

وسائل الإعلام ودورها في بناء الحقائق الاجتماعية: انعكاس للواقع أم بناء للوهم

ملخص:

تضطلع وسائل الاتصال الجماهيري بدور لافت في تشكيل أفكار الجمهور، مواقفه، وتمثلاته حول الحياة اليومية وما يجري فيها من أحداث، فهي تعتبر بمثابة وسيط تقني لا يعمل فقط على نقل الحقيقة، وإنما يذهب في الكثير من الأحيان إلى إعادة بنائها من جديد، هذا ما جعل العديد من الباحثين يتساءلون حول طبيعة وأبعاد الدور المنوط لوسائل الإعلام في بناء الحقائق الاجتماعية ففي هذا المقال سنتطرق إلى الأطر النظرية المفسرة لهذه العلاقة، ومن ثم الدراسات والأبحاث التي اهتمت بهذا الموضوع، وكذا سنحاول تحليل دور وسائل الإعلام في نشر الوقائع الاجتماعية ما بين الحقيقة والخيال..

الكلمات المفتاحية: بناء الحقائق الاجتماعية، وسائل الإعلام، الوهم، الخيال.

قلاعة كريمة

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي
البصري
جامعة صالح بوبنيدر
قسنطينة 3

مقدمة:

ارتبط مفهوم "الحقائق" منذ القديم بمعنى "التوافق والتطابق"، حيث كانت تفهم الحقيقة من خلال ما يأتي ضدها "الصواب والخطأ" "الأصلي والمزيف"، أي أنها كانت تعتبر كحقيقة معطاة ومسلم بها فيما يتعلق بما هو موجود خارج الأفعال الاجتماعية للأفراد، ومن جهة أخرى كان يُنظر إليها كحالة تتطلب دوما الإثبات، فالحقيقة بهذا المعنى تشير إلى "التطابق بين ما يدل عليه الشيء وما تتصوره عنه، وبين ما يدل

Abstract:

The mass media plays an important role in shaping the public's ideas, attitudes, and representations about everyday life and events. It is considered a technical intermediary that not only works to convey the truth, but often goes back to rebuilding it, This has led many researchers to question the nature and dimensions of the role assigned to the media in building social realities, In this article we will discuss the theoretical frameworks explaining this relationship, and then the studies and research that dealt with this subject, as well as we will try to analyze the role of the media in the dissemination of social facts between the truth and illusion.

Key Word : construction of social realities, mass media, reality, illusion.

عليه الملفوظ وبين الشيء⁽¹⁾، بينما أخذ هذا الطرح منحاً آخر فيما بعد، حيث أن " التفكير في مسألة الحقيقة لم يعد يهتم ببداية التمثلات ومطابقة الأحكام وصحة المعارف، ولم تعد تُفهم الحقيقة في الفكر الفلسفي المعاصر من خلال مفهومات: الجوهر والبداية، الوثوق والإثبات، بل أصبحت تفهم من خلال مفهومات مغايرة مثل: التوليد، الإجراء والمفاضلة والتفسير، السلطة، الممارسة وحتى اللعب"⁽²⁾.
فالحقيقة هنا أصبحت تُؤسس اجتماعياً من خلال التفاعل الذي يتم بين الأفراد عن طريق الاتصال الشخصي عبر الزمان، وعلى إثر هذا غدت تتشكل المعاني المشتركة بين الناس والتي بعد الاتفاق الجماعي حولها تصبح بمثابة حقائق اجتماعية تُعتمد كمنظم لتصورات الأفراد وكمعيار أو نظام من القيم يوجه سلوكهم في الحياة اليومية، والقول هنا بالتأسيس المشترك للحقيقة لا ينفي أنه بالإمكان أن تكون هذه الحقيقة الاجتماعية ذاتية أيضاً، بحيث يصبح الفرد منتجاً لها على مستوى تمثلاته الشخصية، " ففي الفلسفة المعاصرة، وتحديدًا في فكر ما بعد الحداثة باتت تعتبر هذه الحقيقة نتاجاً منظماً ومؤسس للخطاب الإنساني، وبمثابة منظومة تأويلية تقوم على التفسير والتأويل، وبعبارة أخرى فإنها انخراط في العالم يحقق الإنسان من خلاله ذاته بأنماط مختلفة"⁽³⁾.

ولقد حظي بناء الحقائق الاجتماعية بالبحث والدراسة بشكل كبير من مختلف المجالات البحثية، على غرار علم الاجتماع والفلسفة، علم النفس الاجتماعي، علم اجتماع المعرفة، وقد قُدمت الأفكار الأولى لهذا الطرح من خلال كتابات ودراسات العديد من الفلاسفة والباحثين والذين نجد من أبرزهم: هوسرل (Husserl) وألفرد شوتز (Alfred Schütz)⁽⁴⁾ من خلال اهتمامهما بدراسة عالم الحياة اليومية في إطار الفينومينولوجيا، وبرغر ولوكمان (Luckmann Berger and) وما قدماه من خلال كتابهما: " the social construction of reality"⁽⁵⁾ والذان ركزا فيه على دراسة حقيقة الحياة اليومية، وكما نجد هذا الطرح أيضاً في كتابات هابرماس (Habermas) ونظريته حول الفعل التواصلي، وهايدغر (Heidegger)⁽⁶⁾ في حديثه عن الحقيقة والوجود، وكذا جون سيرل (John Searle) الذي قدم بدوره كتاباً هاماً في هذه الصدد تحت عنوان " construction of social The reality"⁽⁷⁾.

ومن المجالات البحثية التي اهتمت بهذا الموضوع أيضاً نجد الدراسات الإعلامية والاتصالية التي حاولت تبيان العلاقة بين وسائل الإعلام وما يحمله الناس في أذهانهم من تصورات وحقائق فمع ظهور هذه الوسائل انتقل البناء الاجتماعي للحقيقة من الاتصال الشخصي إلى الاتصال الجماهيري، فوسائل الإعلام اليوم وانطلاقاً من المكانة الهامة التي أصبحت تحتلها في حياتنا اليومية، ونظراً للوقت الكبير الذي أصبحنا نخصصه لاستخدامها باتت تلعب دوراً لا يستهان به على صعيد التنشئة الاجتماعية فهي تعد من أهم مصادر المعلومات، الأخبار والمعارف. مما يزيد من فرص تشكيل الصور الذهنية للجمهور المتلقي بما يتماشى مع ما تبثه هذه الوسائل، وهذا ما يطرح العديد من التساؤلات حول طبيعة التصورات التي يبنيناها الأفراد على إثر التعرض لوسائل الإعلام فهذه الأخيرة مثلما بمقدورها أن تنقل الحقيقة للناس وتقربهم من واقعهم الاجتماعي مثلما تستطيع أيضاً أن تجعلهم يغمسون في عالم من الوهم والخيال يدركونه في نهاية الأمر على أنه واقعهم الفعلي، وتكون هذه العملية بغية تحقيق أهداف معينة ترتبط بمصالح القوى المهيمنة على النسق الإعلامي، وهذا ما حاولت الدراسات الإعلامية في هذا المجال تفسيره بداية مع البحوث المتعلقة بالصحافة والدور الكبير الذي كانت تقوم به في مجال التأثير على اتجاهات الجمهور وتشكيل معانيهم حول ما يدور في مجتمعهم، وبعدها مع التلفزيون وما يقوم به من غرس ثقافي للمعتقدات، المفاهيم، وأنماط الحياة، ووصولاً إلى الإنترنت حالياً وما حملته من فضاءات افتراضية قادرة على خلق نسق جديد من القيم والحقائق.

1- الافتراضات النظرية المفسرة لعلاقة وسائل الإعلام ببناء الحقائق الاجتماعية:

مع تعدد البحوث التي تناقش دور وسائل الإعلام في بناء الحقائق الاجتماعية ومع تباين آرائها وتعدد المداخل التي تُدرس من خلالها هذا الدور، يمكن تحديد الفروض التي بموجبها نستطيع تفسير هذه

العملية، وفقا لاتجاهات عديدة، حيث نجد التفاعل الرمزي وفقا للمنظور التفاعلي الرمزي على النحو الآتي:

- 1- " تعاضم دور وسائل الإعلام، بحيث أصبحت تتسيد الأدوار، أو تنصدر الأدوار الخاصة بنشر المعلومات أو توزيع المعرفة.
 - 2- لأسباب هادفة أو غير هادفة فإن عرض هذه المعلومات والمعارف، الحقائق، الصور والقيم، لا يتفق في حالات كثيرة مع الواقع الحقيقي، وينتج عن ذلك نشر صور زائفة، أو حقائق محرقة عن هذا الواقع.
 - 3- نظرا لتعاضم دور وسائل الإعلام وسيادتها في مجال عرض الحقائق ونشرها فإن الأفراد في المجتمع يعتمدون عليها في رسم الصور الذهنية لهذه الحقائق المحرفة أو المتحيزة دون بذل جهد إضافي لمقارنة هذه الصور الذهنية مع الواقع الحقيقي.
 - 4- مع تأثير التراكم، النشر والإذاعة وبمرور الوقت، فإن هذه الحقائق التي تنشرها وسائل الإعلام، تتحول إلى حقائق اجتماعية، يجتمع حولها الأفراد في المجتمع، ويتفقون على رموزها ومعانيها بتأثير التفاعل الرمزي.
 - 5- من خلال أساليب التحليل الثقافي يمكن الاستدلال على هذه الحقائق المحرفة أو الصور الزائفة، لكنها تسهم وبمرور الزمن وبعد الاتفاق الاجتماعي حولها في عمليات التغيير في المجتمع، ويتأثر بها أفرادها في البناء الثقافي والاجتماعي.
- فالاعتماد على وسائل الإعلام وحدها في البناء الاجتماعي للتحقق وتشكيل الصور الذهنية عن العوالم المحيطة بالأفراد في المجتمع، يترتب عليه عدد من النتائج السلبية التي لا يستهان بها على المدى الطويل"⁽⁸⁾.

أما من منظور نظرية الدلالة اللغوية وبناء الواقع الاجتماعي؛ والتي كانت تركز على اللغة كعامل رئيس في عملية فهم المعاني وتشكيلها وبالتالي بناء التصورات حول الواقع المعاش فنجدها تحدد هذه الافتراضات وفقا للنقاط التالية:

- 1- " هناك واقع نعيش فيه ويتضمن هذا الواقع العالم الموضوعي من الطبيعة وعالم آخر خارق للطبيعة، وهو ما لم يتفق حوله العلماء حتى الآن.
 - 2- يُكون الأفراد صورا ذهنية مماثلة للواقع الاجتماعي سواء أكانت عن طريق الاتصال الشخصي أو وسائل الإعلام.
 - 3- يفسر كل فرد الواقع الاجتماعي بطريقة ذاتية تتحكم فيها الخصائص النفسية والاجتماعية.
 - 4- تحدد التفسيرات الذاتية السلوك الشخصي للفرد.
 - 5- يتحكم النظام الاجتماعي في نماذج السلوك الشخصي من خلال القيم والمعايير الاجتماعية المطلوبة وغير المطلوبة.
- ونجد في نفس السياق نظرية التوقعات الاجتماعية (social expectations) التي تقيم علاقة ترابطية بين بناء التوقعات الاجتماعية والأدوار المنوطة لوسائل الإعلام في تحقيق ذلك وفي تقديم التفسيرات حول البيئة الاجتماعية للناس، وهي تحدد لنا هذه العلاقة من خلال الافتراضات التالية:
- 1- " إن نماذج التنظيم الاجتماعي التي تظهر على شكل معايير، أدوار ورتب وعقوبات أو مكافآت تتعلق بجماعات معينة، ويتم غالبا تصويرها في المضمون الإعلامي.
 - 2- قد يكون هذا التصوير الإعلامي لنماذج التنظيم الاجتماعي حقيقيا أو مشوها وجديرا بالثقة أو مضللا.
 - 3- مهما كانت علاقة هذه الصور بالحقائق والواقع فإن جماهير المستقبلين يستوعبون هذه التحديدات، وتصبح هذه الصور هي مجموعة التوقعات الاجتماعية التي تعلموها كنماذج للسلوك.
 - 4- تعتبر هذه التوقعات جزءا مهما من فهم الناس المسبق للسلوك المطلوب أن يتبعه المشاركون في الجماعات التي سوف يصبحون أعضاء فيها.

- 5- تعتبر هذه النماذج الإعلامية جزءا مهما من معلومات الجماهير عن النظام الاجتماعي السائد.
- 6- تفيد التوقعات الاجتماعية الأفراد في تحديد كيف يتصرفون شخصيا اتجاه الآخرين الذين يلعبون أدوارا في جماعات معينة وكيف يتصرف الآخرون اتجاههم في مختلف الظروف الاجتماعية".

هذه النظرية تركز بشكل كبير على عملية توجيه السلوك وتشكيله وفقا للمواقف التي نتعلمها من خلال وسائل الإعلام، هذه الأخيرة التي تعرض لها تجارب مختلفة عن الحياة اليومية، وبهذا هي تركز على مبدأين هامين ألا وهما:

1- " أن وسائل الإعلام تقوم بنقل المعلومات المتعلقة بقواعد السلوك الاجتماعي التي يتذكرها عضو الجماعة.

2- تؤثر هذه العملية بشكل واضح في السلوك العلني لأفراد الجماعة"(9).

2-الدراسات البحثية حول دور وسائل الإعلام في بناء الحقائق الاجتماعية:

1-2-البيدايات الأولى للأبحاث:

برزت العديد من البحوث والدراسات ذات التوجهات النظرية المختلفة والتي عملت على دراسة دور وسائل الإعلام في بناء المعاني وكذا الحقائق الاجتماعية ولعل " البيدايات الأولى حول هذا الموضوع كانت من خلال كتاب ولتر ليبمان (Lippmann Walter) " الرأي العام" سنة 1922، والذي أشار فيه إلى الدور الذي تقوم به الصحافة في التأثير على الرأي برسم صورة زائفة بعيدة عن الواقع الحقيقي، وتأثير هذه الصور في أنماط سلوكهم المختلفة، حيث كان يرى أن التفسيرات التي تقدمها الصحف عن الوقائع والأحداث تؤثر كثيرا في تفسيرات الناس لهذه الوقائع وبالتالي في سلوكهم.

وبعد ذلك توالت البحوث والدراسات التي تبحث في هذا الإطار العام وإن اتخذت مداخيل مختلفة للبحث في تأثيرات وسائل الإعلام، من خلال نظريات مسماة تنتهي كلها إلى نتيجة واحدة هي الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في البناء الاجتماعي للثقائق، وهذا الدور أصبح محل نقاش في العديد من الكتابات " كالتساؤل مثلا: "هل يحدث التباين بين الواقع والصورة التي ترسمها وسائل الإعلام بتأثير تقنيات العمل وضغوطه أو يحدث بتأثير ضغوط خارجية أو داخلية تحدد سياسات النشر والإذاعة؟ وكذا من هم المستفيدون من وجود هذا التباين بين الواقع والصور التي ترسمها وسائل الإعلام"(10).

فجى تتشمان مثلا من خلال اهتمامها بالأدوار والأعمال التي تتم في غرفة الأخبار في وسائل الإعلام ومقابلتها مع عدد من المندوبين خلال عشر سنوات، رأت أنه من خلال الممارسات المهنية والروتينية، فإن الأخبار تدعم الشرعية للوضع القائم"، ووفقا لهذا في كتابها "صياغة الأخبار أشارت إلى أن " الأخبار هي البناء الاجتماعي للحقيقة"(11).

ومن الدراسات الأولى في هذا المجال نجد الأعمال والبحوث التي قدمها جيربندر (Gerbner) في ما يعرف ب"بحوث الإنماء (أو الغرس) الثقافي في الستينيات، كما نجد من بين الدراسات التي كانت تهتم بموضوع التعلم عن الشؤون العامة في المجتمع من خلال وسائل الإعلام وكذا بناء التصورات والآراء بفعل تأثير ما تعرضه هذه الوسائل " دراسة أقيمت سنة 1976 حول وسائل الإعلام والتشدد ضد السود، وكذا دراسة قام بها كل من: أل وزملاؤه (Donohue, Al-Tichinor) وآخرون حول أنماط استخدام وسائل الإعلام والرأي العام، ونجد أيضا نويل نيومان (Neumann Noell) في 1974 التي اهتمت بدراسة دور وسائل الإعلام في تنمية وتوجيه الرأي العام"(12).

" من البحوث المهمة أيضا، نظرية الأجندة (agenda setting)، كما نجد كل من مورдох وإليوت وهالورن (Halloran, Elliott, Murdock) بحثوا في المعلومات المستمدة من خلال وسائل الإعلام حول الأقليات وتشكيل مفاهيم البيض حول الوضع العنصري في بريطانيا في 1970، حيث نجد مورдох (Murdock) يؤكد على أن وسائل الإعلام تعتبر بمثابة مصدر لنظم المعاني التي يستخدمها الناس في تأطير أفكارهم وحساباتهم حول الملامح العامة للبنية الاجتماعية.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية قام وارن (Warren) في 1972، بتحليل العلاقة بين تصورات السكان حول الحوادث العنصرية في ديترويت والتصورات المبنية على إثر وسائل الإعلام آنذاك⁽¹³⁾. نلاحظ هنا أن مختلف الدراسات كانت تهتم بموضوع الأقليات والتمييز العنصري وعملية تشكيل آراء الناس وأفكارهم حول هذا الموضوع بشكل لافت.

2- البحوث المتعلقة بالتلفزيون:

يمكن القول بأن التلفزيون كوسيلة إعلامية قد حظي بنصيب الأسد من الدراسات الهامة والعديدة حول هذا الموضوع عديدة وهامة حول هذا الموضوع وهذا على اعتباره أنه أصبح جزءاً لا يتجزأ من حياتنا الاجتماعية، حيث أصبح يُنظر إليه كشيء اعتيادي في تدفق الأحداث اليومية في مختلف المجتمعات وبالتالي أصبحت " الألفة والاعتيادية (familiarity and ordinariness) سمتان ملازمتان لهذه الوسيلة التي كانت تعتبر في الماضي جزءاً من حياة الناس الذين هم في مرحلة متقدمة من العمر، لكن في ما بعد: الأطفال، المراهقين، الشباب أصبحوا يكبرون مع التلفزيون كأمر طبيعي" (نظراً للوقت الكبير المستغرق في المشاهدة) "ويأخذون منه عالم حياتهم اليومية كأمر مسلم به"⁽¹⁴⁾، على إثر ما يتم عرضه من " القصص التي تروى والأخبار والإعلانات التجارية والدراما، والبرامج الأخرى التي تجلب نسبياً نظاماً متماسكاً من الصور والرسائل إلى كل بيت، هذا النظام الذي أصبح يضطلع بمهمة التنقيف بداية من مرحلة الطفولة فهو ينمي الميولات والتفضيلات، ويكسب المعارف التي كانت تُستمد من الجماعات الأولية فالتلفزيون فرض نفسه كمصدر رئيسي مشترك وشريك في عملية التنشئة الاجتماعية خاصة على صعيد اكتساب المعرفة حول الحياة اليومية، وهو يقدم الطقوس اليومية التي تشترك فيها العديد من الجماهير إنه العالم المتاح الذي يبني لنا خبراتنا، كما أن وظيفته الاجتماعية تتحقق من خلال التكرار المستمر لأنماط العيش، الإيديولوجيات والحقائق، مما يجعلنا نتعرف على العالم، ومما يضيف الشرعية على النظام الاجتماعي الموجود. هذا على الرغم من أن التلفزيون مقارنة مع وسائل إعلامية أخرى، يقدم اختيارات محدودة نسبياً لمجموعة غير محدودة ومتنوعة من اهتمامات الجمهور"⁽¹⁵⁾.

كل ما سبق يقود إلى فكرة واحدة مفادها: دور التلفزيون في تأطير الحقائق الاجتماعية لدى الجماهير، وهذا ما لاحظته الباحثون منذ بداية ظهور هذه الوسيلة؛ حيث توالى الدراسات التي أصبحت تهتم بما يتلقاه ويفسره الجمهور على إثر التعرض خاصة بعد ظهور نظرية الإشباع والרגبات، وكذا مختلف دراسات التلقي الأخرى التي أعطت الأولوية لدراسات الجمهور أكثر من الوسيلة في حد ذاتها. " إن الكيفية التي يؤثر بها التلفزيون على إدراكنا للواقع الاجتماعي تستعيد نظرية التعلم الاجتماعي التي تتجاوز مجرد تفسير الكيفية التي نحصل بها على الأخبار ورؤية العالم، إن بناء الواقع إنما يعني أيضاً دراسة كيف يمكن تعميم هذا التعلم⁽¹⁶⁾ على أوضاع أخرى، ونستطيع بفضل هذا التعميم أن ننشر ما نتعلمه من برنامج تلفزيوني معين في وسطنا الاجتماعي.

ويمكن تفسير آثار التنقيف التلفزيوني بفضل نظرية التعلم الاجتماعي؛ لأن المنهجية المستخدمة تركز على تحليل مضمون وسائل الإعلام بغرض تحديد الموضوعات والأشخاص والعلاقة المهيمنة، ونلاحظ انطلاقاً من هذا التحليل ما إذا كانت المضامين التي يهتم بها الجمهور (Cultivation analysis) تؤثر على رؤيته للواقع الاجتماعي، وقد برز نظام تحليل مضمون وسائل الإعلام بصفة خاصة في أعمال جيربندر (Gerbner) وعلى الأخص في كتابه: "المؤشرات الثقافية" سنة 1969، حيث تم تطبيقه على دراسة العنف^(*) وجمهور الأطفال والنساء وكذلك على موضوع الأقليات الإثنية،⁽¹⁷⁾ فمن خلال الدراسات التي أجراها الباحث مع عديد المشاهدين في كبرى المدن الأمريكية؛ توصل إلى أن التعرض للتلفزيون يؤثر على تصور الواقع الاجتماعي"⁽¹⁸⁾.

ومن الدراسات الأولى أيضاً والجديرة بالذكر نجد " دراسة تايشرت Teichert في 1972-1973 التي عنونت ب" Television as action social" التي قامت باستقصاء الحقائق عبر التلفزيون حيث توصل الباحث إلى أن ما يعرض في هذه الوسيلة هو مواد واقعية حقيقية يستخدمها المتلقي بطريقة ذاتية كوسيلة للتعامل مع الواقع ولإيجاد هويته الشخصية، غير أن المقاربات المنهجية التي كانت متاحة في

ذلك الوقت كانت قاصرة، ومحدودة مفاهيميا، مما أدى إلى فشل هذا الباحث في استنباط الحقائق الاجتماعية من الجماهير بالشكل الذي كان يطمح إليه.

دراسة أخرى حول هذا الموضوع جاءت تحت عنوان: "as normal and ordinary television and television reception" أجريت في سنة 1974، وقد انطلقت من افتراض أن كل المنازل لديها تلفزيون بالمقارنة مع سنة 1964، (50%) يملكون هذه الوسيلة، حيث تم التركيز على عامل الوقت الذي يقضيه الأفراد في مشاهدة يوميا لمدة 10 سنوات، بالمقارنة مع الراديو والصحف والنتائج كانت: أكثر من ساعتين حتى 4 ساعات يوميا للتلفزيون، ساعة على الأكثر للراديو ونصف ساعة يوميا للصحف، كما خلصت النتائج إلى أن التلفزيون أصبح يمثل التجربة والخبرة العادية في الحياة اليومية للأفراد⁽¹⁹⁾.

الباحثون في مثل هذه الدراسات أقرروا أن المعلومات التي يقدمها المبحوثون للإجابة عن الأسئلة المقدمة لهم هي التي تعطيهم تمثلاتهم عن الحياة اليومية ومقارنة هذه التمثلات بما يعرضه التلفزيون تكشف لنا انعكاس ما يعرضه التلفزيون على حياة الناس.

من البحوث المتعلقة بالموضوع أيضا نجد تلك الدراسات التي كانت تربط "العلاقة بين العنف والتعرض للتلفزيون 1984 مع دومينيك (Dominick)، والجنس مع ماك جي (Mcgee)، وحول التدخين مع فرويش (Freuch) وشيفيل (Scheffle) 1980⁽²⁰⁾.

ومن البحوث الهامة التي حاولت استكشاف الحقائق الاجتماعية من خلال التلفزيون في إطار الدراسات الثقافية، والتي اعتمد فيها على منهجية التحليل الثقافي لمعرفة احتمالية عرس المفاهيم والصور عن واقع الحياة اليومية على إثر التعرض للبرامج والمضامين التلفزيونية " نجد ما أجري في سنة 1987 في الولايات المتحدة الأمريكية حول شبكة الدراما التلفزيونية الأمريكية، الباحثون هنا قاموا بطرح مجموعة من الأسئلة على المبحوثين تتعلق ببناء الواقع الاجتماعي، مع أوقات تعرض متفاوتة من قبل المشاهدين، والغرض هنا كان محاولة معرفة عما إذا كان أولئك الذين يقضون وقتا أكبر في مشاهدة هم من بين الحقائق على إثر التعرض بصفة أكبر من قبلي مشاهدة أو أن الأمر لا يختلف بينهما⁽²¹⁾ (كان هناك تمييز بين المشاهد العادي والمشاهد المدمن مع أخذ نفس السمات الديمغرافية للمبحوثين).

استخدام مفهوم التثقيب من قبل هذه المدرسة كان يشير إلى " المساهمة التلفزيونية في تشكيل المفاهيم حول الواقع أي من حيث تأثير التلفزيون على البيئة الرمزية، المواقف، السلوكيات وتصورات الجمهور"⁽²²⁾.

يشير كالفرت (Calvert) من خلال الدراسات التي قام بها إلى أن المدمنين على التلفزيون هم من يقعون تحت تأثير حقيقي للحقيقة التلفزيونية، كما أن العالم الرمزي يُصور من خلال التلفزيون لكن من الممكن إلى حد كبير أن لا يتفق مع الواقع الحقيقي لعالم الحياة اليومية.

نجد أيضا دراسة كل من سميث، فوريس وجرينبوري (Greenbery, Ferris, Smith) سنة 2007 الذين قاموا بإجراء تحليل محتوى لحقيقة الحياة اليومية من خلال التلفزيون، ووجدوا أن هناك علاقة وثيقة بين تصورات الجمهور وما يعرض من مضامين تلفزيونية حيث اعتمد هؤلاء الباحثين على نظرية الإدراك المعرفي لتفسير العلاقة بين مشاهدة والمواقف المشكلة⁽²³⁾.

3-البحوث المتعلقة بالإنترنت:

مع بروز الإنترنت كوسيلة هامة في حياتنا ليس فقط على الصعيد المعلوماتي والمعرفي أو الترفيهي ولكن حتى على صعيد اتصالاتنا وتفاعلاتنا الاجتماعية مع الآخرين، هذه الوسيلة التي استطاعت أن تخطف بريق التلفزيون وبقية الوسائل التقليدية الأخرى نتيجة لتميزها بالإحتواء الشامل لمختلف تلك الوسائل ولامتلاكها خصائص فريدة أصبحت تسعى الوسائل الإعلامية الأخرى للاستفادة منها وتوظيفها حتى تحافظ على وجودها في ظل الانتشار السريع واللامتناهي للإنترنت في كل أنحاء العالم، هذه الخاصيات التي نجد على رأسها الوسائط المتعددة، التفاعلية، التزامنية والمنبر المفتوح لنشر واستقاء المعلومات بطريقة كانت تُؤطر بجملة من القيود في عقود مضت.

ما يمكن قوله هو أن البحوث الأولى للإنترنت كانت تهتم بأنماط استخدامات الوسيلة في حد ذاتها وتأثيراتها على الجانب السلوكي، الاجتماعي، النفسي، الثقافي والتربوي... فهذه البحوث كانت مرحلة استكشاف، تنقيب، وتأمل⁽²⁴⁾، لكن تطورت هذه الدراسات فيما بعد لتنتقل إلى مستوى آخر من التفكير، تحديداً مع ظهور web 0.2 وعلى وجه الخصوص المجتمعات الافتراضية وتأثيرها على حقيقة الحياة اليومية لدى المستخدمين، وظهور مفاهيم جديد وعلى رأسها "الحقيقة الافتراضية" وإمكانية أن تشكل هذه المجتمعات خطراً على الحياة الحقيقية للأفراد والتساؤل حول عواقب دمج الإنترنت في الحياة اليومية والتساؤل حول طبيعة حقيقة الحياة اليومية المعروضة في البيئة الإلكترونية، التفاعل الاجتماعي، وسبل بناء المعاني المشتركة، التصورات والحقائق الاجتماعية في إطار هذا النمط الاتصالي الجديد هو ما دفع الباحثين إلى القيام بدراسات هامة في هذا المجال⁽²⁵⁾.

- من أبرز البحوث نجد دراسة كل من "المان وهامبتون (Hampton و Wellman)" حول "الحياة اليومية عبر الإنترنت" والتي قاما بها في Toronto والتي أقيمت في مدينة Netville حيث توصلوا إلى أن الأشخاص المندمجين والمنتمين إلى المجتمعات الحقيقية هم الأكثر ميلاً للتفاعل الافتراضي عبر الإنترنت، وأن المجتمعات الافتراضية تعزز وجود المجتمعات الواقعية⁽²⁶⁾.

- دراسة إليزابيث رونارد بعنوان: "الاتصال والمجتمع في منتديات المحادثة الإلكترونية" وهي من أقدم الدراسات في هذا المجال، هي رسالة ماجستير نوقشت في جامعة Melbourne بأستراليا، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن شيوع استخدام الدردشة الإلكترونية يكمن وراء إمكانية إخفاء الهوية (anonymity) وانعدام الرقابة الاجتماعية وبالتالي فإن المستعملين لهم الحرية التامة في التعبير ومناقشة المواضيع فالمجتمعات الافتراضية وفقاً لهذه الدراسة أدت إلى إنشاء لغة خاصة بها تتكون من إشارات ورموز بالإضافة إلى تشكيل معايير وقواعد خاصة بهذه المجتمعات⁽²⁷⁾.

- دراسة هورمان (Horman) بعنوان: "دراسة استكشافية للتفاعل الاجتماعي الذي يحدث عبر الإنترنت" سنة 2005، توصلت هذه الدراسة إلى أن التفاعل يؤدي إلى درجة كبيرة من التأثير المتبادل، حيث يرتبط المتفاعلون ببعضهم البعض بشكل يؤدي إلى تغيير عدة جوانب في حياتهم، وبالتالي بينت الدراسة أن التفاعلات الافتراضية تحدث نفس الأثر على حياة الأفراد بنفس الشكل الذي تقوم به التفاعلات المباشرة وجها لوجه.

- دراسة سيندورا بعنوان: "المراهقات ومنتديات المحادثة الإلكترونية": سنة 2007 وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الكثير من المراهقات يقمن بلعب الأدوار وتغيير شخصياتهن من خلال تقديم البيانات الخاطئة، بما يختلف عن حقيقتهن في الحياة اليومية، بهدف التعرف على نظرة الآخرين لهن⁽²⁸⁾.

إلى جانب العديد من الدراسات الأخرى التي يعيقها التطور السريع للوسيلة بحيث لا يترك الوقت والمجال الكافي الذي ينبغي أن يمنح لهذه الدراسات.

لا تختلف طبيعة الأبحاث العلمية حول الإنترنت في الوطن العربي عن ما تميزت به الأبحاث الأولى المتعلقة بهذه الوسيلة في الولايات المتحدة الأمريكية وفي أوروبا، فالأبحاث العربية بدورها ركزت على دراسة استخدامات الإنترنت وتأثيراتها المختلفة على الجانب التعليمي، السياسي والاقتصادي،... غير أن هذه الأبحاث تقل إذا بحثنا في خضمها عن التمثلات الاجتماعية المتشكلة على إثر التفاعل، وحول طبيعة تموقع الفرد بين العالمين الحقيقي والافتراضي.

3-الوقائع الاجتماعية من خلال وسائل الإعلام "حقيقة أم خيال؟":

تعتبر وسائل الإعلام بمثابة وسيط بين الواقع الاجتماعي الموضوعي وبين التجربة الشخصية للناس، فهذه الوسائل الجماهيرية تقع بين المستقبلين وبين ذلك الجزء من الخبرة المحتملة التي تقع خارج نطاق إدراكنا المباشر، وهي كذلك تقع بين الجمهور وبين مؤسسات أخرى لهذا الجمهور علاقة بها، كما

أنها تزودنا بالمواد اللازمة لتشكيل إدراكنا عن الجماعات الأخرى والمنظمات والأحداث (29). " فوسائل الإعلام هي جزء من حياتنا اليومية، بحيث تقوم ببث المعلومات وتكرارها وتحديثها باستمرار، وبالتالي لا مفر لنا من المعلومات التي تقدمها، وهذا يتزامن مع إمكانية خلق الوهم من خلال هذه الوسائل بدل خلق صورة للواقع. والخطورة تكمن هنا، من حيث أن الإنسان لم يعد بوسعه التفكير من دون وسائل الإعلام، هذه الأخيرة التي لا تؤثر فقط على حياة الفرد بل على المجتمع بأكمله" (30) وهذا ما يجعلنا نتساءل: هل وسائل الإعلام تعكس الواقع أم تصنعه؟

يميل الكثير من الباحثين إلى الجزم بأن ما تعرضه وسائل الإعلام " لا يعكس ما هو موجود في الواقع الفعلي للناس، حيث أنها تضطلع بمهمة توليد الحقائق وتصويرها لمصلحة نظام ما والبناء هنا هو عبارة عن إستراتيجية واعية، فعلى سبيل المثال: تحويل كل شيء إلى خيال، تجارة وترفيه ليس أمرا اعتباطيا، فالعديد مما نتلقاه في وسائل الاتصال الجماهيري يتم إعادة بنائه وفقا لأهداف مسطرة [31].

فوسائل الإعلام في بنائها للحقائق الاجتماعية تضيف معلومات على المعلومات الأصلية لديها، حيث تشكلها وفقا لتوقعات مراكز القوى، أو بعض جماعات المصالح الأخرى، كما أن هذه الوسائل ليست فقط للتعليم والإخبار والترفيه، وإنما هي أيضا أداة للسيطرة والضببط الاجتماعي من قبل أفراد، مؤسسات ودول، فهي مجموعة من الكيانات الاجتماعية التي تعمل وفقا لهذا على خلق الوهم، وهذا ما أشار إليه دينيس ماكوييل (D. Macquial) في العديد من كتاباته حول هذه الأفكار التي ناقشها صراحة كتحريف أو تجاهل للحقائق؛ فهو يؤكد على أنها أدوار مقصودة، تجد لها صدق في النظرية الوظيفية التي ترى من وجهة نظر المجتمع، أن ذلك يساعد على الضببط الاجتماعي وعلاوة على ذلك فإن هذا يعتبر تلبية للحاجات الخاصة بالقضاء على التوتر والأعباء اليومية، كما نجد لها صدق في نظرية الهيمنة أو التبعية فقد وجد الباحثون أن المحتوى يعكس الضببط الاجتماعي من خلال الاهتمامات الخاصة بطبقة الصفوة حيث يتم دعم هذه الطبقات بتجاهل هذه الحقائق (32).

يقول بودريار (Baudrillard):

" تخيل شيء جميل يمتص كل البشاعة، يوجد لديك عالم الأزياء، تخيل الحقيقة تمتص كل الباطل، هناك لديك محاكاة" (33)

وهنا يفرض السؤال نفسه مرة أخرى: كيف يمكن لوسائل الإعلام من خلال المحاكاة أن تبني واقعا؟

ما يمكن قوله في هذا الصدد أن وسائل الإعلام لا يمكنها أن تكون محايدة بين الحدث والمراقب، بين صانعي الحدث والمستهلكين، إذن فهي تسهم في بناء الواقع الاجتماعي وفقا لأجندات ومصالح خفية. فوسائل الإعلام تقوم بقبولبة الواقع، أين يضع الحياد بين نسج الخيال والواقع وتبقى سيطرة وسائل الإعلام على ذهنية الجمهور نتيجة ما يتعلق بآثار الأحداث، وما يترتب عنها من تحليلات ونتائج، فتغيب الحقيقة عن الوعي بسبب التوجهات المفترضة من قبل هذه الوسائل التي أمكن لها أن تتحكم في اتجاهات الرأي العام وفق إيديولوجية السلطة، التي تعني في آخر الأمر ممارسة " العنف الرمزي" على المجتمع وبتعبير تومسون (Thomson) " استغلال للأفكار للتستر على مصالح القوة والهيمنة في النظام الاجتماعي".

تذهب الدكتورة سهام الشجيري في هذه النقطة تحديدا للقول بأن هذا التستر على الحقيقة والتلاعب بها يزداد في وسائل الإعلام بشكل كبير خاصة في أوقات الحروب والأزمات وبشكل خاص من خلال الأخبار، فمن وجهة نظرها واستنادا على ما قاله إيلي أبل (Elie Abel) حول أن الواقع لا يأتي مطلقا في رسالة طولها دقيقتين أو ثلاث دقائق، فالتلفزيون مثلا هو أشبه براوي القصة ومن ثم فإنه يفرض على الحدث أو الموقف إطارا مسبقا يُعدّل من الواقع بهدف تقديم خبر متكامل يناسب الطابع الروائي لهذه الوسيلة، فالأخبار دون غيرها يتوقع الجمهور منها أن تقدم له صورة أكثر دقة عن الواقع، لكن هذا التوقع يكون على الأقل من وجهة نظر الجمهور، أما ما أثبتته مختلف الدراسات فهو أن:

- النظام المخيالي من خلال وسائل الإعلام يوفر الملجأ الذي يأوي الفرد والمجتمع حين يضيق الوضع، فالحزام الثقافي الإعلامي يقوم مقام المرجع حين يشتد التوتر والاضطرابات

والضغوطات، ومن هنا فإن البضائع الإعلامية هذه تستطيع أن تقوم بدور " التملجؤ " أي موطن الهجرة من عالم التوضع إلى فضاء التخييل.

- إن هذه المخيلات تساهم في التنشئة الاجتماعية، فالأنظمة تعمل على توفير إطار غير رسمي يسمح للفرد بتعلم واستيعاب قيم المجتمع، عاداته، تقاليده ونظراته إلى ما يحيط به.
- تزوير الواقع الإعلامي والتلاعب بالأحداث، فالرقابة التي تحمل عناوين مختلفة هي تكبير لحرية الكلمة، وتعطيل لفعالها الإيجابي، والأخطر من ذلك هو تعيين مكلفين بمراقبة الحقيقة وتخويلهم صلاحيات سجنها في أقفاس لصياغة نمط آخر من أشكال فرض السيطرة المسبقة والتلاعب عن قصد بالحقائق، وإبدال الواقع بغيره، وهذا ما حدث بالفعل -حسب هذه الباحثة- من خلال العمل الإعلامي الأمريكي مثلا إبان الحرب العدوانية الأولى على العراق 1991 وحرب الاحتلال الثانية 2003.

- تقوم وسائل الإعلام بصناعة الحقيقة المتخيلة، أي أنها تقوم بالانتقال من الحقيقة إلى الخيال حين أن عملها في الأغلب يرتبط ب"حقيقة الواقع الخارجي" والفرق بين النوعين من الحقائق يعكس مستوى التورط الذي تقع فيه وسائل الإعلام في فترات الحروب والأزمات خاصة حيث تتم المراقبة والسيطرة من أجل صناعة الحقيقة وليس نفلها.

- يؤدي كل هذا إلى منع الإنسان والمجتمع من إمكانية تغيير الوضع، ويعني ذلك أنه في حال الارتباط بنظام مخيالي يفقد الفرد إمكانية مواجهة الوضع القائم، ويعكس اللجوء إلى المخيال والبقاء في رحابه نوعا من الهروب عما أفرزه الوضع، وتلك هي حالة مرضية تجعل الإنسان يتوهم بأنه تجاوز ذلك الوضع في الوقت الذي ما يزال يعيش تحت وطأته⁽³⁴⁾.

يفسر لنا من جهته بودريار (Baudrillard) حالة اختفاء الواقع هذه بأنها تعود إلى الانفصال بين الدال والمدلول ويتمحور في ذلك غياب هذه العلاقة نتيجة للتكثيف المزدوج والمتكرر للصور، بما يؤدي إلى تحديد الواقع الاجتماعية ضمن إطار إعلامي، لذا نجد أن ما يطرحه الإعلام ليس واقعا حقيقيا، وليس نسخة منه بل هو صورة منفصلة عن الواقع مستنسخة عن صور أخرى مصطنعة ومتكررة فالواقع لا تعود إلى مرجعيتها الأصلية بل تعود إلى ذاتية الصورة فالمرجعية هنا ذاتية وبذلك يصبح ما يدل عليه الرمز من خارج الواقع وليس اعتبارا لحقيقة واقعية⁽³⁵⁾.

يتناغم الموقف السابق الذكر مع ما توجه إليه تشومسكي (Chomsky) في أن وسائل الإعلام تلعب دورا مهما في عملية التلقين جنبا إلى جنب مع المؤسسات التعليمية الأخرى، وأن البناؤون (constructors) للحقيقة الاجتماعية، وحقيقة الحياة اليومية بشكل خاص يقدمون وينفذون " دكتاتورية الحقيقة"⁽³⁶⁾، فصوره الواقع "المنتجة" "المصممة" يتم عرضها في غالب الأحيان بما يتناقض مع المشاكل والصعوبات الحقيقية للناس في مجتمعاتهم (الفقر، المخاطر، الاستعباد المالي والبطالة...) مما يجعلهم يركزون على مشاكل هامشية، فوسائل الإعلام تُغفل العديد من الأمور بشكل منتظم وتقوم بهذا خدمة للقوى الكامنة في أعلى هرم السلطة الذي يصنع الحقيقة ويفرضها.

من خلال ما سبق يكون لدينا انطباع أن الوظيفة الحقيقية لوسائل الإعلام هي " أن تغطي الحقيقة"، كما يشير إلى ذلك بودريار (Baudrillard) في قوله:

" الزائف هو ليس ذلك الذي يخفي الحقيقة، ولكن ما يخفي غياب الحقيقة"⁽³⁷⁾.

فهو يشير إلى أن وسائل الإعلام لا تقوم بتغيير الحقيقة فقط وإنما تنتج ما أسماه ب"الواقع المفرط" فهي من وجهة نظره تؤثر على مستوى البناءات الاجتماعية والثقافية، وحتى الاقتصادية فالتلفزيون مثلا بالنسبة إليه لا يعرض الحقائق كما هي في الميدان، بل يحدد أبعاد الصورة وخلفية المنطلقات لإعادة تشكيل المجتمعات بشيء من التعظيم والتوهيل والمبالغة أيضا في صنع الأحداث، بدلا من تمثيلها وانعكاسها. وهذا ما يتماشى مع ما أسماه أولريش بيك (Ulrich Beck) ب"مجتمع المخاطرة" حيث يعبر مفهوم المخاطرة هنا عن عصر انفلتت فيه الحياة الاجتماعية عن التقاليد السائدة، وسقوط العادات

فلاحة كريمة

والتجاوزات في الأعراف، وحدث تأثيرات جذرية بفعل الوسائل الحديثة على مستوى كل من الأنساق الثقافية والقيمية ومظاهر الحياة⁽³⁸⁾.

فالهيمنة الثقافية من خلال الوسائل الإعلامية، تؤكد عليها، حيث "الحقيقة" و"الهوية" مشيدين لنا عن طريق الإعلانات، البرامج، المسلسلات التلفزيونية، الموسيقى الشعبية... فهذه الوسائل لا تعطينا شيئا أكثر معنا "الحقيقة"⁽³⁹⁾، بل تغمرنا في عالم رمزي جديد يوازي عالمنا الفعلي.

خاتمة:

يُجمع الباحثون بأن بناء الحقائق الاجتماعية يعتبر من بين أحد أهم الأدوار المركزية التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيري لما في ذلك من تحقيق لغايات أخرى كإمالة ترتبط بمصالح القوى المهيمنة على النسق الإعلامي والاجتماعي، فوسائل الإعلام لا تعرض الحقائق بل تعيد بناءها من جديد، لتقدم واقعا اجتماعيا يقترب إلى صناعة الوهم والانسام بقدر كبير من الخيال، وتماشيا مع الوضع الراهن، ومع التزايد المستمر لاستخدامات الإنترنت والشبكات الاجتماعية تحديدا، أصبح توجه الباحثين متعلقا بشكل أكبر بدراسة حقيقة الحياة اليومية وتشكلها في سياق المجتمعات الافتراضية، هذا بعدما أصبح التفاعل الاجتماعي افتراضيا وتغيرت شروطه ووفقا لذلك تغيرت بدورها البنى والوحدات التي يتم من خلالها بناء هذه الحقائق الاجتماعية فنحن اليوم نستقي معلوماتنا وننفاعل حولها ومع الآخرين أيضا من خلال الفضاء الإلكتروني الذي يعتبر مجالا جديدا للبحث في هذا الموضوع بما يختلف عن الوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى.

الهوامش:

[1] مارتن هايدجر، التقنية-الحقيقة-الوجود، ترجمة محمد سبيلا، عبد الهادي مفتاح، د.ط، المركز الثقافي العربي، لبنان، المغرب، د.س، ص. 13

[2] علي حرب، نقد الحقيقة، ط1، المركز الثقافي العربي، بيروت، 1993، ص.90.

[3] دارن بارني، المجتمع الشبكي، ترجمة أحمد الجمعاوي، مراجعة ثائر ديب، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2015، ص.24.

[4] للتعرف على التحليلات المختلفة لمفهوم الحقيقة لدى مختلف الباحثين أنظر:

محمد مزيان، تقديم محمد سبيلا، مسألة الذات في الفلسفة الحديثة، مكتبة بيروت، 2015.

[5] لمزيد من الاطلاع أنظر:

Peter.L. Berger, Thomas Luckmann, the construction social of reality: a treatise in the sociology of knowledge, Penguin books Ltd, 6 Ed, England, 1991.

[6] أنظر: هايدجر مارتن، التقنية-الحقيقة-الوجود، ترجمة محمد سبيلا، عبد الهادي مفتاح، المركز الثقافي العربي.

[7] أنظر:

John.R. Searle, the construction of social reality, Penguin group Ltd, Strand, London, 1995.

للمزيد من الاطلاع أنظر أيضا: النسخة العربية لهذا الكتاب: جون. ر. سيرل، بناء الواقع الاجتماعي: من الطبيعة إلى الثقافة، ترجمة حسنة عبد السميع، مراجعة إسحاق عبيد، المركز القومي للترجمة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط1، 2012.

[8] بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع: دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1428هـ-2007، ص.38-39.

[9] مكايي عماد حسن، السيد حسين ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، د.ط، الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة، 2004، ص.161-162.

[10] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، ب، 2004، ص.320.

- [11] المرجع نفسه، ص 321. (بتصرف).
- [12] Josephine. R.Halz, Charles R. Wright, sociology of mass communication, annual review of sociology, Amenberg school of communication, Philadelphia-pennsylvania, 1979, p 208.
- [13] Ibid, p 209.
- [14] Michael Charlton, Ben Bachmair, media communication in everyday life : interpretative studies on children and young people's media actions, K-G/Saur, New york,-London- Paris, 1990, p51.
- [15] George Gerbner, cultivation analysis : an overview, mass communication and society, (3) 4, 1998, p 177-178.
- [16] لورينزو فيلثس، التلفزيون في الحياة اليومية، ترجمة: وجيه سمعان عبد المسيح، د. ط، المجلس الأعلى للثقافة، د. ب، 2000، ص 119.
- [17] المرجع نفسه، ص 120.
- [18] المرجع نفسه، ص 121.
- [19] Michael Charlton, Ben Bachmair, op cit, p 45-46.
- [20] Michael.A, Dreek Lackaff, Devan Rosen, the relationship between traditional mass media and social media :reality television as a model for social network site behaviour, journal of broadcasting and electronic media, broadcast education association, 54 (3), p 510.
- [21] George Gerbner, cultivation analysis , po cit, p179.
- [22] Ibis, p 180.
- [23] Michael.A, Dreek Lackaff,, op cit, p 510.
- [24] Heike Monica, is there a home in cyberspace ? the interin migran's everyday life and the emergence of global communities,1 ed, Routledge, New York-London, 2012, p 41.
- [25] Ibid, p 40.
- [26] Jan Servaes, Nico Carpentier, towards a sustainble information society, Holly spradling, Uk-USA, 2006, p 177.
- [27] إبراهيم بعزیز، بعزیز إبراهيم، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012/هـ1433، ذكره، ص 92.
- [28] المرجع نفسه، ص 93.
- [29] سهام حسن علي الشجيري، أنسنة الإعلام: جدلية التأثير والتغيير، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة-الجزائر، 2015، ص 378.
- [30] Vanja Nisic, Divna Plavsic, the role of media in the construction of social reality, sociological discoure, N 7, april 2014, p 73.
- [31] Stefen Weber, media and the construction of reality, was heißt medien konstruieren wirklich keit , von einen ontologischen zue einen empirischen

verständnis von konstruktion,medienimpulse, Helf, Nr 40 , juni 2002,
http://www.mediamanual.at/en/pdf/Weber_etrans.pdf

[32] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص321.

[33] Vanja Nisic, Divna Plavsic, op cit, p74 .

[34] سهام حسن علي الشجيري، أنسنة الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص.ص 372-377.

[35] حيدش سعد، جون بودريار: الاتصال وإشكالية الواقع المفرط، مجلة إضافات، العددان 30/29، 2015، ص200.

[36] Vanja Nisic, Divna Plavsic, op cit, p77 .

[37] Ibid, p 80.

[38] حيدش سعد، جون بودريار: الاتصال وإشكالية الواقع المفرط، مرجع سبق ذكره، ص 198-199.

[39] فيليب جونز، النظريات الاجتماعية والممارسات البحثية، ترجمة محمد ياسر الخواجة، ط1، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 192.