثقافيا ومتفاهم إنسانياً أم في اتجاه المزيد من الاختلال والصراع وغياب التوازن في المجتمع الدولي، وهدم الأسس التقليدية للمجتمع من أسرة وقيم وأديان وغيرها مما كان له فضل المحافظة على الهويات الثقافية لكل مجتمعات العالم.

الافتراض السائد في هذا الاتجاه هو أن عولمة وسائل الاتصال الجماهيري سوف تعمل كآلية لنقل نمط الحياة الأمريكية إلى العالم أجمع، للدرجة التي يصبح معها انسحاب الدولة وعدم تدخلها في ملكية أو أداء وسائل الاتصال الجماهيري هو الأساس، الأمر الذي يمهد الطريق أمام حرية التجارة العالمية وفي النهاية فإن هذه التحولات الدولية سوف تجعل وسائل الاتصال الدولية لا المحلية هي المحدد لثقافات الشعوب وهوياتهم كما أن أي تأثيرات اجتماعية ضارة لن تكون خاضعة للتحكم أو المعالجة من قبل أي من الدول (Mowlana, 2001).

وقد صدر العديد من البحوث باللغتين الإنجليزية والعربية في العالم العربي تحاول التصدي لهذه القضية المهمة "وسائل الاتصال الجديدة وتأثيرها على التنمية الاجتماعية"، والتساؤل الجوهري لها هو: هل يتعامل العالم العربي مع الثورة الاتصالية والمعلوماتية بطريقة أفضل من تعامله مع الثورة الصناعية؟

(Gher and Amin, 2000)

### ٣- مجتمع المعلومات وتأثيراته الاجتماعية:

قضية هذا الاتجاه البحثي هي المشاكل الاجتماعية المترتبة على تضخم حجم المعلومات وعدم قدرة الفرد على التعامل معها، وقد بدأ الاهتمام به في الولايات المتحدة تلتها اليابان، ويبدو أن المشكلة قد درست في اليابان اعتماداً على المفهوم السائد لمجتمع المعلومات، والذي ينصرف تحديداً إلى المعلومات، بعيداً عن التصنيف الاجتماعي للوظائف، أو الاسهام الاقتصادي للمعلومات في إجمالي الدخل القومي، ولذلك تعتمد الدراسات على المقارنة بين الكلمات التي يقرأها أو يسمعاها أو يشاهدها الفرد في مواجهة تلك التي تصل اليه بالفعل، وقد وجدت البحوث أن الفجوة في تزايد مستمر، وبالطبع فإن المشكلة تكمن في أن وسائل الاتصال تنقل للفرد كما من المعلومات أكبر بكثير من طاقته ووقته مما يخلق صعوبات أمامه في استهلاكها. ومن أهم المشكلات الاجتماعية التي بحثت في علاقتها بتضخم حجم المعلومات ما يعرف بالقلق المعلوماتي.

(Francis, 1992, Lundark, 1998, Max, 1994)

فالمجتمع المعاصر يشهد تحولاً من المجتمع الصناعي إلى مجتمع ما بعد الصناعة، أي مجتمع المعلومات، وكما يرى **Daniel Bell** فإن المبدأ الأساسي في هذا التحول هو أن المعلومات تحتل موقع المركز في هذا التغيير الاجتماعي. والمجتمع المعلوماتي وفق رؤية البعض هو مجتمع قائم على الانفتاح والحرية والوفرة المعلوماتية والتجانس، ويمثل الاتجاه الأحدث في دراسة التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري التركيز على أثرها في إدارة التغيير، وهي في هذا الإطار تمارس دور المحايد الاجتماعي القادر على تعزيز العقلانية الاجتماعية والتخطيط الاجتماعي، والكفاءة الاجتماعية، إلا أن المدقق لدور الاتصال المعاصر في المجتمع سوف يصل إلى قناعة بأن الضبط الاجتماعي لا التغيير الاجتماعي هو التأثير الأكثر حدوثاً يدعم ذلك ما يلي:

- ١ - سعة انتشار مؤسسات الإقناع الاجتماعي والإعلان والعلاقات العامة.
- ٢ - تعدد وتنوع آليات الرقابة والسرية والأمن المعلوماتي والتي تهدف إلى منع الوصول إلى معلومات بعينها.
- ٣ - تزايد الاتجاه نحو تحويل الثقافة والمعلومات إلى سلعة تجارية تنطبق عليها آليات السوق.
- ٤ - تزايد الاتجاه نحو جمع المعلومات لأسباب سياسية وغير سياسية تتمثل في استطلاعات الرأي وبحوث التسويق والمسوح الاجتماعية.

(Robins and Webster, 2001)

وفقاً لهذا التصور لأثر وسائل الاتصال في الضبط الاجتماعي، فإن الثورة لم تحدث بشكل كافي، ولكنها تعد امتداداً لمفهوم الإدارة العلمية للموارد المعلوماتية، والذي كان يهدف منذ أوائل هذا القرن إلى إحكام التماسك الاجتماعي ( Lievrouw, 2001). ويعد كتاب The Rise of the Network Society للمفكر الأسباني Manuel Castells من أهم ماكتب في مجتمع المعلومات وأثره في التحولات الاجتماعية المعاصرة.

الخلاصة:

تناول هذا البحث أهم الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري، وقد تطلب العرض تتبع البحوث العلمية المنشورة في الدوريات العلمية، وقواعد البيانات المتخصصة، فضلاً عن المصادر الأخرى مثل الاستشارات العلمية أو المراجع الحديثة والمؤتمرات التي عقدتها الجمعيات العلمية في علوم الاتصال الجماهيري باعتبارها الآلية الأفضل للتعرف على ما يشغل مجتمع الباحثين والعلماء في الاتصال الجماهيري على المستوى العالمي. وفي حدود إمكانات الباحث تم التركيز على خمسة اتجاهات أساسية هي:

- ١- الغرس الثقافي.
- ٢- الاستخدامات والإشباع في القرن الواحد والعشرين.
- ٣- التوجه الجديد للإمبريالية الثقافية.
- ٤- تأثير الشخص الثالث.
- ٥- وضع الأجندة والمعايير والمعالجة الإعلامية (الاتجاه نحو التوحد النظري).
- ٦- وعولمة وسائل الاتصال الجماهيري والاتجاهات الأحدث في بحوث التأثيرات الاجتماعية.

أما أسلوب معالجة هذه الاتجاهات فقد التزم بالآتي:

- ١- إبراز الملامح العامة للاتجاه والأفكار الأساسية للنظرية أو النظريات الموجهة له.
- ٢- تقديم أهم النتائج والخلاصات البحثية للاتجاه ومناقشتها من منظور نقدي.
- ٣- بيان مدى سيادة الاتجاه بين الدراسات العربية وأوجه التشابه والاختلاف بين الممارسات البحثية الغربية والعربية قدر الإمكان.
- ٤- البحث في جوانب الجدة والحداثة في الاتجاه البحثي سواء تمثل ذلك في مفاهيم نظرية أو قضايا ومشاكل وتساؤلات بحثية أو طرق منهجية.
- ٥- استشراف مستقبل الاتجاه من خلال بيان نقاط قوته أو ضعفه وكيفية تفعيله منهجيا ونظريا ليتسنى له التعايش مع ثورة وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة.
- ٦- مناقشة أثر وسائل الاتصال الجديدة على البناء النظري والمنهجي للاتجاه البحثي.

ومن أهم ما يمكن الإشارة إليه في هذه الخلاصة ما يلي:

- ١- أن هناك فجوة كبيرة بين التطور الذي تشهده وسائل الاتصال الجماهيري، والتراجع الذي تعيشه نظريات ومناهج بحوث التأثيرات الاجتماعية، ويبدو

أن هناك نوع من الاستكانة للنظريات والمناهج التي أبدعها الرواد الأوائل فيما يتعلق بأداء وتأثيرات وسائل الاتصال.

٢- ومع ذلك تشهد المجالات العلمية وجود اجتهادات فردية تسعى لتطويع وتطوير النظريات والمناهج التقليدية لتنسجم مع الواقع الاتصالي المتغير، فالسرعة المتلاحقة في التطورات التكنولوجية التي تقوم على الدمج بين خصائص الوسائل التقليدية مجتمعة في وسيلة واحدة غيرت من المفاهيم التقليدية لبحوث التأثيرات التي اعتاد عليها مجتمع الباحثين منذ نشأة بحوث الاتصال حتى منتصف الثمانينيات.

٣- فرضت العولة بعملياتها ونتائجها والاتجاهات المصاحبة لها نفسها على القضايا البحثية للتأثيرات الاجتماعية، إذ تقع وسائل الاتصال الجماهيري في القلب من هذه العملية، وتمثل البحوث التي أفرزتها عولة وسائل الاتصال الجماهيري اتجاهات بحثية جديدة وجديرة بأن تحظى باهتمام الباحثين في المجتمع العربي.

٤- أوضح البحث كذلك الحاجة الماسة لبناء علم اتصال جماهيري مرتبط بالبيئة العربية والإسلامية وثقافتها ونظمها، فعلى الرغم من عالمية المنهج العلمي، إلا أن النظريات والقضايا البحثية، وأساليب عمل وسائل الاتصال والتأثيرات الناجمة عنها ذات طبيعة محلية، وفي الوقت الذي قد تستخدم فيه وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة كأداة للتوحيد والتنميط الثقافي والاجتماعي، فإن الأمم المتباينة ثقافياً واجتماعياً سوف تظل تقاوم هذا الاتجاه من أجل المزيد من الشراء والتنوع الثقافي.

## References

- 1- Al-jammal, Rasem. (2001). Communication Research in the Arab States in the Age of Globalization, Paper presented at the International Conference of the Global Communication Research Association, Sydney, Australia.
- 2- Al-Menayes, Jamal. (1997). Digital Homes and Virtual Communities, Journal of Humanities & Social Science, United Arab Emirates, Volume 13, Number1.
- 3- Anderson, Jon. (1999). Technology, Media, and the Next Generation in the Middle East, Paper delivered at the Middle East Institute, Columbia University, Retrieved October 14, 2000 from the World Wide Web: <http://nmit.georgetown.edu/papers/jwanderson.htm>
- 4- Angus, Cheong Weng Hin. (2000). Adoption of the Internet: A survey Report from Macau, , The Chinese Communication Association (CCA) Panel at the Annual Conference of International Communication Association, Use and Impact of the Internet among Chinese Populations: Findings from the 2000 Chinese Internet Survey (CIUS) in Mainland China, Hong Kong, Taiwan, Macau, and Singapore, Retrieved October 13, 2001, from the World Wide Web: <http://sjmc.cla.umn.edu/cca/ccaicapaneloutline.htm>
- 5- Baran, Stanley J, and Davis, Dennis K.(1996) Mass Communication Theory: Fundamentals, Ferment, and Future, Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- 6- Bernard, Mieke. (2000). Cultural Production and Cultural Pluralism, World Communication and Information Report, 1999/2000. Paris: UNESCO Publishing.

- 7- Besser, Howard. (2000). The Information SuperHighway: Social and Cultural Impact, Retrieved from the World Wide Web: [http:// www. Gseis.ucla.edu/~howard/papers/brok-book.htm](http://www.Gseis.ucla.edu/~howard/papers/brok-book.htm)
- 8- Boynton, Lois, and Wu, Haoming Denis. (1999) Third Person Effects and TV Violence, Retrieved, August 27, 2001 from the World Wide Web: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa>
- 9- Brown, Mark Malloch. (2001). ICT for Development: A new Vision, Cooperation South Journal, UNDP, Volume 2, Number 2.
- 10- Cark, Norman, and Adams , Tyrone. (2001). The Internet: Effective Online Communication, Fort worth: Harcourt College Publisher.
- 11- Carvin, Andy. (2000). Beyond Access: Understanding the Digital Divide, Retrieved April 2, 2000 from the World Wide Web: <http://www.benton.org/divide/thirdact/speech.htm>.
- 12- Castells, Manuel. (1996). The Rise of the Network Society, Oxford: Blackwell Publisher.
- 13- Chadha, Kalyani, and Kavori, Anandam. (2000). Media Imperialism Revisited: Some Findings from the Asian Case, Media, Culture and Society, Volume 22, Number 4.
- 14- Chi, Yong June et al. (2001). Korean College Students' Internet Use and Dependency, Retrieved December, 16, 2000 from the World Wide Web: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa>
- 15- Choi, Alfred, et al. (2000). The Internet , Mass Media and Interpersonal Contact as Information Sources: A Singapore Study, The Chinese Communication Association (CCA) Panel at the Annual Conference of International Communication Association, Use and Impact of the Internet among Chinese Populations: Findings from the 2000 Chinese Internet Survey (CIUS) in Mainland China, Hong Kong, Taiwan, Macau, and Singapore, Retrieved October 13, 2001, from the World Wide Web: <http://sjmc.cla.umn.edu/cca/ccaicapaneloutline.htm>
- 16- Choucri, Nazli. (2001). Knowledge networking: Leapfrogging for

- Technology , Cooperation South Journal, UNDP, Volume 2, Number1.
- 17- Chris, Duke. (1987). Impact of Modern Communication Technology , Paris: UNESCO, ED 194 077.
  - 18- Competition, Jung- Sook Lee. (2001). Interactivity: A New Approach, Retrieved October 18, 2001 from the World Wide Web: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa>
  - 19- Comstock, George. (1994). The Four Domains of Communication Research, In Sharp, Nancy Weatherly. (ed), Communications Research: The Challenge of the Information Age, Syracuse, Syracuse University Press.
  - 20- Conners, Joan. (1996). The Third – Person Effect and Social Distance: Exploring who are the “ others” Retrieved August 27, 2001, from the World Wide Web: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa>
  - 21- Craig, Blurton. (2000). New Directions in Education, World Communication and Information 1999-2000 Report, Paris: UNESCO Publishing.
  - 22- Curran, James and Park Myung-Jin (eds). (2000). De Westernizing Media Studies, London and New York: Routledge.
  - 23- Dahlan, M. Alwi. (1995). Information, Technology and Society, Media Asia: An Asian Mass Communication Quarterly, Volume 22, Number 3.
  - 24- Deetz, Stanley A, and Putnam Linda L. (2000). Thinking About the Future of Communication Studies, In Gudykunst, William B. (ed), Communication Yearbook 24, Thousand, London, New Delhi: Sage publications.
  - 25- DeFleur, Melvin L. (1998). Where Have All the Milestones Gone? The Decline of Significant Research on the Process and Effects of Mass Communication, Mass Communication & Society, Volume 1, Number 1.
  - 26- Dfleur, Melvin l. et al (ed). (1998). Theories of Mass Communication, New York, London: Longman.

- 27- Dijk, Van and A, Jan. (2000). Widening Information Gaps and Polices of Prevention, Retrieved May 10, 2000, from the World Wide:Web:<http://www.thechronicle.demon.co.uk/archive/infogap.htm>
- 28- Dominic, Joseph. (1996). *The Dynamic of Mass Communication*, New York: McGraw- Hill.
- 29- Downing, John et al.(eds), (1995). *Questioning the Media: A Critical Introduction*, Thousand, London, New Delhi: Sage Publications.
- 30- Edelstein, Alex S. (1988). *Communication Perspectives in Public Opinion: Traditions and Innovations*, in Anderson, James A.(ed), *Communication Yearbook 11*, New York, Beverly Hillis, London, New Delhi: Sage Publications.
- 31- Eichholz, Martin. (2000). *The Third Person Effect and the Hierarchy of Communication Effects: The Perceived Persuasive Power of Public Relations*, Retrieved September 15, 2001 from the World Wide Web: <http://list.msu.edu/cgi-bin>
- 32- Elasmr, Michel G, and Hunter, John E. (1997). *The Impact of Foreign TV on a Domestic Audiences: A Meta – Analysis*, in Burleson, Brant R. (ed), *Communication Yearbook 20*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
- 33- Fitzsimmons, J J. (1992). *The Information Millennium, The Information Society, An International Journal Volume 5, Number1.*
- 34- Francis, Buckley. (1992). *Knowledge Access Issues, The Information Society, An International Journal, Volume 5, Number1.*
- 35- Gerbner, George. (1999). *Cultivation Analysis: An overview* , *Mass Communication & Society*, Volume 1, Number 2.
- 36- Gher, Leo A, and Amin, Hussein Y. (2000). *Civic Discourse and Digital Age Communications in the Middle East*, Stamford: Ablex Publishing Corporation.

- 37- Hacker, Kenneth I. (2000). Digital Divide Facts and Fictions, Retrieved December 30, 1999 from the World Wide Web:<http://khacker2freeyellow.com/ddnow6.htm>
- 38- Hafez, Kai. (ed), (2000). Islam and the West in the Mass Media: Fragmented Images in a Globalizing World, Cresskill, New Jersey: Hampton Press.
- 39- Hamada, Basyouni I. (1999). The Initial Effects of the Internet on the Muslim Society, The Journal of International Communication, Volume 6, Number 2.
- 40- Hamada, Basyouni I. (2001). Arab Image in the Minds of Western Image Makers, The Journal of International Communication, Volume 7, Number 1.
- 41- Hamelink, Cees J. (2000). Human Development, in World Communication and Information 1999-2000 Report, Paris: UNESCO Publishing.
- 42- Hamelink, Cees. (1994). The Relationship between Cultural Identity and Modes of Communication, in Anderson, James. A, ed, Communication Yearbook /12, Newbury Park, London, New Delhi: Sage Publications.
- 43- Hammond, Allen. (2001). Digitally Empowered Development, Cooperation South Journal, UNDP, Volume 2, Number 2.
- 44- He, Zhou and Zhou , Jonathan. (2000). Diffusion and Use of the Internet among Adult Audiences in Hong Kong, The Chinese Communication Association (CCA) Panel at the Annual Conference of International Communication Association, Use and Impact of the Internet among Chinese Populations: Findings from the 2000 Chinese Internet Survey (CIUS) in Mainland China, Hong Kong, Taiwan, Macau, and Singapore, Retrieved October 13, 2001, from the World Wide Web:  
<http://sjmc.cla.umn.edu/cca/ccaicapaneloutline.htm>

- 45- Hedley, Alan. (1998). Technological Diffusion or Cultural Imperialism: Measuring the information revolution, *International Journal of Comparative Sociology*, Volume 39, Number 2.
- 46- Herman, Edward S. and Robert W. McChesney. (1997) *The Global Media and the New Missionaries of Corporate Capitalism*, Cassell.
- 47- Hiebert, Ray Eldon, et al, (1997). *Mass Media: An Introduction to Modern Communication*, New York, London: Longman.
- 48- Hoyt, et al. (1999). Bridging Established and Emerging Directions in Communication Research, *Communication Research*, Volume 26, Number 4.
- 49- Hu, , Yu, Wei, 1999, *The Third Person Effect: Social Cognition or Academic Creation?* Retrieved, August 27, 2001, from the World Wide Web: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa>
- 50- Huazhu, et al.,(1994). Do Televised Dabates Affect Image Perception More Than Issues Knowledge? , *Human Communication Research*, Volume 20 , Number 3.
- 51- *Human Development Report*. (1999). UNDP, New York, Oxford: Oxford University Press 1999.
- 52- Humang, Li Ning. (1996) *The Role of the Self in the Third – Person Effect: A View from Cognitive and Motivational Perspectives*, Retrieved, August 27, 2001, from the World Wide Web: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa>
- 53- Jones, Steven G. (ed), (1997). *Virtual Culture: Identity & Communication in Cybersociety*, London, New Delhi: Sage Publications.
- 54- Dizard.Wilson (1994). *Old Media New Media: Mass Communications in the Information Age*, New York: Longman.
- 55- Kamalipour, Yahya R. (ed), (1997). *The U.S. Media and the Middle East: Images and Perceptions*, Westport, Connecticut, London: Praeger.

- 56- Karim, Karim H.(2000). *Islamic Peril: Media and Global Violence*, Montreal/ New York / London: Black Rose Books.
- 57- Kaye, Barbara K. (2001). *From Here to Obscurity: Media Substitution Theory and the Internet*, Retrieved December 16, 2000 from the World Wide Web: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa>
- 58- Keniston, Kenneth. (2000). *Cultural Diversity or Global Monoculture: The Information Age in India*, Retrieved September 25, 2000 from the World Wide Web: <http://www.mpp-rdg.mpg.de/woodsh.htm>
- 59- Kersting, Wolfgang. (2000). *Global Networks and Local Values: Some Philosophical Remarks from an Individualist Point of View*, Retrieved June 5, 2000 from the World Wide Web: <http://www.mpp.rdg.mpg.de/woodsh.hm>
- 60- Kllner, Douglas. Ed, (1993). *The Persian Gulf: TV War*, Boulder, San Francis, Oxford: Western Press.
- 61- Kwon, HoCheon. (2001) *Diffusion of the Internet*, Retrieved October10, 2001 from the World Wide Web: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa>
- 62- Levy, Pierre. (1997). *Cyber culture*, Paris: Editions Odile Jacob.
- 63- Liang, Guo. (2000). *Survey on Internet Usage and Impact among Teenage Children in Mainland China*, The Chinese Communication Association (CCA) Panel at the Annual Conference of International Communication Association, *Use and Impact of the Internet among Chinese Populations: Findings from the 2000 Chinese Internet Survey (CIUS) in Mainland China, Hong Kong, Taiwan, Macau, and Singapore*, Retrieved October 13, 2001, from the World Wide Web:  
<http://sjmc.cla.umn.edu/cca/ccaicapaneloutline.htm>
- 64- Lievrouw, Leah A. , et al. (2001). *Bridging the Subdisciplines: An Overview of Communication and Technology Research* , in

- Gudykunst, William B.(ed), *Communication Yearbook 24*, Thousand, London, New Delhi: Sage publications.
- 65- Lillie, Jonathan James. (1998). *Cultural Uses of New, Networked Internet Information and Communication Technologies: Implications for US Latino Identities*, Master's Thesis, School of Journalism and Mass Communication, The University of North Carolina at Chapel Hill.
- 66- Lufur, leo. (1999). *Six Years of Internet Research in Mass Communication, 1993-1998*. Retrieved December16, 2000 from the World Wide Web: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa>
- 67- Lundark, Vicki, et al. (1998). *Internet Paradox: A Social Involvement and Psychological Well- Being?*, *American Psychologist*, Volume, 53, Number 9.
- 68- Majid, Roya Akhaavan and Ramaprasd, Jyotika. (1999). *Framing and Ideology: A Comparative Analysis of U.S and Chinese Newspaper Coverage of the Fourth United Nations Conference on Women and the NGO Forum*, *Mass Communication and Society* , Volume 1, Number3/4.
- 69- Marten, Fogelman. (1994). *Freedom and Censorship in the Emerging Electronic Environment*, *The Information Society, An International Journal*, Volume 10, Number 4.
- 70- Max, Kiger (1994). *The Digital Individual*, *The Information Society, An International Journal*, Volume 10, Number 2.
- 71- McQuail, Denis. (1987). *Mass Communication theory*, London: Sage publications.
- 72- Morgan, Michael, and Shanahn, James. (1997). *Two Decades of Cultivation Research: An Appraisal and Meta- Analysis*, in Burleson, Brant R. (ed). *Communication Yearbook 20*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
- 73- Mowlana, Hamid, (1997). *Global Information and World*

Communication, London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

- 74- Mowlana, Hamid. (2001). From Medieval to Modern Times: Information in the Arab World,, Cooperation South Journal, UNDP, Volume 2, Number 2.
- 75- Mowlana, Hamid. (2000). Globalization of Mass Media, Opportunities and Challenges for the South, Cooperation South Journal, UNDP, Volume 1, Number 2.
- 76- Muller, Lorenz. (2000). Global Networks and Local Values, Retrieved June 22, 2000 from the World Wide Web:<http://www.mpp-rdg.mpg.de/woodsh.htm>
- 77- Natesan, N Chinna, and Rao, Sandhya. (1996). Internet: Threat or Opportunity for India?, Media Asia, An Asian Mass Communication Quarterly, Volume 23, Number 2.
- 78- Parker, Elliott. (1994) Assessing U.S. Television's Media Imperialism: An Exercise in Theory Building , Retrieved October 10, 2001 from the World Wide Web: <http://list.msu.edu/cgi>
- 79- Patrich, Burrowes Carl. (1992). Twenty Years of Cultural Imperialism: Some Conceptual and Methodological Problems, Paper presented at the Annual Meeting of the international Communication , ED 349 591.
- 80- Paul, Bryant, et al. (2000).The Third Person Effect: A meta-Analysis of the Perceptual Hypothesis, Mass Communication & Society, Volume 3, Number 1.
- 81- Philo, Greg and Miller David. (2001). Market Killing. What the Free Market Does and What Social Scientists can do about it, London: Longman.
- 82- Putnam, L. (1997). Bowling Alone: America's Declining Social Capital , Journal of Democracy, Volume 6, Number 2.
- 83- Reilly, Katherine et al. (2001). Paths Beyond Connectivity:

Experiences From Latin America and the Caribbean, Cooperation South Journal, UNDP, Volume 2, Number No 1.

- 84- Roach, Colleen. (1997). Cultural Imperialism and Resistance in Media Theory and Literary Theory, 1979, Media , Culture and Society, Volume 19, Number1.
- 85- Robins, Kevin, and Webster, Frank (2001). Times of Technoculture, From the Information Society to the Virtual Life, London and New York: Routledge.
- 86- Rogers, M, Everett and Donald, Case. (1992). The Adoption and Social Impacts of Information Technology in U.S Agriculture, The Information Society, An International Journal. Volume 5, Number 2.
- 87- Rogers, M, Everett.(1988). Communication Technology: The New Media in Society, London: Collier Macmillan Publisher.
- 88- Rubin Alan M, and Haridakis, Pual M. (2000). Mass Communication Research at the Dawn of the 21st Century, in Gudykunst, William B.(ed), Communication Yearbook 24, Thousand, London, New Delhi: Sage publications.
- 89- Ruggiero, Thomas. (2001) Uses and Gratification Theory in the 21st Century, Mass Communication & Society, Volume 3, Number1.
- 90- Said, Edward. (1993). Culture and Imperialism, New York: Alfred A. Knopf.
- 91- Saito, Shinichi. (1996) Cultivation Theory Revisited: Another Look at the Theory and Implications for Future Research, Retrieved September 12, 2001 from the World Wide Web: <http://List.msu.edu/cgi-bin/wa>
- 92- Salem, Philip. (1998). Paradoxical Impacts of Electronic Communication Technologies, paper presented at the international Communication Association, “ Communication: Organizing for the Future” ED 240 891.

- 93- Salhi, Hamoud. (2000). The Political & Social Impact of Information Technology in the Gulf Arab States , Paper presented at the International Studies Association, Retrieved August 17, 2001 from the World Wide Web: <http://nmit.georgetown.edu/papers/hsalhi.htm>
- 94- Salwen, Michael and Dupagne , Michel. (1999). The Third Person Effect: Perceptions of Media's Influence and Immoral Consequences, *Communication Research*, Volume 26, Number 5.
- 95- Scheufele, Dietram A. (2000). Agenda – Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication, *Mass Communication & Society*, Volume 3, Numbers 2 & 3.
- 96- Schiller, Dan. (1999). *Digital Capitalism, Networking the Global Market System*, The MIT Press.
- 97- Schiller, Herb. (1991). Not Yet the Post- Imperialist Era , *Critical Studies in Mass Communication*, Volume 8, Number 1.
- 98- Schultz, Tanjev. (2000). Mass Media and the Concept of Interactivity: An Exploration Study of Online Forums and Reader Email, *Media , Culture & Society*, Volume 22, Number 2.
- 99- Selvin, James.(2000). *The Internet and Society* , Cambridge: Blackwell Publisher.
- 100- Servaes, Jan. (1994). Cultural identity and Modes of Communication, in Anderson, James. A, (ed), *Communication Yearbook /12*, Newbury Park, London, New Delhi: Sage Publication.
- 101- Shah, Dhavan V. (2001). Communication, Context, and Community: An Exploration of Print Broadcast, and Internet Influences, *Communication Research*, Volume 28, Number 4.
- 102- Smith, Anthony. (1995). *The Age of Behemoths: The Globalization of Mass Media*, New York: Priority Press Publications.

- 103- Sussman, Gerald, (1997). *Communication Technologies, and Politics in the Information Age*, Thousand Oaks, London: Sage Publications.
- 104- Sylvie, Coudray, Josiane, Jouet. (1990). *New Communication Technologies: Research Trends, Reports and Papers on Mass Communication No. 105*, Paris: UNESCO.
- 105- Taylor, Lisa, and Willis, Andrew. (1999). *Media Studies: Texts, Institutions and Audiences*, Oxford: Blackwell Publishers.
- 106- The Emirates Center for Strategic Studies and Research, (1998). *The Information Revolution and the Arab World: Its Impact on State and Society*, Abu Dhabi: ECSSR.
- 107- Thompson, Michael. (2000). *Global Networks and Local Cultures: What are the Mismatches and what can be done about them?* Retrieved August 20, 2000, from the World Wide Web:<http://www.mpp-rdg.mpg.de/woodsh.htm>.
- 108- Thussu, Daya Kishan. (2000). *International Communication: Continuity and Change*, New York: Oxford University Press.
- 109- Tim North. (1994). *The Internet and Usenet Global Computer Networks: An Investigation of their Culture and its Effects on New Users*, Retrieved October 2, 2001 from the World Wide Web: <http://www.vianet.net.au/~timn/thesis/>.
- 110- Tomlinson, John. (1991). *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*, London: Pinter Publisher.
- 111- Villegas, Bernardo M. (1997). *Social Impact of New Communication Technologies*, *Media Asia: An Asian Mass Communication Quarterly*, Volume 24, Number 4.
- 112- Wang, Georgette et al. (2000). *Surveying the Digital Future: A look at Internet Influences in Taiwan*, The Chinese Communication Association (CCA) Panel at the Annual Conference of International Communication Association, *Use and Impact of the Internet among Chinese Populations: Findings from the 2000 Chinese Internet Survey (CIUS) in Mainland*

China, Hong Kong, Taiwan, Macau, and Singapore, Retrieved October 13, 2001, from the World Wide Web: <http://sjmc.cla.umn.edu/cca/ccaicapaneloutline.htm>

- 113- Wheeler, Deborah L. (1998). Global Culture or Culture Clash: New Information Technologies in the Islamic World, *Communication Research*, Volume 25, Number 4.
- 114- Woody, Horton Forest. (1997). Why Information Management Is an International Issue, *The Information Society, An International Journal*, Volume 8, Number 2.
- 115- World Commission on Culture and Development. (1998). Our Creative Diversity, Retrieved May 29, 2001 from the World Wide Web: ,  
[http://www.unesco.org/culture\\_and\\_development/ocd/chapter4.html](http://www.unesco.org/culture_and_development/ocd/chapter4.html)
- 116- World Development Report 1998/1999, Knowledge for Development, The World Bank, Oxford: Oxford University Press.
- 117- Yu, Frederick T. C. (1994). Where is Mass Communication Going? In Sharp, Nancy Weatherly. (ed), *Communications Research: The Challenge of the Information Age*, Syracuse, Syracuse University Press.

### المصادر العربية

- أحمد، إلهام يونس. (١٩٩٩). تأثير الإعلانات التلفزيونية على الحصيلة اللغوية للطفل: دراسة تجريبية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أبو النصر، ياسر. (١٩٩٨). التعرض للدراما التي يقدمها التلفزيون ومستوى التطلعات لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- البيومي، عادل فهمي. (١٩٩٥). دور التلفزيون المصري في تكوين الوعي

الاجتماعي ضد الجريمة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- الحاج، كمال بديع. (١٩٩٨). استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- الحسيني، أماني. (١٩٩٨)، أثر تعرض الأطفال ذوي الظروف الصعبة للتلفزيون والسينما والفيديو على إدراكهم للواقع الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- الساعي، ندى محي الدين. (١٩٩٧). استخدام شبكات المعلومات وأثره على معدلات التعرض: دراسة تطبيقية على مستخدمي الشبكة القومية للمعلومات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- الحاجة، مي. (١٩٩٧). استخدامات الإذاعات المحلية بين أعضاء الهيئة التدريسية بالجامعة، دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمارات العربية المتحدة، مجلد ١٣، العدد ١.

- الدر، هويدا. (٢٠٠١). الكارتون التلفزيوني وعلاقته باتجاهات التلفزيون نحو العنف: دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ المدارس، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- الفقيه، محمد عبد الوهاب. (١٩٩٧). دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- بخيت، السيد. (٢٠٠٠). الصحافة والإنترنت، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

- حسن، أشرف جلال. (١٩٩٥)، دوافع استخدام الجمهور المصري للإعلان

التلفزيوني وإشباعاته، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- حمادة، بسيونى إبراهيم. (٢٠٠١). دولة الإمارات العربية المتحدة وتكنولوجيا الاتصال: دراسة في الاتجاهات النظرية والتطبيقية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثاني، المجلد الثاني.

- حمادة، بسيونى إبراهيم، (٢٠٠١). حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة مع إشارة خاصة للوضع في الدول النامية. سلسلة الدراسات والبحوث العلمية، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.

- درويش، عبد الرحيم. (١٩٩٧). تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والإشباعات التي تحققها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- رزق، عادل صادق محمد. (١٩٩٩). دور الصحافة النسائية في وضع أولويات اهتمام المرأة المصرية نحو القضايا النسائية: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- زين العابدين، منى محمد. (١٩٩٩). دور المسلسلات العربية بالتلفزيون في تقديم النماذج الإيجابية والسلبية للطفل المصري: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- سليمان، رحاب إبراهيم. (١٩٩٩). الصحافة المصرية وترتيب أولويات الصفوة تجاه القضايا البيئية في إطار مفهوم التنمية المتواصلة في مصر، دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور عام ١٩٩٨، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- شاهين، هبة أحمد. (١٩٩٦). استخدامات الجمهور في مصر للشبكة الإخبارية

المصريةCNE: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- صلاح الدين، خالد.(١٩٩٧). دور التلفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- طابع، سامي عبد الرؤوف، (٢٠٠٠). استخدامات الشباب العربي للإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الأول، العدد الرابع.

- عايش، محمد. (١٩٩٤). الصورة العربية في وسائل الإعلام الأمريكية، سلسلة البحوث، رقم ٢، العين: جامعة الإمارات العربية المتحدة.

- عبد العظيم، عزة. (٢٠٠٠). تأثير الدراما التلفزيونية على إدراك الواقع الاجتماعي للأسرة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- فؤاد، جيهان.(١٩٩٩). دور الدراما التلفزيونية في تشكيل الطفل نحو اختيار المهنة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- فهمي، أماني السيد. (١٩٩٩). الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الرابع، العدد السادس.

- محمود، لمياء. (٢٠٠٠). إدراك الشباب للواقع السياسي: دراسة تطبيقية على أخبار التلفزيون، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- ندا، أيمن منصور. (٢٠٠٠). صورة الوطن العربي وأوروبا كما تعكسها المواد الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والأوروبية: دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- شقير، بارعة. (١٩٩٩). تأثير التعرض للدراما الأجنبية في التلفزيون على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

• للمزيد من المعلومات عن نظريات التأثير يرجى النظر في:

- فهمي، أماني السيد. (١٩٩٩). الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد الرابع، العدد السادس.