

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد ملين دباغين سطيف 2

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

مطبوعة بيداغوجية مكملة لمقياس

مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة

من إعداد الدكتورة عائشة لصلح

موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

السنة الجامعية 2022 / 2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

معلومات عن المقياس

السداسي: الأول والثاني الوحدة: الوحدة التعليمية الأساسية 1 الرصيد: 05 المعامل: 02

المعارف المسبقة المطلوبة: يتطلب المقياس أن يكون الطالب على معرفة ودراية كافية بالأطر النظرية والمفاهيم الأساسية والفرضيات التي تتعلق بالنظريات والمداخل التي تدرس الظاهرة الاتصالية، في بعدها التقليدي والوسائطي الجديد، والتي يكون قد اكتسبها سابقا من خلال مشواره الدراسي في الجامعة.

الأهداف العامة: يهدف هذا المقياس إلى:

- تزويد الطالب بمختلف المعارف العلمية الأساسية المتعلقة بالمقاربات النظرية والبراديغمات المستخدمة في دراسة الظاهرة الاتصالية عبر الوسائط الجديدة.
- تفسير الظاهرة الاتصالية في بعدها الوسائطي الجديد، والإلمام بخصائصها ومميزاتها، والإشكالات التي تطرحها على المستوى النظري والمنهجي.
- توضيح الفروقات بين المداخل النظرية والبراديغمات، وزوايا تفسيرها للفعل الاتصالي، من خلال استخراج مركزاتها ومفاهيمها المفصلية.
- تمكين الطالب من التوظيف الصحيح للنظرية والبراديغم في بحوثه العلمية، من خلال الاختيار الأنسب للنظرية الأكثر ملاءمة لبحثه.
- تجهيز الطالب للبحث العلمي من خلال إمداده بالمعارف النظرية والمداخل المستخدمة، لتوظيفها على مستوى مذكرات التخرج.

محتوى المادة

السداسي الأول:

➤ أولا: مدخل مفاهيمي.

1. مفهوم: المقاربة/ النظرية/ البراديجم/ الأطروحة/ المدخل/ النموذج والفوارق بين هذه المصطلحات.
2. مفهوم الوسائط الجديدة وبعض المصطلحات القريبة منها: الوسائط الفائقة hypermédia -

Digital media الوسائط الرقمية - Multimedia الوسائط المتعددة

3. خصائص ومزايا الوسائط الجديدة

➤ ثانيا: التنظير الإعلامي في ظل الوسائط الجديدة.

1. الوسائط الجديدة وظواهر فضاءات الاتصال الجديدة.
2. صعوبات وإشكاليات التنظير للوسائط الجديدة.
3. خصوصيات التنظير للوسائط الجديدة.

➤ ثالثا: الأطروحات والمنطلقات الفكرية لمقاربات الوسائط الجديدة.

1. أطروحة مجتمع ما بعد الصناعي لدانيال بيل.
2. أطروحة الموجات الثلاث لتوفلر.
3. أطروحة الحتمية التكنولوجية لماكلوهان.
4. أطروحة المجتمع الشبكي لمانويل كاسترز ودارن بارني.
5. أطروحة الفضاء العمومي لهابرماس.

السداسي الثاني:

➤ رابعا: الوسائط الجديدة والبراديجمات العلمية

1. البراديجم الوظيفي
2. براديجم التفاعلية الرمزية
3. البراديجم النقدي
4. البراديجم السيبرنيطيقي

➤ خامسا: المداخل النظرية التقليدية: التجديد في الطرح وتطبيقاتها على الوسائط الجديدة

1. الدراسات الحديثة في مدخل التأثير.
2. الدراسات الحديثة في مدخل الاستخدامات والإشباع
3. الدراسات الحديثة في مدخل نشر المبتكرات.
4. الدراسات الحديثة في مدخل التلقي.

➤ سادسا: المقاربات والمداخل النظرية الجديدة:

1. مقاربات حول سمات وخصائص الوسائط الجديدة:
نكولاس نيغروبونتي - مدخل كروسي - - مقارنة بافلك -

فهرس المحتويات

➤ أولاً مدخل مفاهيمي.....ص3-ص20

1- المحاضرة الأولى: مفهوم المقاربة والبراديغم والمفاهيم القريبة.....ص3

2- المحاضرة الثانية: الوسائط الجديدة وبعض المصطلحات القريبة.....ص12

3- المحاضرة الثالثة: خصائص ومزايا الوسائط الجديدة.....ص16

➤ ثانيا: التنظير الإعلامي في ظل الوسائط الجديدة.....ص22-ص41

1- المحاضرة الأولى: الوسائط الجديدة وظواهر فضاءات الاتصال الجديدة.....ص22

2- المحاضرة الثانية: صعوبات وإشكاليات التنظير للوسائط الجديدة.....ص29

3- المحاضرة الثالثة: خصوصيات التنظير للوسائط الجديدة مقارنة تاريخية للبحث حول الوسائط ومراحل

البحث في علوم الإعلام.....ص37

➤ ثالثا: الأطروحات والمنطلقات الفكرية لمقاربات الوسائط الجديدة.....ص43 ص62

1- المحاضرة الأولى: مجتمع ما بعد الصناعي لدانيال بال.....ص43

2- المحاضرة الثانية: أطروحة ألفن توفلر.....ص47

3- المحاضرة الثالثة: أطروحة الحتمية التكنولوجية مارشال ماكلوهان.....ص50

4- المحاضرة الرابعة: أطروحة المجتمع الشبكي.....ص53

5- المحاضرة الخامسة: أطروحة الفضاء العمومي.....ص56

➤ رابعا: الوسائط الجديدة والبراديغمات العلمية.....ص63 ص78

1- المحاضرة الأولى: البراديغم الوظيفي.....ص63

- 2- المحاضرة الثانية: التفاعلية الرمزية.....ص 67
- 3- المحاضرة الثالثة: البراديغم النقدي.....ص 70
- 4- المحاضرة الرابعة: البراديغم السيبرنيطيقي.....ص 75
- خامسا: المداخل النظرية التقليدية وتطبيقاتها على الوسائط الجديدة.....ص 80 ص 96
- 1- المحاضرة الأولى: الدراسات الحديثة في مدخل التأثير.....ص 80
- 2- المحاضرة الثانية: الدراسات الحديثة في مدخل الاستخدامات والإشباع.....ص 85
- 3- المحاضرة الثالثة: الدراسات الحديثة في مدخل انتشار المبتكرات.....ص 90
- 4- المحاضرة الرابعة: الدراسات الحديثة في مدخل التلقي.....ص 93
- سادسا: المقاربات والمداخل النظرية الجديدة.....ص 98 ص 100
- 1- المحاضرة الأولى: مقاربات حول سمات وخصائص الوسائط الجديدة.....ص 98
- النموذج الاتصالي لدى كروسي.....ص 98
- مدخل التصنيفات الثلاثة للإعلام الجديد.....ص 99



توصيف مادة تعليمية Syllabus

هيكلية ميدان التكوين

ميدان التكوين: العلوم الإنسانية والاجتماعية
شعبة التكوين: علوم الإعلام والاتصال
الجدع المشترك:
التخصص: ماستر اتصال جماهيري ووسائط جديدة
السداسي: الأول والثاني
السنة الجامعية: 2023/2022
الطور التعليمي: ماستر السنة: أولى

مسؤول المادة التعليمية

اسم ولقب الأستاذ(ة): عائشة لصلح
الترتبة: أستاذ محاضر
البريد الإلكتروني المهني: a.lasledj@univ-setif2.dz
الهاتف: 0663631367
الرابط الإلكتروني للدرس عن بعد على المنصة: <https://cte.univ-setif2.dz/moodle/course/view.php?id=3671>
التخصص الدقيق: إعلام واتصال

معلومات أساسية عن المادة

اسم المادة التعليمية: مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة
الوحدة التعليمية: الوحدة التعليمية الأساسية 1
الطور التعليمي: ماستر السنة: أولى
الحجم الساعي الأسبوعي: 3 ساعات
نوع الدرس: محاضرة وأعمال موجهة
عدد الأرصدة: 5 المعامل: 2

وصف المادة التعليمية

المعارف المسبقة:

- يتطلب المقياس فهما عاما وشاملا للمفاهيم الأساسية التي تشكل حقل علوم الإعلام والاتصال في بعده التقليدي وفي بعده الوسائطي الجديد (الإعلام- الاتصال- الظاهرة الاتصالية- البحث العلمي- النظرية....)
- يتطلب المقياس أن يكون الطالب على معرفة ودراية كافية بالأطر النظرية والمفاهيم الأساسية والفرضيات التي تتعلق بالنظريات والمداخل النظرية التي تدرس الظاهرة الاتصالية (النظريات التقليدية: مدخل آثار وسائل الإعلام – الأثر المباشر/ المعتدل/ قصير المدى/ طويل المدى/ المحدود، مدخل الاستخدامات والإشباع.... وغيرها من المداخل النظرية)

الأهداف العامة للمادة التعليمية:

يهدف هذا المقياس إلى:

- تعريف الطالب بأهم المداخل والمقاربات الموظفة في حقل علوم الإعلام والاتصال في بعده الوسائطي الجديد.
- تمكين الطالب من فهم الفروقات بين المداخل النظرية والنماذج والبراديغمات المؤطرة لحقل علوم الإعلام والاتصال.
- تزويد الطالب بمختلف المعارف العلمية الأساسية المتعلقة بالمقاربات النظرية والبراديغمات المستخدمة في دراسة الظاهرة الاتصالية عبر الوسائط الجديدة.

الأهداف التعليمية الخاصة للمادة: تسعى هذه المادة إلى أن يصبح الطالب قادرا على

- **تفسير** الظاهرة الاتصالية في بعدها الوسائطي الجديد، **والإلمام** بخصائصها ومميزاتها، والإشكالات التي تطرحها على المستوى النظري والمنهجي.
- **توضيح** الفروقات بين المداخل النظرية والبراديغمات، وزوايا تفسيرها للفعل الاتصالي، من خلال **استخراج** مرتكزاتها ومفاهيمها المفصلية.
- **التحليل** الدقيق والصحيح للمقاربات النظرية في حقل علوم الإعلام والاتصال.
- **التوظيف** الصحيح للنظرية والبراديغم في البحوث العلمية، من خلال الاختيار الأنسب للنظرية الأكثر ملاءمة للبحث.
- كما يسعى هذا المقياس إلى **تجهيز** الطالب للبحث العلمي من خلال إمداده بالمعارف النظرية والمداخل المستخدمة، لتوظيفها على مستوى مذكرات التخرج.

القدرات المكتسبة:

بعد دراسته لمقياس مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة يصبح الطالب:

- قادرا على تحديد المفاهيم في حقل علوم الإعلام والاتصال تحديدا منهجيا ودقيقا.
- قادرا على فهم النظرية والبراديغم والمفاهيم المشابهة لهما.
- قادرا على التمييز بين كل من النظرية والبراديغم والنموذج والمقاربة، واستخدامات كل منها في حقل علوم الإعلام والاتصال.
- قادرا على تحليل الظاهرة الاتصالية في بعدها الوسائطي من خلال إسقاط النظريات التقليدية وتكييفها مع البيئة الرقمية.
- قادرا على الاختيار الأنسب للإطار النظري والبراديغم الموجه في دراسة في علوم الإعلام والاتصال

محتوى المادة التعليمية

السداسي الأول:

➤ أولاً: مدخل مفاهيمي.

1. المحاضرة الأولى: مفهوم: المقاربة/ النظرية/ البراديغم/ الأطروحة/ المدخل/ النموذج والفوارق بين هذه المصطلحات.
2. المحاضرة الثانية: مفهوم الوسائط الجديدة وبعض المصطلحات القريبة منها: الوسائط الفائقة hypermédia - الوسائط الرقمية Digital media - الوسائط المتعددة Multimedia
3. المحاضرة الثالثة: خصائص ومزايا الوسائط الجديدة

➤ ثانياً: التنظير الإعلامي في ظل الوسائط الجديدة.

1. المحاضرة الرابعة: الوسائط الجديدة وظواهر فضاءات الاتصال الجديدة.
2. المحاضرة الخامسة: صعوبات وإشكاليات التنظير للوسائط الجديدة.
3. المحاضرة السادسة: خصوصيات التنظير للوسائط الجديدة.

➤ ثالثاً: الأطروحات والمنطلقات الفكرية لمقاربات الوسائط الجديدة.

1. المحاضرة السابعة: أطروحة مجتمع ما بعد الصناعي لدانيال بيل.
2. المحاضرة الثامنة: أطروحة الموجات الثلاث لتوفلر.
3. المحاضرة التاسعة: أطروحة الحتمية التكنولوجية لماكلوهان.
4. المحاضرة العاشرة: أطروحة الحتمية القيمية في الإعلام لعزي عبد الرحمان.
5. المحاضرة الحادية عشر: أطروحة المجتمع الشبكي لمانويل كاسترز ودارن بارني.
6. المحاضرة الثانية عشر: أطروحة الفضاء العمومي لهابرماس.
7. المحاضرة الثالثة عشر: أطروحة الفكر الإثتماني لطفه عبد الرحمان.

السداسي الثاني:

➤ رابعاً: الوسائط الجديدة والبراديغمات العلمية

1. المحاضرة الأولى: البراديغم الوظيفي
2. المحاضرة الثانية: براديغم التفاعلية الرمزية
3. المحاضرة الثالثة: البراديغم النقدي
4. المحاضرة الرابعة: البراديغم السيبرنيطيقي

➤ خامسا: المداخل النظرية التقليدية: التجديد في الطرح وتطبيقاتها على الوسائط الجديدة

1. المحاضرة الخامسة: الدراسات الحديثة في مدخل التأثير.
2. المحاضرة السادسة: الدراسات الحديثة في مدخل الاستخدامات والإشباع
3. المحاضرة السابعة: الدراسات الحديثة في مدخل الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام
4. المحاضرة الثامنة: الدراسات الحديثة في مدخل انتشار المبتكرات.
5. المحاضرة التاسعة: الدراسات الحديثة في مدخل التلقي.

➤ سادسا: المقاربات والمداخل النظرية الجديدة:

1. المحاضرة العاشرة: مقاربات حول سمات وخصائص الوسائط الجديدة:
نكولاس نيغروبونتي- مدخل كروسي - مقارنة بافلك
2. المحاضرة الحادية عشر: مقاربات حول مستخدمي الوسائط الجديدة: نظرية الاختيار، نظرية الثراء، نظرية الوساطة.
3. المحاضرة الثانية عشر: مقاربات حول محتوى الوسائط.

الأهداف الإجرائية للمادة التعليمية

المحاضرة	الأهداف الإجرائية لمحاضرات السداسي الأول
01	أن يتعرف الطالب على مفهوم المقاربة والبرادغم والنظرية. أن يحدد الطالب بدقة الفرق بين النظرية والبرادغم والمقاربة.
02	أن يحدد الطالب بدقة مفهوم الوسائط الجديدة والفروقات بينه وبين المفاهيم المشابهة.
03	أن يستنتج الطالب خصائص الوسائط الجديدة وتأثيراتها على الظاهرة الاتصالية في الفضاء الرقمي.
04	أن يتعرف الطالب على ظواهر فضاءات الاتصال الجديدة. أن يكتشف الطالب خصوصيات الظاهرة الاتصالية في بعدها الوسائطي.
05	أن يستنتج الطالب صعوبات وإشكاليات التنظير للظاهرة الاتصالية في الفضاء الرقمي.
06	أن يتعرف الطالب على خصوصيات البحث العلمي المرتبط بالظاهرة الاتصالية في بعدها التقليدي والوسائطي.
07	أن يتعرف الطالب على أطروحة المجتمع ما بعد الصناعي لدانيال بيل ويفهم مقارباتها النظرية.
08	أن يفهم الطالب أطروحة ألفن توفلر ويستنتج تأثيراتها على الفكر الاتصالي المعاصر.
09	أن يحدد الطالب العناصر الرئيسية لأطروحة ماكلوهان وتوظيفها في البحوث الإعلامية.
10	أن يميز الطالب بين أطروحة الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية . أن يربط الطالب البحث في الظاهرة الاتصالية بالتراث العربي الإسلامي وبأطروحات التأصيل في مجال علوم الإعلام.
11	أن يستنتج الطالب العناصر المشكلة لأطروحة المجتمع الشبكي . أن يوظف تلك العناصر في فهم الفضاء الافتراضي الوسائطي.
12	أن يحدد العناصر الرئيسية المشكلة للفضاء العمومي . أن يبين توظيفات الفضاء العمومي في الواقع الاتصالي المعيش.
13	أن يكتشف الطالب أطروحة الفكر الإنتماني لطفه عبد الرحمان . أن يربط البحث في الظاهرة الاتصالية بالأبعاد الحضارية والثقافية الإسلامية.

15	تقييم المعارف
المحاضرة	الأهداف الإجرائية لمحاضرات السداسي الثاني
01	أن يتعرف الطالب على البرادغيم الوظيفي. أن يستنتج توظيفات البرادغيم الوظيفي في بحوث الإعلام والاتصال
02	أن يتعرف الطالب على برادغيم التفاعلية الرمزية أن يربط فرضيات ومفاهيم البرادغيم التفاعلي ببحوث إعلامية في البيئة التقليدية أو الرقمية
03	أن يفسر الطالب الفرضيات الرئيسية للبرادغيم النقدي. أن يربط بين البرادغيم النقدي واستخداماته في مجال البحث في علوم الإعلام والاتصال
04	أن يتعرف الطالب على البرادغيم السيبرنيطيقي أن يوظف الطالب مقاربات البرادغيم في بحوث إعلامية واتصالية
05	أن يستنتج الطالب الخصائص العامة لمدخل التأثير ببعده التقليدي والجديد أن يعيد بناء المدخل وفق متطلبات وخصائص الوسائط الرقمية الجديدة.
06	أن يفهم الطالب ويستنتج الأطر العامة لمدخل الاستخدامات والإشباع. أن يقترح مواضيع اتصالية ترتبط بمدخل الاستخدامات والإشباع.
07	أن يتعرف الطالب على مدخل الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام. أن يربط فرضيات ومفاهيم المدخل ببحوث إعلامية في البيئة التقليدية أو الرقمية.
08	أن يفسر الطالب الفرضيات الرئيسية لمدخل انتشار المبتكرات. أن يربط بين المدخل واستخداماته في مجال البحث في علوم الإعلام والاتصال.
09	أن يتعرف الطالب على مدخل التلقي وتوظيفاته في البحوث الإعلامية. أن يكتشف الطالب خصوصيات مقاربة التلقي ويبتكر مواضيع اتصالية ترتبط بها.
10	أن يتعرف الطالب على المقاربات الحديثة التي اهتمت بسمات وخصائص الوسائط الجديدة.
11	أن يتعرف الطالب على أهم المقاربات حول مستخدمي الوسائط الجديدة.
12	أن يتعرف الطالب على أهم المقاربات حول محتوى الوسائط الجديدة.

طريقة التقييم

النسبة %	طبيعة التقييم
50%	إمتحان كتابي
00%	مراقبة (Micro- interrogation)
00%	أعمال موجهة
50%	أعمال تطبيقية
00%	أعمال شخصية
00%	عمل جماعي

%00	خرجة ميدانية
%00	المواظبة (الحضور/ الغياب)
%00	تقييم عن بعد: نشاط تقويبي/ فرض أو اختبارات موضوعية
%100	المجموع

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع التأصيلية للمادة التعليمية		
عنوان الكتاب	المؤلف	دار النشر/ البلد / السنة
تاريخ نظريات الاتصال	أرمان وميشال ماتلار ترجمة العياضي الصادق رابح	مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، الطبعة الثالثة، 2005.
البحث في الاتصال عناصر منهجية	الان رايمي، برنار فالي ترجمة ميلود سفاري وآرخون	مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2004.
الفكر الاتصالي من التأسيس إلى منعطف الألفية الثالثة	بيرنار مبيج ترجمة أحمد القصور	دار توبوقال للنشر، الدار البيضاء المغرب، 2011.
المجتمع الشبكي	دارن بارني ترجمة أنور جمعاوي	المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات قطر، 2015
الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات	عباس مصطفى صادق	دار الشروق للنشر والطباعة، القاهرة، 2007
النظرية في علم الاجتماع	عبد الله محمد عبد الرحمان	دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2006.
الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية	عبد الرحمان عزي	دار الأمة، الجزائر، 1995.
الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات	عبد الرحمان عزي، السعيد بومعيزة	الورسم للنشر والتوزيع، 2010.
سوسيولوجيا الثقافة والهوية،	هارلبس وهولبورن ترجمة حاتم حميد محسن	دار كيوان للطباعة والنشر سوريا، الطبعة الأولى 2010
الثقافة العربية وعصر المعلومات	نبيل علي	سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ديسمبر 2001، العدد 276.
العولمة الإعلامية	مؤيد عبد الجبار الحديثي	الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2002.
قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام	بوعلي نصير وآخرون	منشورات مكتبة إقرأ، قسنطينة، 2009

نظريات الإعلام واتجاهات التأثير	محمد عبد الحميد	عالم الكتب، الطبعة 3، 2004، القاهرة.
التلقي في الثقافة والإعلام	مخلوف بوكروح	مقامات للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى.
البحث في علوم الإعلام والاتصال: من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية.	مي العبد الله	دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 2010.
التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري التوقعات الاستمولوجية والتقاطعات المعرفية	سعید لوصيف وآخرون	مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، 2016
المجلات العلمية/ مذكرات / بحوث منشورة....		
عنوان المرجع	المؤلف	الناشر/ البلد/ السنة
المدرسة التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الاتصال	عبد الوهاب بوخنوفة	دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007
المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي	علي قسايسية	أطروحة دكتوراه دولة، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007.
المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقارنة هابرماسية للمجموعات الافتراضية التونسية	مفيدة العباسي	أطروحة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منوبة تونس.
الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال: الانترنت نموذجاً	أحمد عبدلي	مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عمار ثليجي الأغواط، العدد السادس جانفي 2014
الميديا الجديدة: إحياء والانبعث	الصادق الحمامي	مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس، العدد 4، 2009.
البرادغم في علوم الإعلام والاتصال: بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية	سعاد سراي	مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 7، العدد 28، سبتمبر 2018
الأطر النظرية والمنهجية لدراسات الميديا الجديدة: قراءات جديدة.	نور الدين هميسي	مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، نوفمبر 2014.
المواقع الالكترونية		
الموقع / الرابط	المؤلف/ عنوان المرجع	التاريخ/ حجم الملف
https://studies.aljazeera.net/ar/events/event-5233	كمال حميدو البيئة الإعلامية الرقمية والبرادغمات التقليدية لحقل الإعلام والاتصال	تاريخ الولوج 13 ديسمبر 2022.
http://www.elkhabar.com/ar/autres/makal/326447.htm	نصر الدين العياضي، لماذا تفرغنا تكنولوجيا الاتصال؟	مقال منشور على جريدة الخبر اليومي بتاريخ الاثنين 11 مارس 2013

المراجع باللغات الأجنبية		
auteurs	Titre	Edition
Armand Mattelart	cultural studies story :la domestication d'une pensée sauvage?	Réseaux n° 80 CNET – 1996
Breton Philippe et Proulx serge	l'explosion de la communication à l'aube de xx siècle	la découverte, France, 1989.
Bryan S. Turner	The Cambridge Dictionary of Sociology	Cambridge University Press, 2006.
Danah m. boyd nicole b. ellison	Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship	Journal of Computer-Mediated Communication 13 (2008) International Communication Association
Eric Macé	penser les media cultures ;nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation de monde	.Armand colin, Paris
F.Pisani et D. Piotet	Comment le Web change le monde. L'alchimie des multitudes	Pearson.
Madeleine Grawitz	Méthodes de sciences sociales	Dollaz, Paris, 1974.
Stuart HALL	Codage/Décodage	Réseaux, N°68, CENT, 1994
Jean Charron Jean de Bonville	Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition	Communication, Information, Média Théories, volume 17, n2, décembre 1996.

ملاحظة: الإحالة على المراجع الأساسية الأصيلة والمتنوعة واستغلال مكتبة الكلية والجامعة، اقتراح مراجع للاقتناء.

تأشير القسم

إمضاء مسؤول الميدان

إمضاء مسؤول التخصص

إمضاء الأستاذ

فهرس المحتويات

الصفحة	المحاضرة
أ-ب	مقدمة
24-4	أولاً: مدخل مفاهيمي.
15-4	1. مفهوم: المقاربة/ النظرية/ البراديغم/ الأطروحة/ المدخل/ النموذج والفوارق بين هذه المصطلحات.
20-16	2. مفهوم الوسائط الجديدة وبعض المصطلحات القريبة منها: الوسائط الفائقة hypermédia - الوسائط الرقمية Digital media - الوسائط المتعددة Multimedia
24-21	3. خصائص ومزايا الوسائط الجديدة
49-26	ثانياً: التنظير الإعلامي في ظل الوسائط الجديدة.
34-27	1. الوسائط الجديدة وظواهر فضاءات الاتصال الجديدة.
43-35	2. صعوبات وإشكاليات التنظير للوسائط الجديدة.
48-44	3. خصوصيات التنظير للوسائط الجديدة.
66-50	ثالثاً: الأطروحات والمنطلقات الفكرية لمقاربات الوسائط الجديدة
54-51	1. أطروحة مجتمع ما بعد الصناعي لدانيال بيل Daniel Bell
57-55	2. أطروحة الموجات الثلاث لتوفلر Alvin Toffler
60-58	3. أطروحة الحتمية التكنولوجية لماكلوهان Marshal Mc Luhan

62-61	4. أطروحة المجتمع الشبكي لمانويل كاستلز Manuel Castels ودارن بارني Barney
66-63	5. أطروحة الفضاء العمومي لهابرماس Habermas
	6. أطروحات ذات بعد عربي إسلامي: الحتمية القيمية لعزي عبد الرحمان، والمنظور الأخلاقي/الإثتماني لطفه عبد الرحمان
	رابعا: الوسائط الجديدة والبراديغمات العلمية
	1. البراديغم الوظيفي
	2. براديغم التفاعلية الرمزية
	3. البراديغم النقدي
	4. البراديغم السيبرنيطيقي
	خامسا: المداخل النظرية التقليدية: التجديد في الطرح وتطبيقاتها على الوسائط الجديدة
	1. الدراسات الحديثة في مدخل التأثير.
	2. الدراسات الحديثة في مدخل الاستخدامات والإشباع
	3. الدراسات الحديثة في مدخل نشر المبتكرات.
	4. الدراسات الحديثة في مدخل التلقي.
	سادسا: المقاربات والمداخل النظرية الجديدة مقاربات حول سمات وخصائص الوسائط الجديدة:

	نكولاس نيغروبونتي- مدخل كروسي - - مقارنة بافلك -
--	--

مقدمة عامة

فرضت وسائل الاتصال الحديثة أو الميديا الجديدة نفسها كواقع اخترق كل القطاعات وحقول الحياة داخل المجتمع بما تملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفوذ إلى الجميع، والامتداد الواسع لتقنياتها وأدواتها، واستخداماتها وتطبيقاتها المتنوعة على الفضاء الرقمي المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق.

ما يجزنا بالضرورة إلى تناول متغيراتها تناولا نظريا ومنهجيا ومفاهيميا حتى نفهم طريقة عملها ومكوناتها وجمهورها ومضامينها وآثارها على الفرد والمجتمع، فالبحث العلمي هو عملية التنقيح المعرفي المستمر للنظريات والمناهج كما تقول مي العبد الله، وتنقيح الإضافات التي تلحق بها، وتنقيح تطبيقاتها ووضعها على الدوام في مواجهة تجارب ومشكلات وتطبيقات جديدة.

فموضوع البحث في الظاهرة الاتصالية موضوع يفرض نفسه في عصرٍ تغيرت فيه المعطيات المتعلقة بالبحث بشكل عام، فمصطلحات ومفاهيم عدّة استجدت في عالم البحث العلمي والمؤسسات الحاضنة له، فضلا عن تقنياتٍ جديدة غيّرت الموازين والأعراف في كافة ميادين المعرفة.

قد يعتقد الكثير أن أنه بعد مرور مئات السنين على ظهور النشاط العملي، يكون مفهوم العلم قد خص بتعريف واضح ومحدد في أدبيات الاستمولوجيا والمناهج وتاريخ الأفكار، لكن الحقيقة غير ذلك، فالغموض يبقى السمة المميزة للمعرفة العلمية، ومهما يكن، يبقى العلم متعدد المعاني (polysémique) يهدف إلى دمج "حقائق" تتميز هي الأخرى بنوع من الغموض النسبي، والارتباب والتعقيد، وعلى الرغم من كل الاختلافات تبقى غاية العلم الأولى والأخيرة هي فهم الواقع في صوره المتعددة وتعقيداته المتنامية.

وإذ تشكل البنية الحالية لمنظومة الاتصال الوسائطي، والمحتويات الرقمية عبر المنصات المختلفة للفضاءات الافتراضية تحديات كبيرة أمام الباحثين في حقل الإعلام والاتصال، فمع هذا الكم الهائل من المحتويات الرقمية والممارسات الإعلامية والاتصالية المختلفة، وأنماط التعرض العديدة (المرتبطة بالأجهزة، البرمجيات، والمحتوى) يجد الباحثون أنفسهم أمام فسيفساء من الظواهر والمواضيع والإشكالات والرهانات المختلفة، والتي يتطلب كل منها فهما خاصا وأدوات مستحدثة واستعدادا دائما لخوض غمار مغامرات بحثية جديدة.

في ضوء هذا، ونظرا للأهمية البالغة التي تكتسبها المقاربات النظرية والبراديغمات في فهم الظاهرة الاتصالية، جاءت هذه المطبوعة في مقياس مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة لتغطية حاجة الطالب سنة أولى ماستر اتصال جماهيري ووسائط جديدة لتزويده بالمعارف الأساسية حول المقاربات والنظريات والبراديغمات المستخدمة في بحوث علوم الإعلام والاتصال من الناحية المفاهيمية والمنهجية والنظرية، وكذا تعريفه بأهم افتراضاتها وزواياها، في محاولة لتعريفه بالرهانات النظرية التي تطرحها الظاهرة الاتصالية في بعدها التقليدي والوسائطي الجديد.

وعلى هذا الأساس وّرّعنا محتويات المقياس على ستة محاور يغطي كل محور زاوية من زوايا المقياس، تناول المحور الأول مدخلا مفاهيميا ارتبط بالتحديدات اللغوية والاصطلاحية لكل من مفهوم المقاربة والنظرية والمفاهيم المشابهة لهما ثم مصطلح الوسائط الجديدة والمصطلحات القريبة منها، أما المحور الثاني فخصصناه لخصوصية التنظير الإعلامي في ظل الوسائط الجديدة، وفيه تناولنا الإشكاليات الخاصة بالتنظير للظاهرة الاتصالية في بعدها التقليدي والجديد.

أما المحور الثالث فكان حول الأطروحات والمنطلقات الفكرية لمقاربات الوسائط الجديدة، وتطرقنا فيه لبعض نماذج الأطروحات التي حاولت تفسير الظواهر الاتصالية والثورات التكنولوجية فيما خصصنا المحور الرابع لبراديغمات العلمية المهيمنة في مجال علوم الإعلام والاتصال، كالمدخل الوظيفي والنقدي والنسقي.

وتمحور المحور الخامس حول المداخل النظرية التقليدية: التجديد في الطرح وتطبيقاتها على الوسائط الجديدة، وتمحور حول الدراسات الحديثة في المداخل التقليدية على غرار الاستخدامات والإشباع وانتشار المبتكرات، فيما تناول المحور الأخير بعض المقاربات الجديدة التي تناولت الظاهرة الاتصالية في بعدها الوسائطي الجديد، والتي ركزت على الانترنت كأهم وسيط تكنولوجي.

المحور الأول: مدخل مفاهيمي

تمهيد: إن الإشكاليات والقضايا والمواضيع الكثيرة التي يتيحها البحث في مجال علوم الإعلام والاتصال، خصوصا في ظل التطور التكنولوجي الهائل، والتحديات التي يفرضها على كافة مناحي الحياة، تستوقفنا عند الأطر المنهجية التي ينبغي أن نتم بها بمقدار اهتمامنا بموضوع الدراسة نفسه، حيث أن الباحث الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة من خلال دراسة موضوع معين لابد وأن يسلك منهجا سليما منذ البداية حتى لا تشتت جهوده.

وقد تعددت وتنوعت المناهج والأطر المعرفية التي درست الظاهرة الاتصالية في كافة تجلياتها، في محاولة للإلمام بكافة زواياها من الناحيتين الكمية والكيفية، وبهذا انقسمت وتباينت الأطر المنهجية والمقاربات والمداخل النظرية.

وإن كان من الأهمية بمكان حسن اختيار المنهج والأداة للوصول إلى النتائج المراد تحقيقها، فإن التحديد الدقيق لما تعنيه المقاربة والنظرية والبراديجم يساعدنا على فهم أفضل لزوايا البحث وأطره المنهجية.

وهذا ما تحاول محاضرات المحور بيانه والتفصيل فيه من خلال التطرق أولا إلى التحديدات اللغوية والاصطلاحية لأهم المفاهيم المرتبطة بمفهوم النظرية والبراديجم والمقاربة والمفاهيم القريبة منها، ثم بعدها نعرض لتحديد الوسائط الجديدة وبعض المصطلحات القريبة والمرتبطة بها، لنتناول في الأخير خصائص ومميزات الوسائط الجديدة.

المحاضرة الأولى: مفهوم المقاربة والبراديجم والمفاهيم القريبة

المدخل / النموذج / المقاربة / المدرسة الفكرية / النظرية / البراديجم

يعلم الكثير أن الطبيعة التعاقدية لا تشفع كثيرا للمصطلحات التي تُرَّحل من تخصص إلى آخر، ومن لغة إلى أخرى، لأنها تفقد البعض من معناها إن لم تُحَرَّف، وعلوم الإعلام والاتصال كما يعرف القاصي والداني من العلوم المرتحلة، فهي ذات منشأ غربي شئنا ذلك أم أبينا، وإشكاليات توطين العلم في بيئات مختلفة بالإضافة إلى المآزق المتعلقة بترجمة الكثير من مصطلحات الحقل تضع الباحث في مشكلات بحثية ومصطلحية عويصة .

وللتأكيد على هذه الصعوبة نورد ما ذكره فخري صالح بخصوص التباين في ترجمة بعض المصطلحات، التي لا يشك أحد في رواجها وتداولها، فمصطلح paradigm على سبيل المثال هو "مَنَسَق" و"نموذج كلي" لدى كمال أبو ديب في كتابه "الاستشراق" وهو "التبادل" لدى سعيد الغانمي في كتابه "السيمياء والتأويل" وهو "الجذر

لدى سعيد بنكراد في كتابه "مدخل إلى السيميائيات السردية" وهو "الجدول" لدى يوسف الصديق في كتابه "المفاهيم والألفاظ الفلسفية"¹

وربما يعتقد البعض أن هذا التباين في تعريب المصطلحات يعكس في جوهره مسألة تقنية تحتاج فقط إلى جهد هيئة لغوية من أجل توحيدها، غير أن الأمر يزيد عن هذا باعتبار أن تعريب المصطلحات يتطلب أرضية دلالية على الصعيد اللساني غير موجودة في الواقع العيني فالمصطلحات "المقتبسة" من لغة أجنبية تثير قضايا في غاية التعقيد لكنها غير مطروحة في الحياة العربية اليومية سواء في بعدها الملموس أو التصوري²

ونحن في مقاربتنا للمفاهيم المرتبطة بالمقياس نحاول جاهدين بيان الدلالات اللغوية والاصطلاحية التي تغطيها، كما نحاول تحديد أطرها بدقة لمساعدة الطالب الباحث على فهمها وحسن توظيفها منهجيا ومعرفيا.

وفي عرضنا للمفاهيم سنتطرق للمفاهيم المرتبطة أولا لبيان أطرها ودلالاتها ثم نعرض لمفهومي النظرية والبراديجم ونفصل فيهما على اعتبار أهميتهما المنهجية والفكرية.

1- المقاربة Approach: تُترجم الكلمة إلى مقارنة، أو منحى أو اتجاه فكري، ومدلولاتها اللغوية في اللغة العربية كما في اللغة الأجنبية ترتبط بالفعل قارب بمعنى دنا واقترب، وبهذا فهي تعني التقرب من الشيء أو تجاوزه، بمعنى أن المقاربة هي الكيفية التي يتم اتخاذها لدراسة وضعية أو مسألة محددة، قصد بلوغ حلول لها. وهي حسب معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية³ مصطلح يُستخدم في مناهج البحث باعتباره اتجاها فكريا نحو موضوع أو موقف ما، وقد يكون هذا الاتجاه موضوعيا objective approach ويكون بعيدا عن المصلحة والتحيز، وقد يكون الاتجاه ذاتيا subjective approach ويكون متأثرا بالمصلحة الشخصية أو التحيز.

وتعتبر مادلين غرافيتز في كتابها منهجية البحث في العلوم الاجتماعية المقاربة النظرية وسيلة لممارسة التفكير⁴ ومن هذا المنطلق تُعتبر المقاربة طرائق التفكير المنهجي التي يتبناها الباحث في محاولته للاقترب من موضوع بحثه.

2- المدخل introduction عرّف قاموس أوكسفورد المدخل على أنه التعامل مع موقف أو مشكلة ما بطريقة ما، فالمدخل هو فعل أو عدة وسائل للاقترب أو للتعامل مع شخص أو شيء ما، وهو يقوم على التعامل المبدئي مع المشكلة وهذا يدخل في إطار الإحساس بالمشكلة والتقرب منها لرسم إطار معين للتحكم فيها.

¹ أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين العياضي والصادق رابح، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، الطبعة الثالثة، 2005، ص 16

² المرجع نفسه، ص 16

³ زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، لبنان، 1986، ص 325.

⁴ Madeleine Grawitz ; « Méthodes de sciences sociales », Dollaz, Paris, 1974, P 110.

اصطلاحاً هو مجموع ما لدى الإنسان من خبرات ومعلومات ومعتقدات وأنظمة، مهمتها رسم الحدود التي يسير داخلها الإنسان وتحديد تصرفه في المواقف المختلفة.

3- الإطار Framework هو طريقة ما تمثل العلاقة بين كل جوانب البحث ومنهجه وطريقة جمع البيانات وتحليلها، وهو ذلك الإطار التصوري الذي يستند من خلاله الباحث لإنجاز مراحل البحث، أو لتحديد المدخل المناسب لفكرة ما.

فهو بناءً منظم من الأفكار والمفاهيم والممارسات الخاصة بالمشروع البحثي، وهو المسؤول عن التقدم في البحث العملي وإنجازه، كما يفرق الباحثون بين الإطار التصوري والإمبريقي للبحث، فالإطار التصوري وصفي تحليلي وتفسيري، بينما الإطار الإمبريقي فهو منهجي يختبر فرضيات معينة عبر الملاحظة والتجربة.

4- النظرية: إذا كان مفهوم الاتصال يطرح إشكاليات كثيرة على الباحث، فإن نظرية الاتصال ليست أقل إشكالية منه، فقد أنتجت الكثير من التعارضات بين الباحثين في الحقل الاتصالي، وأول هذه المظاهر يتعلق بوضعها المعرفي بل بتعريفها أساساً، فعلى غرار ما هو حاصل داخل الحقول المعرفية الإنسانية والاجتماعية، فإن هذا الوضع والتعريف يعرفان تعارضات كبيرة بين مختلف المدارس والنظريات المعرفية التي تعالجها، أضف إلى ذلك أن مصطلح "مدرسة" عند الحديث عن نظرية الاتصال يتضمن الكثير من الوهم، فالكثير من المدارس التي تناول النظريات تنضوي تحتها مجموعة من الرؤى والمنهجيات المعرفية التي تفتقر إلى المقاربة الموحدة، بحيث تبدو مسميات شكلية ليس أكثر.

إضافة إلى ذلك فإن الكتابات عن الاتصال عادةً ما تضيف عليه نوعاً من التبجيل يرتفع به إلى مقام النظرية العامة، من دون جهد بحثي لتبيين مستويات الذين ساهموا معرفياً في بناء وتشكيل هذا الفضاء، سواء القدماء منهم أو المحدثين.¹

ولأن قيمة أي مجال علمي ترتبط بغزارة نظرياته التي تُفسّر العلاقات بين ظواهره ومتغيراته، وتحدد هويته وتُقيّمه عن باقي المجالات العلمية، فإن الكثير يعتبر أن النظرية هي أهم محدّد للعلوم، على اعتبار أن دورها أكثر أهمية من دور المنهج العلمي، فالمنهج العلمي شيء مشاع بين كل العلوم، أما نظرية أي علم فهي التي تحدد موضوعه وتُنظّم عملياته وأدواره، بل ومساره.²

- النظرية لغة: مأخوذة من الفعل الثلاثي نظر، الذي يعني التأمل في الشيء والتمعن فيه، إلا أن النظر أو التأمل يتعدى الوظيفة الحسية للعينين إلى الوظيفة إلى الوظيفة الفكرية للعقل البشري، فحينما يُقال سأنظر في الأمر وأرى، بمعنى سأفكر في الأمر وأقرر، فالنظر هنا انتقل من المفهوم الحسي إلى المفهوم العقلي المجرد،

¹ أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 21.

² عبد الباسط عبد المعطي، اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، سلسلة عالم المعرفة، العدد 44، 1981، ص 10

فالنظر والرؤيا يوازنان التفكير والقرار. لذلك تعرّف النظرية وفق ابن منظور على أنها ترتيب أمور معلومة على وجه يؤدي إلى استعمال ما ليس بمعلوم، وقيل النظر طلب علم عن علم.

— **النظرية اصطلاحاً:** تُعرّف النظرية على أنها تصور أو فرض أشبه بالمبدأ، له قيمة التعريف على نحو ما، يتسم بالعمومية وينتظم علماً أو عدة علوم، ويقدم منهجاً للبحث والتفسير ويربط النتائج بالمبادئ.¹ وعلى هذا فالنظرية هي نقطة البدء في البحث العلمي تُوفّر الأطر والمفاهيم وتساعد على تحديد الأبعاد والعلاقات بين مفردات العلم وظواهره.

ويعرّف معجم المصطلحات الاجتماعية النظرية² على أنها الإطار الفكري الذي يفسّر مجموعة من الفروض العلمية، ويضعها في نسق علمي مترابط. وبناء النظرية العلمية يعتمد على جهد عقلي تركيبي من جانب الباحث يتميز بالنظرة الكلية إلى الحقائق الجزئية، ويحرص على تنظيم الأجزاء في نطاق كل موحد ولذا تُعتبر دائماً أعلى مستويات المعرفة.

وتتشترك النظرية العلمية مع القوانين العلمية في كونها نسبية وتقريبية، إلا أنها في الوقت نفسه أقل تأكيداً من القوانين، لذا يُنظر إليها على أنها فرض من الدرجة الثانية. ويزداد يقين العلماء بالنظريات كلما أيدتها التجارب من ناحية، وكلما فسّرت أكبر عدد من الظواهر من ناحية أخرى.

والنظرية العلمية لها عدد من المعاني المختلفة باختلاف الفرع الذي تُستخدم فيه هذه الكلمة، بشكل عام تكون النظرية العلمية نوعاً من التفسير لشرح كيفية حدوث ظاهرة طبيعية، بشرط تحقق حدوث هذه الظاهرة وعدم وجود نزاع في حدوثها، تأتي النظرية لتشرح آلية حدوث الظاهرة وتكون بشكل عام عرضة للخطأ والصواب، لكن التماسك المنطقي والرياضي للنظرية، ثم شرحها لأكثر عدد ممكن من النتائج التجريبية يدعم النظرية ويعطيها تأكيداً أكثر فأكثر.³ ففي المجال العلمي تشير النظرية إلى نموذج مقترح لشرح ظاهرة أو ظواهر معينة بإمكانها التنبؤ بأحداث مستقبلية.

وكل نظرية تتبع من نموذج نظري جامع paradigm يلخص تصوراً فكرياً معيناً لمسألة الاتصال وصيرورتها خلال مرحلة تاريخية بعينها، وبهذا فإن تواصل بعض نظريات الاتصال وتربطها نابعان من كونها قد خرجت من رحم فكري واحد، والاختلاف بين بعض النظريات يعود إلى تباين النماذج النظرية التي استلهمتها والإشكاليات التي تسعى لمعالجتها⁴

¹ محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص65

² زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص424.

³ مي العبد الله، البحث في علوم الإعلام والاتصال: من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى،

2010، ص31

⁴ أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص14.

ولأن علوم الإعلام والاتصال من العلوم الالتقائية multi disciplinary sciences تشترك فيها عديد الاختصاصات من فلسفة، وعلوم سياسية وعلم نفس وعلم الاجتماع، من حيث بُعدها الإنساني الذي يعكس علاقة الإنسان وتفاعله مع بيئته، فهي تغترف إطارها النظري من هذه الاختصاصات على تنوعها وتحاول تكييفه وفق خصوصية الظاهرة الاتصالية، للوصول إلى خلفية نظرية تُثري البحث العلمي في مجال العلاقات بين متغيرات الظاهرة الاتصالية ومكوناتها.

أهمية النظرية وتوظيفها في بحوث الإعلام: كما وضحنا سابقا، للنظرية أهمية كبيرة في تحديد زاوية البحث في العلوم الاجتماعية، إذ أنه من الضروري في الدراسات الأكاديمية النظرية أو التطبيقية تبني إطار نظري واضح يحدد معالم الدراسة ويضبطها وفقا لأعراف وتقاليده البحث العلمي، وسنبين الآن، في نقاط، أهمية توظيف النظرية في البحوث الإعلامية¹:

- تفسير نتائج الظواهر الإعلامية محل الدراسة، وكذلك نقد وتوحيد القوانين الإعلامية لتناسب وتتلاءم مع والمعلومات الواردة في الدراسة، بالإضافة إلى التوجيه لاكتشاف قوانين وتعميمات جديدة أكثر قوة.
- التوصل إلى بناء يفسر العلاقات بين الظواهر أو الأحداث والمواقف الإعلامية محل الدراسة، وتحليل النتائج التي يتم التوصل إليها من خلالها.
- تقنين المعرفة وضبط التحيز الشخصي والذاتي في الملاحظة، وتفسير النتائج بعلمية.
- المساعدة في صياغة التعريفات والمفاهيم والمصطلحات والفروض والتساؤلات التي يتطلبها الوصف والتفسير والتحليل في الموضوعات الإعلامية.
- تقديم أطر نظرية وتصورية تسهل عملية الملاحظة الصحيحة والوصف الموثوق به للظاهرة أو للموقف وللحدث الإعلامي محل الدراسة التحليلية والميدانية.
- إيجاد تساؤلات جديدة بالبحث العلمي الإعلامي، إضافة إلى استكشاف واستنباط طرق وأساليب جديدة له، وأي كان الأمر فالنظرية الإعلامية حتما تلعب الدور الرئيس في البحث العلمي الإعلامي، وهنا يمكننا اعتبارها من بين أهم المعايير الأكثر منهجية لإجراء وخدمة وتقييم البحوث والدراسات العلمية الإعلامية خصوصا من ناحية الإطار النظري.

5- **المدرسة الفكرية School** هذا المصطلح يدل على الآراء ووجهات النظر التي تتمحور حول مبدأ فكري معين، فكل مدرسة فكرية عادةً تطرح نظرياتها في رحاب توجهات فكرية معينة، وهي بطبيعة الحال تؤسس على ضوء توجهات خاصة لمفكر أو عدد من المفكرين، تحظى آراؤهم بتأييد من قبل البعض...

¹ الدردير الشريف عابدين، توظيف النظرية في البحث الإعلامي، شركة الخبراء المتميزون للخدمات الإعلامية. طرابلس، ليبيا، الطبعة الأولى 2015، ص 55.

الجدير بالذكر أننا لا نستطيع تحديد ميزة فارقة وصيغة ثابتة للتمييز بين النظرية والمدرسة، حتى أن ما يوصف بحسب العرف الانثروبولوجي الأوربي بأنه مدرسة، نجد علماء الاجتماع الأمريكيان يصطلحون عليه بالنظرية، ولكن على الرغم من ذلك يمكن ذكر فارق بينهما فحواه أن المدرسة الفكرية أكثر شمولية وعمومية من النظرية على ضوء التوجهات التي تستند عليها، وشتى النظريات المطروحة من قبل أتباعها، إذ كل مدرسة عادة ما تنضوي تحتها العديد من التوجهات والنظريات

6- البراديغم: من أكثر المفاهيم استخداما وأكثرها التباسا في الآن ذاته مفهوم البراديغم، ولأنه كلمة منحوتة من أصل غربي تتأرجح دلالاته الاصطلاحية وتزيد من تعقيدات استخدامه لدى الطلبة والباحثين.

- البراديغم لغة البراديغم كلمة يعود أصلها إلى الكلمة اللاتينية paradigma والإغريقية المأخوذة من الأصل اليوناني paradeigma وتعني المثال أو النموذج... وتتركب كلمة paradeigma من عنصرين para وتفيد الشمول و deigma وتعني المثال أو النموذج وبهذا يكون البراديغم هو الأسلوب أو الطريقة أو الطراز أو النوع أو الصنف

كما عرّفه معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية على أنه رسمٌ يوضّح باختصار شديد المفاهيم الأساسية في موضوع ما مما يساعد على تقريبها للذهن.

ومفهوم البراديغم الذي استخدمه توماس صامويل كوهن في كتابه "بنية الثورات العلمية The structure of Scientific Revolutions 1962 لغويا مأخوذ من استعمالاته لوصف النموذج الصحيح للجمل في اللاتينية model correct sentences in Latin وقد أثبت كوهن أنه في العلم يتأصل الخطاب العلمي على النتائج النموذجية المحققة، مثل التجارب، والتي تمثل نماذج للطرق المثلى لمقاربة المشكلات العلمية، ويضيف كوهن أن معظم التغيرات المفاهيمية في العلم والتي يسميها "الثورات العلمية" تتأسس على التغيرات المرتبطة بالإنجازات المرتبطة بالبراديغم¹

البراديغم اصطلاحا: تتعدد ترجمات كلمة paradigm بمعناه الذي جاء به Kuhn بين من يستخدم كلمة أنموذج، نموذج، أنموذج إرشادي، نموذج موجه، نموذج علمي موجه، وبين من يستخدم الكلمة ذاتها تفاديا لأي انزلاقات ترجمية.

وتتفق الكثير من المراجع أن البراديغم أو النموذج العلمي الموجه هو تلك الإنجازات العلمية والتي تُقبل في زمن معين، وتشكل أساسا قويا لطرح المشكلات العلمية ولطرائق حلها، وهو كذلك مجموعة القيم التي يشترك الباحثون في قبولها والتمسك بها، وتتمثل هذه القيم في المناهج والمعايير التي تتحدد وفقا له، لأن نموذجا علميا

¹ Bryan S. Turner, **The Cambridge Dictionary of Sociology**, Cambridge University Press, 2006, p 429.

واحدا يكون منطلقا لاكتشافات عديدة، من خلال أمثلة منتقاة، وغير مكتملة أيضا، وبذلك فهو تقليد علمي خاص ومنسجم.¹

يفرق كوهن بين ما يسميه العلم "الثوري" والعلم "العادي" فالعلم العادي هو العلم المؤلف المتكرر، فالعالم فيه يمتلك معرفة نظرية مقبولة، وعلما بالإجراءات التجريبية المعتادة، فضلا عن الأدوات الضرورية بإجراء التجارب، يدعو كوهن هذه العناصر مع عناصر أخرى بالنموذج الإرشادي paradigm ويتمثل النشاط العلمي هنا في محاولة معالجة مظاهر معنية للعالم الطبيعي، بعزلها بشكل مناسب في أوضاع تجريبية، لتتطبق على النموذج الإرشادي، وكما أن الأحجية تعطينا إطارا ومجموعة من المفاتيح لحل اللغز فإن النموذج الإرشادي يعطينا إطارا عاما ومؤشرات تدل على ما يجب أن يكون عليه شكل ذلك الواقع، فيقوم العالم بملء تلك المربعات بالتفاصيل.²

يقول كوهن " لا يظهر الاكتشاف ولا تصير النظرية براديجما إلا عندما تُصاغ التجربة والنظرية المؤقتة معا صياغة تجعلهما متفقتين، إن الأشخاص الذين يقوم ببحثهم على براديجمات مشتركة يكونون ملتزمين بقواعد ومعايير الممارسة العلمية نفسها، وذلك الالتزام وما ينجم عنه من اتفاق ظاهري هما الشرطان الضروريان للعلم العادي، أي لنشوء واستمرار تقليد خاص من تقاليد البحث، والعلم العادي ذلك البحث المؤسس بصورة راسخة على واحد أو أكثر من الإنجازات العلمية السابقة، والتي يعتبرها متحد علمي ما الأساس لممارسته العلمية اللاحقة"³

ويعد البراديجم بمثابة المنظور الإرشادي الخاص بنوعية معينة من البحوث دون غيرها، والتي تسهل على الباحثين عملية البحث العلمي في إطار هذا البراديجم كونها تقدم لهم الآليات التي بموجبها يتم توجيه البحث والتحكم العلمي له والوصول لضبط النتائج. فالبراديجم يمثل الاستراتيجية البحثية باعتباره رؤية فلسفية توجه مسار البحث من الإشكالية إلى النتائج، والتفكير في الموضوع، وهو كذلك (البراديجم) البوصلة أو الموجه الذي يسير الباحث على هدها عمومًا.

حيث يحتوي البراديجم على "تعميمات رمزية" من خلال فرضيات عامة ذات طابع رسمي، des propositions générales de caractère formel والتي تعتبر قوانينا ممثلة في رموز رياضية، والتي حازت، في فترة ما، على اتفاق مجموعة من الباحثين⁴

¹ سعاد سراي، البراديجم في علوم الإعلام والاتصال: بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 7، العدد 28، سبتمبر 2018، ص 395.

² ممي العبد الله، البحث في علوم الإعلام والاتصال: من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية، مرجع سابق، ص 34

³ سعاد سراي، البراديجم في علوم الإعلام والاتصال: بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مرجع سابق، ص 396.

⁴ Jean Charron, Jean de Bonville ; **Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition**, Communication, Information, Média Théories, volume 17, n2, décembre 1996, p54.

كما يمكن اعتبار البراديغم المعيار الذي يضفي الشرعية على النشاط داخل المجال العلمي، ينسق ويوجه عمل العاملين في العلم العادي الذي يركز على حل الألغاز والمشكلات في المجال العلمي المعني، حيث أن وجود براديغم جدير بمساندة التقليد العلمي العادي هو الخاصية التي تميز العلم من اللا علم¹

ويؤكد besnier أن المعرفة العلمية ظهرت كمشكل كان يتطلب ويستدعي وجود نظريات، وهي فكرة تقترب كثيرا من موقف Auguste Comte الذي يرى أنه لا وجود لملاحظات من دون نظرية ضمنية، وهنا يشير مفهوم التموقع الاستيمولوجي Posture épistémologique كمرادف لمفهوم التموضع وذلك بالإشارة بالضبط إلى مدلوله الديناميكي الحركي المتغير والقابل للتطور والانفتاح على منافذ متعددة، كما يُشار إلى التموقع الاستيمولوجي بالإطار العام المرجعي أو البراديغم الاستيمولوجي للمعرفة، حيث أدمج Thomas Khun مفهوم البراديغم العلمي الذي يشير من خلاله إلى الفرضيات والمناهج والمفاهيم المشتركة بين الباحثين الذين ينتمون في مرحلة محددة إلى مجموعة علمية أو تخصص بعينه، ويعد التموقع الاستيمولوجي الإطار الذي يتخذه الباحث إطارا مرجعيا للبحث²

وفق Thomas Khun تمر العلوم خلال مراحل تطورها بفترات أزمت، هذه الأزمت تولد "ثورات علمية" والتي بدورها تُكرّس مجموعة جديدة من النظريات عن طريق الغليان الفكري، هذه الثورات تؤدي إلى ما أسماه Thomas Khun البراديغمات، والبراديغم هو نظرة سوية ومشروعة للعالم، يحدد هذا المفهوم المشترك ترتيب الاهتمامات والمسائل والنظريات والمناهج الخاصة بكل علم من العلوم³

لقد كان مفهوم التطور في العلوم الطبيعية خاضعا لتصور آخر قائم على "الضرورة العقلانية"، بمعنى أن الانتقال من نظرية علمية إلى أخرى يتم بالضرورة عند اكتشاف معطيات جديدة، والتطور العلمي من هذا المنظور يقوم على فعالية منطقية ومتعالية غير خاضعة للمؤثرات السوسيولوجية والثقافية والمؤسسية، في حين ينطلق Thomas Khun من تصورٍ مخالفٍ ينظر إلى العلم كفاعليةٍ لأفراد مؤطرين ضمن "مؤسسة علمية" خاضعة للالتزامات مذهبية وقوانين مؤسسية، تضع الشروط التي تشتغل فيها الجماعة العلمية والقيود التي تُنظم عمليات الاستدلال والبرهنة، من حيث أدوات التجريب وإجراءات القياس وطريقة استعمال الآلات وآليات المراقبة وتنظيم النتائج⁴.

¹ حسين سعد، البراديغمات المسيطرة في علوم الإعلام والاتصال وإشكالياتها المعرفية، مساهمة في الحلقة البحثية بعنوان البراديغمات العلمية بتاريخ 19 مارس 2011.

² سعيد لوصيف، التفكير المنهجي في الظواهر الاتصالية: التعقيد، التجاسر المعرفي بين التخصصات والتموقع الاستيمولوجي، ضمن كتاب: التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري التوقعات الاستيمولوجية والتقاطعات المعرفية، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، 2016، الجزائر، ص 69.

³ الان رامي، برنار فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2004، ص 62.

⁴ سعد سراي، البراديغم في علوم الإعلام والاتصال: بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مرجع سابق، ص 396.

فالقصور المعرفي في احتواء الظاهرة الإنسانية جعل البراديغم يعرف "أزمة النموذج الضيق" والذي أوجد صامويل توماس كوهن عدة توسعته لاحتوائه من خلال مفهوم الثورات المتعاقبة بتحليل رايح السيبرنيطيقي نحو التأويلي مرورا بالسلوكي فالوظيفي، كرجبة إستيمية في تفسير وفهم الظواهر ضمن زمان ومكان علميين يصنعان صلاحية الفرض ودحضه، فالعالم الخارجي وأشياؤه تُفهم نسبةً لنظرتنا إليه وليست نظرتنا التي تفهم نسبة على علمنا الخارجي¹

خصائص البراديغم: يعرض Thomas Khun أربعة خصائص للبراديغم:²

- يتضمن قوانين وتعميمات رمزية modélisation وكلما كثر عددها كان العلم أكثر قوة.
 - يتضمن نماذج ميتافيزيقية واعتقادات معينة، تتيح للمجموعة العلمية استلهاهم الرموز والاستعارات لشرح النظرية العلمية.
 - يتضمن قيما، من قبيل تماسك النظرية العلمية واتساقها الداخلي، وكذا انسجامها مع الواقع، والقيم تشمل أيضا المواقف المشتركة للعلماء تجاه أزمت العلم، واتجاه النظريات المتجددة.
 - يتضمن نماذج exemples في شكل معارف ضمنية، تُكتسب عن طريق ممارسة العلم.
- يمكننا إذن اعتبار البراديغم مجموعة قوانين وتقنيات وأدوات مرتبطة بنظرية علمية، يسترشد بها الباحثون ويمارسون بواسطتها أعمالهم ويديرون نشاطاتهم البحثية فالبراديغم يعمل كموجه للبحث.

الأهمية المنهجية لاستخدام البراديغم في البحوث العلمية: إن البراديغم يقدم الأسئلة والحلول في نفس الوقت، وهذا يعني أن العلماء يشتغلون تحت مظلة التي تقتضي جعل النظرية والتجربة في توافق محدد سلفا، بفضل الجهاز المفهومي المتمثل أساسا في المسلمات والإجراءات التي ينخرط في استيعابها وكشفها العالم والباحث أثناء ممارستهما لنشاطهما العلمي، فالعالم لا يدرك العالم إلا من خلال البراديغم، لهذا يعمل هذا الأخير على إقصاء كل الوقائع التي لا تنسجم مع طبيعته، ومن ثم يتخلى عنها الباحث، ولا يهتم إلا بما يسمح به البراديغم. فالبراديغم يحدد العالم عند كوهن، الذي يجب على العالم استكشافه، بمعنى أنه تأويل للعالم.

- البراديغم إنجاز قادر على أن يكون دليلا لأبحاث المجموعة برمتها.
- البراديغم وباعتباره إطارا موجهها يرشد الباحث في كامل خطوات بحثه بدءا بصياغة عنوان الدراسة وصياغة إشكالياتها وطرح تساؤلاتها وفرضياتها في سياق البراديغم المناسب وحتى تفسير وتأويل النتائج المتوصل إليها.
- البراديغم يمنح أرضية صلبة للبحث من خلال إضفاء الشرعية على توجهه.

¹ مريم ضريان، الحاجة للتعاش البراديغمي في تحليل المحتوى الرقمي: مساءلة التفتئة المزيّدة في الظاهرة الاتصالية، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 1، العدد 1، 2022، ص 91.

² سعاد سراي، البراديغم في علوم الإعلام والاتصال: بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مرجع سابق، ص 396.

المحاضرة الثانية: الوسائط الجديدة وبعض المصطلحات القريبة

قيل أن المفاهيم مفاتيح العلوم وباب من أبواب فهمها وإدراكها، لأنها السبيل إلى فهم وتحليل الظاهرة العلمية وضبط التصور العام لها، وحقل الإعلام والاتصال، بثناء مفاهيمه وتعددتها وتنوع مشاربها وكثرة استحداثها، يستوجب على الطالب كما على الباحث الوقوف على التخوم الرئيسية الفاصلة بينها، بتحديداتها وبيان خصائصها ومميزاتها وحقوقها الدلالية والرمزية.

في هذا السياق تندرج هذه المحاضرة حول المقاربات المفاهيمية الخاصة بمفهوم الوسائط الجديدة والمفاهيم المرتبطة به، وقبل تحديد المفهوم تحديدا علميا دقيقا، لابد من الوقوف على خصوصية المفاهيم المرتبطة بالحقل المعرفي الواسع "تكنولوجيا الإعلام والاتصال"

1- خصوصية المفاهيم في حقل تكنولوجيا الإعلام والاتصال والوسائط الجديدة:

تُعتبر علوم الإعلام، إضافة إلى كونها ملتقى العلوم الاجتماعية والإنسانية من حيث اغترافها لأكثر من منهج ولأكثر من أداة بحثية ونظرية من العلوم القريبة، من العلوم الحديثة نسبيا- مقارنة بالعلوم المجاورة، لارتباطها بالظاهرة التقنية الحديثة.

وهاتان الخاصيتان: ارتباطها بأكثر من علم، وارتباطها بالظاهرة التقنية يجعل إشكالية المفاهيم في حقل تكنولوجيا الوسائط الجديدة أكثر خصوصية، بل وأكثر إثارة للجدل المعرفي، وأكثر ابتعادا عن الاصطلاح والاتفاق حولها، فارتباط علوم الاتصال بمراجعيات غربية يجعلها من أكثر العلوم غربة عن الفكر الاجتماعي العربي والإسلامي، ويجعل من الصعوبة بمكان إيجاد المنظور الفكري العربي القادر على استيعاب مفاهيمها ونظرياتها. على اعتبار أن الخطاب ولغة الاختصاص هي في نهاية الأمر وبدايته بناء من الأفكار يرتبط ارتباطا وثيقا بمرجعية منتجه ومحيطه الثقافي، ويتجلى هذا الارتباط أكثر ما يتجلى في بناء المفاهيم، هذا من جهة.¹

ومن جهة أخرى ارتباط العلم بالظاهرة التقنية التي ما تفتأ في حالة تغير مستمر، وإبداع متواصل يستحدث الكثير من المصطلحات والمفاهيم الجديدة، مما يجعل القاموس اللغوي في حالة استنفار دائم لمواكبة وملاحقة التطور المتسارع بالتنظير له والتأصيل لمفاهيمه.

¹ محمود قلندر، الحتمية القيمية الإعلامية مقارنة تأصيلية لعلوم الاتصال، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، إعداد بوعلي نصير، منشورات مكتبة إقرأ، قسنطينة، 2009، ص 14.

من هنا تُطرح إشكالية المصطلح في علوم الإعلام والاتصال في البيئة العربية، بين هوس الترجمة عن منبع العلم وأصل منشئه الغربي، وبين هاجس تأصيله وتكييفه مع خصوصية البيئة العربية والإسلامية لخلق بيئة ثقافية وفكرية خاصة ومتميزة.

إذن خصوصية المفاهيم في حقل تكنولوجيا الوسائط الجديدة تكمن في:

- ارتباطها بالتقنية شديدة وسريعة التطور: مما يستحدث مفاهيم وممارسات جديدة، فالتقنيات تتطور بوتيرة سريعة جدا تستوجب استحداث مفردات ومفاهيم لاستيعاب هذا التطور السريع.

- ارتباطها بأكثر من حقل دلالي ومعرفي: يجعل من الصعوبة بمكان تحديد زواياها بدقة، لتعدد مشاربها وزواياها، فتكنولوجيا الإعلام والاتصال ترتبط بعلم المعلومات والإحصاء والفلسفة وعلم الاجتماع وغيرها من الحقول المعرفية.

- ارتباطها بحركة الترجمة: فعلم الإعلام والاتصال عموما، وحقل تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الخصوص، من الحقول المعرفية الغربية المنشأ، وهذا ما يوقع الباحث والطالب في متاهات ترجمة عديدة.

في محاضرتنا هذه سنتناول مصطلح الوسائط الجديدة وبعض المصطلحات القريبة منه وهي الوسائط الفائقة والوسائط الرقمية والوسائط المتعددة.

2- مفهوم الوسائط الجديدة والمفاهيم القريبة:

أ- الوسائط الجديدة New media: قبل التطرق إلى مفهوم الوسائط الجديدة، ينبغي علينا تحديد معنى الوسيط medium أولا والوساطة وهي الربط بين طرفين أو الوصل بين طرفين، والوسيط في اللغة مشتقة من وسط، وسيط وسطا وسطة المكان حبس وسطهم¹. كما يقال الواسطة الوسيط، العلة والسبب.

أما في الاصطلاح فيرى زين العابدين أن مفهوم وسائط الإعلام الجديد يعني طائفة من تطبيقات الحاسب التي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متعددة تشمل على النصوص والأصوات والرسوم والصور الساكنة والمتحركة وعرض هذه المعلومات بطريقة تفاعلية وفقا لمسارات يتحكم فيها المستخدم².

وتعتبر الوسائط الجديدة نتيجة المزاوجة بين وسائل الإعلام السمعية والبصرية والاتصالات السلكية واللاسلكية télécommunications والصناعات الالكترونية الإعلام الآلي وهو المجال المسمى la télématique أو télécommunication informatique وهو مصطلح ارتبط ظهوره في الأدبيات

¹ المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، ط 31، 1991، ص 900.

² حسين حسن موسى، استخدام الوسائط المتعددة في البحث العلمي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008، ص 45.

الإعلامية بتقرير قدمه كل من سيمون نورا Simone Nora وألين ماین Aline Mayne بشأن إدماج الهاتف والحاسوب والتلفزيون في جهاز واحد، وأطلقا على هذا الإدماج تسمية communication télématique واعتبرا ذلك ثورة اتصالية عدها دانيال بيل الثورة الرابعة من ثورات التفاعل الاجتماعي في تاريخ المجتمعات الإنسانية بعد ثورات الكلام والكتابة والطباعة.¹

ويقوم المفهوم الحديث للوسائط على ترميز رسالة تواصلية متعددة المنبهات وتخطب أكثر من عضو حسي واحد، وأن هذه الرسائل تقدم للمتلقى عدة خيارات للتعرض للمضمون (كأن يتضمن النص إمكانية الاستماع إليه لمن لا يريد القراءة)، فالملتيميديا multi media عبارة عن مصطلح لوصف اتحاد البرامج والأجهزة التي تمكن المستخدم من الاستفادة من النص والصورة والصوت والعروض والصور المتحركة ومقاطع الفيديو...

إن تعريف الوسائط المتعددة بوصفها مجموعة من التكنولوجيات التي تسمح بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة (نصوص، صور، أصوات) لم يعد تعريفا كافيا، لأن هذه التكنولوجيات ترتبط فيما بينها برابط معلوماتي وبهذا المعنى، فإن الوسائط المتعددة هي أكثر من تجميع لوسائل إعلامية متعددة، حيث يحيل بالأحرى على اندماجها بفضل المعلوماتية²

كما يُقصد بالوسائط الجديدة في علوم الإعلام والاتصال تلك الوسائط والتقنيات الحديثة التي ظهرت مع التطور المذهل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال والتي اقتضت بروز وسائط اتصالية مثل الحواسيب واللوحات الالكترونية، والهواتف الذكية المختلفة عن وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون. والمتغير الرئيس الذي يتأسس عليه مصطلح الوسائط الجديدة هو حداثة هذه الوسائط في مقابل الوسائط التقليدية، واعتمادها بالدرجة الأولى على تقنيات الحاسوب وتطبيقاته.

وقد عرّفها جاك سي على أنها وسائط الاتصال التفاعلية التي تحتل وتبدع، تخزن وتنقل المحتوى بطرق مختلفة من خلال وسائط سمعية أو بصرية.³

إذن يمكننا تعريف الوسائط الجديدة على أنها جميع تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة من أقمار صناعية، أجهزة استقبال، حواسيب ولوحات الكترونية، وغيرها من التقنيات التي تتيح للمستخدم التفاعل بشكل إيجابي مع المضامين الاتصالية.

¹ مؤيد عبد الجبار الحديشي، العولمة الإعلامية، الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2002، ص53.

² عبد الوهاب بوخوفة، المدرسة التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الاتصال، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007، ص57.

³ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والطباعة، القاهرة، 2007، ص129.

ب- **الوسائط الرقمية Digital média** يطلق مصطلح الثورة الرقمية على العصر الحالي بعد اندماج تكنولوجيا المعلوماتية والاتصال، وتعني كلمة رقمي من الناحية التقنية أن الحروف والصور والأصوات تُحوّل إلى بيانات رقمية (آحاد وأصفار) يمكن تخزينها ومعالجتها وإرسالها بواسطة أجهزة الحاسوب،

ومن مزايا التكنولوجيا الرقمية نذكر:

- التحسن الكبير في مستوى الخدمات والتي تسمح بتحقيق قدر عالٍ من الجودة والدقة.
 - تتسم التكنولوجيا الرقمية بقدر عالٍ من الذكاء في التعامل مع المعلومات والبيانات أيا كان نوعها، والتحكم في أوضاعها واستخداماتها كتصحيح الأخطاء الكترونياً.
 - تُسهّل عملية إدماج الأنظمة الإعلامية والحاسوبية والاتصالية.
- ت- **الوسائط المتعددة Multimédia** يُطلق تعبير الوسائط المتعددة على نتاج معين، أو خدمة معينة، تجمع -بفضل اللغة العددية- بين معطيات معينة كانت حتى الآن تُستثمر منفصلة مثل النص، الأصوات، الصور الفوتوغرافية الرسوم وغيرها.¹

إذن الوسائط المتعددة أو الملتيميديا عبارة عن مصطلح لوصف اتحاد البرامج أو الأجهزة التي تمكّن المستخدم من الاستفادة من النص والصور والصوت والعروض والصور المتحركة ومقاطع الفيديو

ويقوم المفهوم الحديث للوسائط على ترميز رسالة تواصلية متعددة المنبهات وتُخاطب أكثر من عضو حسي واحد، وهذه الرسائل تقدّم للمتلقّي عدة خيارات للتعرض للمضمون (كأن يتضمن النص إمكانية الاستماع إليه لمن لا يريد القراءة)، فالملتيميديا multi media عبارة عن مصطلح لوصف اتحاد البرامج والأجهزة التي تمكّن المستخدم من الاستفادة من النص والصورة والصوت والعروض والصور المتحركة ومقاطع الفيديو.

لكن تعريف الوسائط المتعددة بوصفها مجموعة من التكنولوجيات التي تسمح بإدماج الكثير من المعطيات من مصادر مختلفة (نصوص، صور، أصوات) لم يعد تعريفاً كافياً، لأن هذه التكنولوجيات ترتبط فيما بينها برابط معلوماتي وبهذا المعنى، فإن الوسائط المتعددة هي أكثر من تجميع لوسائل إعلامية متعددة، حيث يحيل بالأحرى على اندماجها بفضل المعلوماتية²

¹ فرانسوا ليسلي، نقولا ماركيز، وسائل الاتصال المتعددة **multimédia**، تعريب فؤاد شاهين، عوידات للنشر والطباعة، لبنان، الطبعة الأولى، 2001، ص 7.

² عبد الوهاب بوخوفة، المدرسة التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 57.

المحاضرة الثالثة: خصائص ومزايا الوسائط الجديدة

تتعدد خصائص ومميزات تكنولوجيا الوسائط الجديدة، بتعدد الحوامل المعتمدة في عملية تخزين وإرسال وتوزيع المعلومة، وبسعة معناها المرتبط أساسا بمجموع الأدوات المتعلقة بعمليات الإنتاج والتخزين والمعالجة وتبادل المعلومات الرقمية مهما كان شكلها، فجمعها بين ثلاث مجالات تقنية: الاتصالات عن بعد والسمعي البصري والإعلام الآلي، تلعب تكنولوجيا الوسائط الجديدة، على اختلافها، على معادلة رئيسية قوامها متغيران رئيسيان: **متغير الزمان ومتغير المكان**، فالتكنولوجيا تهدف بالأساس إلى تسريع وتيرة الاتصالات وتقليص وتجاوز الأمكنة.

ويمكن إضافة متغير رئيس إلى هذه المعادلة وهو متغير علاقة الفرد بالآخر، فالتكنولوجيا عموما وعلى تعددها أحدثت، بفضل خصائصها، تغييرات على علاقة الفرد بالآخر، إن تقريبا وتوطيدا للعلاقات أو مباعدا وتنافرا لها.

ففي دراستها عن الأشكال التي يتفاعل بها الأشخاص مع الوسائط التكنولوجية، ذكرت الباحثة الاسترالية في علم الانثروبولوجيا جونيفاي بل Jonviav Bell أن التكنولوجيا، وحتى تؤثر في الحياة يجب أن تخضع للقواعد الثلاث: **تغيير علاقتنا بالزمان، وعلاقتنا بالفضاء، وعلاقتنا بالغير أو بالآخرين**¹

وفي هذا السياق يمكن حصر خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال في:²

- تجمع كما مر معنا بين ثلاث مجالات تقنية: الاتصالات عن بعد، السمعي البصري، والإعلام الآلي.
- المرونة في شكلها وفي مضمونها، واستعمالاتها، فللصحافة مثلا نسخة الكترونية وأخرى مطبوعة.
- عملت على زوال الحدود بين الكتابة والصوت والصورة.
- تتيح التفاعل الفوري والمتعدد لمستعملها.
- جعلت المعلومات، بكافة أشكالها، لفظية، رمزية.... في متناول الجميع، بدرجات متفاوتة طبعا، مع تفتيت الجمهور وتجزئته إلى قطاعات منسجمة.
- تتميز بالسرعة في معالجة المعلومات ونشرها وبذاكرة أنظمة معالجة ذات قدرات تخزينية هائلة، بفضل الرقاقات الالكترونية والأمار الصناعية والألياف البصرية.

¹ نصر الدين العياضي، لماذا تفرغنا تكنولوجيا الاتصال؟ مقال منشور على جريدة الخبر اليومي بتاريخ الاثنين 11 مارس 2013 متوفر

على الرابط: <http://www.elkhabar.com/ar/autres/makal/326447.html>

² فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: المفهوم، الاستعمالات، الآفاق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص31.

- انخفاض تكلفة الاستقبال والمعالجة والتخزين.

كما يمكن تلخيص أهم ما تتميز به تكنولوجيا المعلومات في:¹

- **تقليص الوقت:** فالتكنولوجيا تجعل كل الأماكن الإلكترونية متجاورة، مثال على ذلك شبكة الانترنت التي تسمح لكل واحد منها بالحصول على ما يلزمه من معلومات و معطيات في وقت قصير مهما كان موقعه الجغرافي.

- **رفع الإنتاجية:** تعمل تكنولوجيا المعلومات على رفع الإنتاجية حين يتم استعمالها بشكل جيد و فعال.

- **المرونة :** تعددت استعمالات تكنولوجيا المعلومات لتعدد احتياجاتنا لها، أبسط مثال على ذلك الحاسوب الذي نستعمله في حياتنا اليومية والعملية، فهو أداة للكتابة والقيام بمختلف العمليات المعقدة مثل الاتصال عن البعد أو القرب الخ. كما أنها تمنح للإنتاج كفاءة عالية وهذا بكسب تكنولوجيا المعلومات مرونة كبيرة بالمقارنة مع آلة محدودة الاستعمال.

- **التمتمة la miniaturisation** ويقصد بها الأسرع والأصغر والأقل تكلفة وهي من أهم مميزات تكنولوجيا المعلومات فهي تتميز بالتحسن الدائم في سرعتها وسعة ذاكرتها.

- **التفاعلية:** يعد مفهوم التفاعلية من بين المفاهيم القديمة - الحديثة في آن واحد الذي حاز على اهتمام وإقبال عدد كبير من الباحثين على اختلاف مجالات البحث التي ينشطون فيها، حيث حاول العديد من الباحثين ولفترة طويلة من الزمن الوقوف عند هذا المفهوم من خلال تقديم تعريف واضح ومحدد للمفهوم، توضيح أبعاده، وإبراز خصائصه والكشف عن أهم مظاهر التفاعلية ومستوياتها وأشكالها وأنواعها

فمن الناحية اللغوية التفاعلية Interactivité كلمة يونانية الأصل مركبة من مقطعين Inter ويعني بين أو فيما بين، وكلمة Activus وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه عندما تُترجم الكلمة من اللاتينية يمكن أن نفهم معناها بأنها "ممارسة بين اثنين" أي تبادل وتفاعل بين شخصين. ويُفهم أن جوهر التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل، حوار بين اثنين، أي اتصال في وضعية الوجه للوجه وعليه فهي ممارسة اتصالية قديمة²

¹ غنية لالوش، دور المعلومات في توجيه إستراتيجية المؤسسة (دراسة حالة مجمع صيدال)، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2002/2001 ص ص 89-99.

² خالد زعموم السعيد بومعيرة، التفاعلية في الإذاعة أشكالها ووسائلها، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، سلسلة بحوث ودراسات عربية، تونس، 2007، ص 26

وعلى الرغم من اختلاف وجهات نظر الباحثين حول تحديد مفهوم واضح ودقيق للتفاعلية، إلا أنه يمكننا أن نستعرض بعض النقاط الأساسية التي يتفق عليها أغلب الباحثين في تحديدهم لمعنى التفاعلية¹

- أن التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي وسمة مفترضة لوسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها الانترنت، فالجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل وإنما مرسل لها في الوقت ذاته، الأمر الذي يحقق مستوى مرتفع من التفاعلية.

- يجب التمييز بين التفاعلية في الاتصال الشخصي والتي تتجلى فيما يطلق عليه تسمية رجوع الصدى والتفاعلية كمفهوم حديث ارتبط بتكنولوجيات الاتصال الحديثة، والمتمثلة بوضوح في الاتصال عبر الإنترنت، فالمتلقي على شبكة الإنترنت لم يعد مجرد متلقي سلبي للرسائل فحسب بل بإمكانه أن يصبح مرسلًا في آن واحد مما يؤدي إلى تحقيق مستوى عالي جدا من التفاعلية.

- التفاعلية عبارة عن عملية اتصالية تبادلية -ثنائية الاتجاه- من المرسل إلى المستقبل والعكس صحيح أي من المستقبل إلى المرسل مما قد يصعب التمييز بين المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية الواحدة

- سيطرة المستقبل في العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعلية، فالمستقبل يستطيع في ظل تكنولوجيات الاتصال التفاعل أن يقوم بتعديل أو تغيير شكل ومضمون الرسالة الاتصالية الموجهة إليه من المرسل، كما أن المستقبل يمكنه اختيار الموضوع المناسب له من بين البدائل المتعددة التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال التفاعلية، علاوة على قدرته على تبادل الرسائل مع المرسل والتعرض للمحتوى الاتصالي في الوقت الذي يلائمه.

- **اللاتزامية:** غير محددة بالوقت : يعني أنه يمكن استقبال الرسائل في أي وقت كحالة البريد الإلكتروني وهذه الخاصية أي إمكانية عدم تلقي المضامين الاتصالية الالكترونية في الوقت المحدد هي التي زادت من نسب استخدام الوسائط الجديدة، بعكس الوسائط التقليدية المرتبطة بزمان محدد.

- **اللامركزية:** هي خاصية تسمح باستقلالية التكنولوجيات الجديدة التي تملك استمرارية عن العمل في كل الحالات يستحيل على أي جهة ما أن توقف الأنترنت لأنها شبكة اتصال بين الأشخاص والمؤسسات، وخاصية اللامركزية هي التي أكسبت الوسائط الجديدة صفة العالمية وأنتجت ما يسمى بعولمة الاتصال والعولمة الثقافية، لانفتاح الفعل الاتصالي على كافة ربوع العالم، وتخطيه للحدود الزمانية والمكانية. وباعتبار

¹ عائشة نواري، تجليات التفاعلية في البيئة الاتصالية الجديدة وانعكاساتها على بنية العملية الاتصالية، مجلة الدراسات الإعلامية المركز الديمقراطي العربي، برلين، العدد السابع، ماي 2019، ص203.

العالمية هي الفضاء التي تعمل فيه الوسائط الجديدة فهي تسمح بتدفق رأس مال المعلومة في عاصمة المعلومات، كما أن لا مركزيتها سمحت بازدهارها في البيئة العالمية خاصة في التبادل التجاري الذي يسمح بأن يتجاوز مشكل الزمن والمكان

- **الحركية** : يعني أن المستعمل يمكن له أن يستفيد من الخدمات أثناء تنقلاته مثل الحاسوب المحمول والهاتف النقال

- **عملية تحويلية**: يمكن لها أن ترسل معلومات من وسط إلى آخر مثال إرسال رسالة مسموعة إلى رسالة مكتوبة أو منطوقة مثل القراءة الإلكترونية، أو تحويل المحاضرات المكتوبة إلى صور في الهواتف المحمولة وغيرها من إمكانيات التحويل.

ويرى ألفن توفلر في كتابه " تحول السلطة بين العنف والثورة والمعرفة " أن الوسائط المتعددة لها ثمان خصائص¹ هي:

- **التفاعلية**: وتطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على الأدوار ويستطيعون تبادلها.

- **الاجماهيرية**: أي أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تُوجّه إلى فرد واحد، أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير كما كان في الماضي.

- **اللاتزامية**: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.

- **القابلية الحركية**: حيث يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان.

- **قابلية التحويل**: وهي القدرة على نقل المعلومات من وسيط لآخر.

- **قابلية التوصيل**: وهي إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنويع كبير من أجهزة أخرى، وهذه هي السمة البارزة للوسائط المتعددة باعتبارها توليفة ضخمة لأجهزة متعددة.

- **الشيوع والانتشار**.

¹ مؤيد عبد الجبار الحديثي، **العولمة الإعلامية، الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2002، ص168.**

- التدويل أو الكونية: إن البيئة الأساسية الجديدة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال هي بيئة عالمية دولية، حيث اتسعت وتعددت مسارات المعلومة بإدماج الشبكة العنكبوتية في قطاع الإعلام والاتصال لتصبح بذلك القرية الكونية مسرحا للتداول النوعي والفائق السرعة للمعلومات.

المحور الثاني: التنظير الإعلامي في ظل الوسائط الجديدة

تمهيد: بقدر ما حملت الثورة المعلوماتية من تغيرات في الصناعات الإعلامية، وأنماط استهلاك المعلومات في سياق عولمة الاقتصاد والمعرفة والإعلام، فقد طرحت العديد من الإشكالات على مستوى إنتاج التقنية والمضمون، أو على مستوى استخدامات التقنيات الحديثة، كما أثارت الكثير من الإشكاليات المتجددة حول المضامين الإعلامية والثقافية الجديدة وتطور أساليب النشر والتشارك في المضامين، وتحولات الفضاء العام في علاقته بالحرريات الإعلامية.

فقد ساهمت الوسائط الجديدة، على اختلافها، في إحداث تغييرات راديكالية في أنماط التواصل البشري، بل وساهمت في خلق فضاءات تواصلية جديدة، تتقاطع أو تختلف عن الفضاءات التواصلية التقليدية، فبعد أن كان الفضاء الاتصالي يتحدد في بعدٍ مكانيٍّ وزمانيٍّ محدّدٍ، ووفق سيرورة اتصالية محددة، خلقت الوسائط الجديدة فضاءات تواصلية افتراضية تتجاوز بعدي الزمان والمكان أين يمتزج الواقعي بالافتراضي في علاقات غامضة ومتشابكة في إطار التآلفات الجديدة المرتبطة بالتطبيقات الجديدة للويب 2.0 والتي جعلت من الاتصال الافتراضي - الامتداد المركزي للإنترنت - أرضية رقمية لإنشاء فضاءات اتصال وتواصل متعددة فأسبغ على الإنترنت طابعا اجتماعيا مركبا ومنتجا لذاته.

فالإنترنت والوسائط الجديدة ليست مجرد وسيط تقني فحسب، إنما هي فضاءٌ تنمهي فيه الحدود بين العام والخاص، بين الافتراضي والواقعي، بين الخيالي والحقيقي. وبهذا لعب الاتصال الافتراضي أدوارا معرفية وثقافية وعلائقية لا حدود لها، حيث التحرر من الحدود والمسافات والأمكنة والضوابط الاجتماعية، وحيث يتحقق المعنى الإنساني والتجربة الجمعية عبر شبكات الاتصال الافتراضي.

من هذا المنطلق، يتناول المحور الثاني، على امتداد مجموعة من المحاضرات، زاوية التنظير الإعلامي في ظل الوسائط الجديدة، من خلال التطرق إلى الوسائط الجديدة وظواهر فضاءات الاتصال الجديدة، ثم بعدها صعوبات وإشكاليات التنظير للوسائط الجديدة، وفي المحاضرة الأخير للمحور نتناول خصوصيات التنظير للوسائط الجديدة.

المحاضرة الأولى

الوسائط الجديدة وظواهر فضاءات الاتصال الجديدة

شكّلت الوسائط الجديدة للإعلام منظومة جديدة تختلف عن المنظومة المشهدية، وتحقق مجالا شبكيا يتحول الفرد فيه باستمرار ما بين موقعي الإرسال والتلقي، وتنصهر في داخله العوالم الفردية، وتمثل شبكة الإنترنت

فضاء جماعيا يشترك المستخدمون في إنتاجه، وهو بهذا المعنى يمكن النظر إليه على أنه نموذج تواصلية جديد، لا يتعلق بعملية بث مركزية، ولكن يتفاعل داخل حالة ما، يسهم كل فرد (مرسل - مستقبل) في اكتشافها بطريقة أو تغييرها أو الحفاظ عليها كما هي، ولقد أحدث الانترنت، بوصفها العنصر الرئيس في هذه المنظومة تغييرات بنيوية في خريطة الإعلام بشكل عام، وفسحت المجال لتعددية إعلامية افتراضية.¹

إذ يشكّل الاتصال الافتراضي منظومة لها خصوصيات تميّزها عن المنظومات التقليدية فهي منتجة لذاتها والفاعلون فيها هم المستخدمون أنفسهم يتقاسمون سلطة البث والتلقي، في نفس الوقت يتحكمون في المضامين وأشكالها، فضلا عن كونها غير محدّدة زمنيا ومكانيا. وتختلف بنية الخطاب فيها عن بنية خطاب المنظومات والوسائل التقليدية، فهي تتميز بعدم الاستقرار و"التشظي" وتشابك الوسائط التي تكوّنه، ويمثّل بناء مخصوصا يتشكّل من علامات مختلفة ومتنافرة: نصّ صحفي، روابط خارجية وداخلية، تعليقات القراء، مقالات ذات صلة، تسجيلات فيديو، صوت... كما أنّ علاقته بالفضاء تتغيّر باستمرار.²

من هنا فإن مقارنة الانترنت باعتبارها فضاء وليس كوسيلة يتيح مقارنة التمثيل الافتراضي للحياة الاجتماعية وأشكالها ومظاهرها وأحداثها وفاعليها التي تشكل الفضاء الافتراضي بمختلف زواياه: إعادة تشكيل الحدود بين العام والخاص، أشكال جديدة من الفعل الاجتماعي، المستخدم المبتكر ونخب جديدة³.... وأشكال أخرى للممارسات الاجتماعية ذات الصبغة الافتراضية. وفي هذا السياق يجدر بنا تحديد مفهوم الفضاءات الاتصالية الجديدة لفهم أكثر صيرورة الفعل التواصلية ضمن هذه الفضاءات.

ولفهم المحاضرة سنتطرق أولا لمفهوم الفضاء وبعدها نتطرق لبعض ظواهر الفضاء الافتراضي مثل الشبكات الاجتماعية والمدونات والبودكاست.

➤ **مفهوم فضاء الاتصال:** الفضاء لغة جمعه أفضية، وهو المكان الواسع من الأرض، وفعله فضا يفضو فضوا، كما يعني الاتساع والانتها، ويقصد به في أماكن أخرى الفضاء الجوي وهو الحيز المحيط بسطح الأرض ويشمل الغلاف الجوي والفضاء الخارجي. فالفضاء هو ما اتسع من الأرض، وما بين الكواكب والنجوم من مسافات وأرض خالية،

تعددت إذن معاني الفضاء لغويا، وانطلاقا منها تم إعطاء تعاريف اصطلاحية حيث يقصد به الفراغ الهائل الذي يحيط بنا ويمتد من حولنا مع امتداد مدى أبصارنا، ويحدده مستويان ومهما السماء والأرض وما بينهما، وهو يعتبر نمودجا مستقلا يمتلك ثلاث أبعاد مع بعد رابع لا تدركه العين، ويدرك من خلال تفاعل الإنسان مع

¹ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2014، ص 314.

² مفيدة العباسي: المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقارنة هابرماسية للمجموعات الافتراضية التونسية، مرجع سابق، ص 14.

³ الصادق الحمامي، الميديا الجديدة: الإحياء والانبعث، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس، العدد 4، 2009، ص 21.

التكوين الفضائي، الذي يمثل البعد التعبيري الرمزي للفضاء، والذي يمثل مجموعة من الرموز تعمل على إثارة العواطف والتي تعد حدثا يُستعمل للتعبير وإيصال المعاني.¹

كما يعني الفضاء أيضا ذلك المكان أو المجال المادي والمعنوي المفتوح أمام الأفراد من أجل الاستفادة المشتركة في النشاط لتحقيق المعنى المشترك، حيث يتخذ الأفراد في الفضاء المعين سلوكيات معينة حسب الوضعية التي يتواجدون فيها (أي حسب طبيعة الفضاء) يتفاعلون ويتبادلون الآراء المواقف والاتجاهات والنقاشات، محاولين بذلك إنشاء فضاء حيوي، ذا دلالة لجميع المتدخلين فيه، وذا منفعة مشتركة يستعملونه لبلوغ أهداف وغايات معينة ومن أمثلة عنه، نجد فضاء المدرسة، المسجد والسوق والحديقة وغيرها²

وبربط التعاريف السابقة بما تم ذكره عن خصوصية الاتصال في فضاء الانترنت، ومع ما تم ذكره من خصائص الوسائط الجديدة، نتوصل إلى أن الفضاء الجديد للاتصال قد احتفظ بشروط كيانه التي تتمثل في ضرورة وجود أطراف اتصالية تتناقش حول قضايا سياسية واجتماعية من خلال الوسائط الجديدة للاتصال، التي تثير أكبر قدر من التفاعل، الأمر الذي جعل المفكرين يعتبرون أن الفضاء الاتصالي الجديد مكان يعتمد على التبادل المجاني للأفكار والآراء بين المستخدمين. وعليه يمكن القول أن الفضاء الاتصالي الجديد يشكّل فضاء رمزيا مفعلا بالاتصال السياسي والاجتماعي والثقافي يساهم في قمع الأنظمة السلطوية التقليدية لما يفسح من تفاعل وتشارك في الآراء والأفكار³

➤ **ظواهر فضاءات الاتصال الجديدة:** يتضح أكثر مفهوم الفضاء الجديد للاتصال إذا تطرقنا إلى ظواهر هذا الفضاء باعتبارها المجالات العامة التي يتم عبرها ممارسة العملية الاتصالية عبر الوسائط الجديدة للاتصال والتي تشكّل وتؤطر الفضاء الرقمي الافتراضي، وتتحدد أبرز ظواهر الفضاء الاتصالي الجديد في:

1- الشبكات الاجتماعية: لعل أبرز ما ميّز المنظومة الافتراضية للوسائط الجديدة وأكثر ما يثير الجدل في انعكاساتها على الممارسات الواقعية ظاهرة الشبكات الاجتماعية، لما فتحت من أبواب واسعة لأنماط جديدة من التواصل الإنساني تحاكي الواقعي بحلة افتراضية وتفتح المجال واسعا للتفاعل الإنساني بكافة أنواعه، فاتحة لمستخدميها فرصا أكبر للتواصل والتفاعل عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود .

¹ حميدة خامت، ليليا شاوي، قضايا المرأة الاجتماعية في أفضية النقاش الافتراضية: دراسة وصفية تحليلية لعينة من الصفحات الفيسبوكية النسوية الجزائرية، مجلة المعيار، المجلد 26، العدد 63، السنة 2022، ص545.

² المرجع نفسه، ص545.

³ ثميلة كساي، مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة، محاضرات مقدمة لطلبة السنة أولى ماستر، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2020-2021، ص33.

والشبكات الاجتماعية كما ترى بعض الدراسات ناتج طبيعي لاحتياج الأشخاص والأفراد إلى وجود علاقات إنسانية فيما بينهم، وفتح المجال للحوار التفاعلي بشكل متطور وواسع، وإعادة العلاقات بين الأفراد، سواء كانوا زملاء مدرسة أو جامعة أو لهم صلة ما ببعض، ونشأت الشبكات الاجتماعية لسد فراغ اجتماعي صاحب استخدام الإنسان للحاسب الآلي في جميع أنشطته وتأثير استخدام هذا الحاسب على الحياة الاجتماعية.

تعريف شبكات التواصل الاجتماعي: إن مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي مفهوم مثير للجدل، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في تناوله، وتعدد زوايا النظر إليه، فمن ناظر إليه بمنظور تقني يعتبره شكلا من أشكال المواقع الإلكترونية التي تميزت بها شبكة الانترنت في الآونة الأخيرة تمكن المستخدمين من إنشاء وتنظيم ملفات خاصة بهم، إلى آخر ناظر إليه بمنظور اجتماعي معتبرا إياه شكلا جديدا من أشكال التواصل والتفاعل الإنساني، يستحدث ممارسات اتصالية جديدة على منصات افتراضية قوامها الاتصال عبر الحاسوب.

وبتعدد زوايا النظر إلى المفهوم تعددت التسميات، فقد أطلق على هذه التطبيقات والممارسات الجديدة المرتبطة بالانترنت اسم الشبكات الاجتماعية، مواقع التواصل الاجتماعي، الشبكات الرقمية الاجتماعية، وسائل الإعلام الاجتماعي، منصات التشبيك الاجتماعي، الويب 2.0.... وغيرها من المسميات، ونحن هنا إذ نتبنى مفهوم الشبكات الاجتماعية فلأننا نعتقد أن مفهوم الشبكة يحيل أكثر من غيره إلى نظام العقد والترابط الذي تثيره أنماط الاتصال عبر هذه التطبيقات.

فالشبكات الاجتماعية هي عبارة عن مواقع تتيح تبادل المعلومات والأفكار والثقافات والتعارف بين أناس يتشاركون في الفكر والثقافة والتوجه والميولات. ويستخدم في اللغة الإنجليزية مصطلح **online social networks** للتعبير عن الشبكات الاجتماعية، والسبب في إضافة مصطلح أون لاین هو التفرقة بين الشبكات الاجتماعية كأحد مجالات الدراسة في علم الاجتماع، والشبكات الاجتماعية في بيئة الانترنت.

وقد تم التعرض لمصطلح الشبكات الاجتماعية في أكثر من تخصص علمي، مثل السوسيولوجيا، الانثروبولوجيا، علم النفس، الرياضيات... وغيرها من العلوم، فالمصطلح ظهر كمصطلح فلسفي اجتماعي منذ القرن الثامن عشر، ولكن الجديد هو تحويله من فرضية اجتماعية إلى واقع تقني عبر الانترنت ووسائل الاتصال المتقدمة، فالشبكات الاجتماعية لم تظهر في جيل الانترنت فقط، ولكنها بدأت من أزمنة بعيدة، لكن الانترنت ساهمت في دفع العلاقات الاجتماعية من الواقع المعاش إلى الواقع الافتراضي بفضل تقنيات الجيل الثاني للويب والتي تعتمد على مساهمة المستخدمين بالمحتويات في مواقع الانترنت¹

¹ أحمد جمال حسن، التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى

طلاب الجامعة، رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، ص55

أما الشبكات الاجتماعية من منظور تقني كواحدة من المواقع الالكترونية التي وفرتها الشبكة العنكبوتية ووسائط الاتصال عبر الحاسوب فهي كيانات اجتماعية تتكون من أشخاص أو مؤسسات اجتماعية ترتبط فيما بينها بروابط ناجمة عن تفاعلاتهم المتبادلة، ويُستعمل لفظ الشبكة الاجتماعية للدلالة على مواقع انترنت تسمح لمستخدميها بالتسجيل وخلق هوية افتراضية، تدعى مملح/بروفيل profil ، ويُطلق على هذه المواقع صفة اجتماعية لأنها تسمح بتبادل الرسائل العامة أو الخاصة، الروابط التفاعلية، الفيديوهات، الصور، الألعاب، بين المشتركين، ويبقى قوام الشبكات الاجتماعية هو إمكانية توسيع دائرة الأصدقاء والعلاقات، كما تتأسس الشبكات الاجتماعية على مبدئين هما¹:

- أصدقاء أصدقائي هم أصدقائي أيضا.

- الأشخاص الذين يتبادلون ويشاركون في الاهتمامات نفسها التي اهتم بها هم أيضا أصدقائي.

ومن أكثر تعريفات الشبكات الاجتماعية تداولاً التعريف الذي قدمته كل من دانا بويد Danah Boyd ونيكول إليزون Nicole Ellison والذي يعتبر الشبكات الاجتماعية "خدمات على شبكة الانترنت تسمح للأفراد بإنشاء حساب عام أو نصف عام، في إطار نظام معين يحددها، يتضمن قائمة مستخدمين آخرين يتواصلون ويتشاركون فيما بينهم المحتوى والآراء ضمن هذا النظام، طبيعة وتسمية العلاقات التي تربطهم تختلف من موقع إلى آخر"²

وفي معرض تبريرها اختيار مصطلح شبكات اجتماعية عن مصطلح التشبيك أفصح الباحثان أنهما يفضلان اسم مواقع الشبكات الاجتماعية social network site عن مواقع التشبيك networking وهذا لسببين: التركيز ونطاق العلاقات الاجتماعية، فمصطلح التشبيك يرتبط أكثر بإقامة علاقات، غالباً ما تكون مع الغرباء، وهو ما تتضمنه فعلياً عملية الاتصال عبر الشبكات، لكنه لا يمثل الممارسة الوحيدة لمثل هذه المواقع، فمصطلح الشبكات يعبر أكثر عن الممارسات التي تتضمنها هذه المواقع، وهي لا تتمثل في بناء علاقات اجتماعية جديدة مع الغرباء فحسب، بقدر ما تتيح للناس إمكانية إدارة علاقاتهم الاجتماعية الواقعية وإبرازها، كما تبين ذلك الكثير من الدراسات والتي أكدت أن الأشخاص يتواصلون في هذه المواقع مع الذين يعرفونهم أكثر مما ينخرطون في عمليات بناء علاقات جديدة.³

¹ Laurent collée, **sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux**, mémoire pour l'obtention du diplôme de master en gestion de la sécurité des systèmes d'information, université de Luxembourg 2009,p12

² Danah m. boyd nicole b. ellison ,**Social Network Sites: Definition, History,and Scholarship**, Journal of Computer-Mediated Communication 13 (2008) International Communication Association , p211 .

³ ibid, p211 .

وتُعرّف الشبكة الاجتماعية بكونها "متكوّنة من حلقات مترابطة (وهي إجمالاً أفراد ومنظمات) تربط بينها علاقات على أساس القيم والأفكار والتبادل المالي والصدقة والصراعات والاشتراك في ميولات ما أو الإجماع على رفضها..."¹. ومن خلال هذا التعريف يتبيّن لنا أنّ الشبكات الاجتماعية بيئة افتراضية يلتقي فيها المستخدمون ليتفاعلوا فيما بينهم ويؤسّسوا روابط عبر التواصل وتبادل المعلومات على خلفية التقاسم والتشارك في الأفكار والأهداف.

2- المدونات الرقمية: تعد المدونات الالكترونية واحدة من أشد وأسرع أدوات وتطبيقات الجيل الثاني للويب استخداماً لدى الشباب ظهرت المدونات في بادئ أمرها، في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1994 وكانت حينها على نطاق ضيق، على شكل صفحات شخصيّة مفتوحة، تحوي معلومات شخصية وأخرى عامة متنوعة، بعض ما يكتب على تقارير حول أمور مختلفة، وبهيئة تشبه إلى حد ما الصحف الإلكترونية المتعارف عليه اليوم، مع تطور في أدوات الإدراج وطريقة العرض. وساهم هذا التطور في زيادة عدد المدونين، وسعة انتشار التدوين.

والمدونات في الأصل هي صفحات خاصة على شبكة الانترنت توفرها مواقع مجانية (ويتوزّع هؤلاء المدونون على عدّة مواقع كبيرة منها Blogger بلوغرز وغوغول وجيران والبوابة ومكتوب وورد برس). وتستمد المدونة سماتها العامّة من شخصيّة صاحبها والأهداف التي ضبطها من التدوين.²

فالمدونات هي تطبيق من تطبيقات الانترنت، تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهي في أبسط صورة عبارة عن صفحة ويب تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبّة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ومن وجهة نظر علم اجتماع الانترنت يُنظر إلى التدوين باعتباره وسيلة النشر العامة التي أدت إلى زيادة دور الويب باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى، بالإضافة إلى كونها وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة.

في هذا السياق يمكن اعتبار المدونة سجلاً يومياً إلكترونياً يشبه إلى حد بعيد السجلات اليومية التي نكتبها لندون يومياتنا والأحداث التي تحدث في حياتنا اليومية، ولكن المدونة تتميز بكونها عرضاً وتدويناً إلكترونياً يتيح للمتصفح والزوار الاطلاع على المعلومات والمستجدات بشكل دوري، فالمدونة هي بشكل ما جريدة شخصية يعدها أحد مستخدمي الويب ويسمى بالمدون، ويعرضها لتكون متاحة للجميع.

¹ F.Pisani et D. Piotet : **Comment le Web change le monde. L'alchimie des multitudes**, éd Pearson p24

² أمال قرامي، قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من منظور الجندر، أبحاث مؤتمر الإعلام الجديد البحرين، 2009، ص 219.

وبهذا يمكن النظر الى المدونات، من منظور إعلامي¹، كفتة جديدة من فئات الأخبار والأحداث الجارية. ورغم أن غالبية المدونين لا تدعي ممارسة العمل الإعلامي بالمعنى المتعارف عليه في وسائط الإعلام التقليدية، إلا أن الكثير من المبادئ التي تقوم عليها التدوين في مقارنته للفضاء الإعلامي يمكن أن تشكل مساءلة وتحديا للمعايير المهنية التقليدية. فالتفاعل مع الجمهور، والشفافية في سيرورة معالجة وبث الأخبار، وجماعية (التشارك) إنتاج الأخبار، الخ، تمثل أبرز المظاهر المتقاسمة في الفضاء التدويني. إن التدوين وهو يسائل الفهم التقليدي لماهية الإعلام، قد أعطى دفعا قويا وبعث حياة جديدة في الرؤى التي طالما تطلعت الى تحوّل في نموذج الممارسة الإعلامية في عصر الانترنت.

خصائص تكنولوجيا التدوين² يتسم التدوين بمجموعة من الخصائص التي تحكم سيرورة إنتاجه والتي تجعله مختلفا عن أشكال النشر الإلكتروني. من بين هذه السمات المحورية والبساطة. فالإدراجات (التدوينات) مرتبة بطريقة كرونولوجية معكوسة، من الأحدث زمنيا، ثم الذي يليه وهكذا، ولا تتبنى المدونات المعايير المتبعة في الفضاء الإعلامي في ما يتعلق بتصنيف الإدراجات، حيث يتم عرضها كما كتبها صاحبها.

كما أن أهمية إدراج ما لا تتبع من المدونة في حد ذاتها، بقدر ما تتحدد بالتعليقات والجاذبية التي تمارسها على المتتردين على فضاء التدوين. وتميل النصوص التي تتضمنها المدونات الى كونها تتميز بالاختصار والمباشرة وتوظيف سجل لغوي عادي، وعامي في أحيان كثيرة.

وبما أن الانترنت تمثل محيطا تبادليا تغلب عليه التخمّة المعلوماتية، فإن المتتردين على المدونات يثمنون المدونين الذي يعبرون عن أفكارهم ورؤاهم بأقل عدد ممكن من العبارات والكلمات. ويقوم على المدونة، في أغلب الأحيان، شخص واحد يتخذها كفضاء للتعبير عن انشغالاته، والتي تتنوع لتشمل حميميات شخصية، أو مسائل حياتية مختلفة، أو موضوعات اجتماعية وثقافية وسياسية وغيرها. وإذا كانت غالبية المدونات تنتمي الى الفئة النصية، فإن السنوات الأخيرة شهدت ظهور صنف آخر يقوم على الصورة، وصوتية والنص، والفيديو، ومن بين الخصائص المحورية الأخرى التي تتسم بها المدونات، تمكين زوارها من نشر تعليقاتهم مباشرة تحت الإدراج (مع الإشارة الى أن هذه الميزة لا تتوفر في كل المدونات)؛ وهو ما يحوّلها إلى فضاءات للتبادل والتحاور والتفاعل، حيث يقوم أصحابها بتضمين إدراجاتهم معلومة أو رأيا حول مسألة ما تثير اهتمامات المتابعين الذين يثرونها من خلال مجموع التعليقات التي ترتبط بها. والحاصل أن هذا التبادل يمكن أن يتوسع ويأخذ شكل تفاعل بين المدونين أنفسهم، حيث أن المدونين غالبا

¹ الصادق رايح، المدونات والوسائط الإعلامية: بحث في حدود الوصل والفصل، مؤتمر الإعلام الجديد البحرين، 2009، ص 538.

² المرجع نفسه، ص 541.

ما ينجحون في تشكيل جماعات تساهم بتعليقاتها في إثراء مدوناتهم، وبناء علاقات تفاعلية مع مدونين آخرين. إن هذه الطبيعية التبادلية التي تجعل من المدونات أدوات ملائمة لخلق أنماط جديدة من «الإعلام التشاركي»، وتطوير صيغ جديدة من الإعلام الجماهيري الذي أسست له الوسائط الإعلامية التقليدية.

3- البودكاست: تطبيقات البودكاست عبارة عن برامج إذاعية تبث عن طريق الانترنت، يمكن تحميلها والاستماع إليها في أي وقت، ويعود أصل كلمة بودكاست إلى الترجمة اللغوية للتسمية الإنجليزية Podcast والتي تتكون من كلمتين: iPod ويشير إلى مخزن أو مستودع أو إلى جهاز مشغل الصوت الشهير من شركة أبل pod اختصارا من iPod والجزء الثاني cast اختصار لمصطلح الإذاعة نفسه Proadcast الذي يعني البث، ليحيل بذلك معنى Podcast إلى إذاعة صوتية أو محتوى صوتي متوفر على شبكة الانترنت، ويختلف عن الراديو في أنه يمكنك سماعه في أي وقت، وليس عند البث المباشر فقط، ويمكن للبودكاست أن يكون في صيغة صوتية أو فيديو أيضا. ظهرت تقنية البودكاست في عام 2004، وتعرف بتسميات مختلفة منها: "البث الصوتي" "البث الجيبي" أو "التدوين الصوتي"¹

انطلاقا مما سبق، يمكن القول أن الفضاءات الجديدة للاتصال تمثل المجال العام للممارسات الاتصالية التي تعتمد على تكنولوجيا الانترنت والوسائط الجديدة كبنى لقيامها، إذ تمكن هذه الفضاءات المستخدم من الوصول إلى مختلف المعلومات، والتماس مختلف الخدمات الاتصالية عبر الوسائط الجديدة الموصولة بشبكة الانترنت.

وبما تتميز به هذه البيئة الرقمية من تفاعلية وتشاركية وآنية، فقد ساهمت في إثراء النقاشات في الساحات الافتراضية وخلقت مجالا عاما للديمقراطيات التشاركية بصفتها فضاء عاما تُداول فيه المعلومات بسهولة منقطعة النظر.

المحاضرة الثانية

صعوبات وإشكاليات التنظير للوسائط الجديدة

موضوع البحث في الظاهرة الاتصالية موضوع يفرض نفسه في عصرٍ تغيرت فيه المعطيات المتعلقة بالبحث بشكل عام، فمصطلحات ومفاهيم عدّة استجدت في عالم البحث العلمي والمؤسسات الحاضرة له، فضلا عن تقنيات جديدة غيّرت الموازين والأعراف في كافة ميادين المعرفة.

¹ نوال رضا، الاستخدامات التفاعلية لتطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين الجزائريين: تطبيقات البودكاست أمودجا، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، المجلد 23، العدد 1 جوان 2022، 559.

وإن كان البحث في الظاهرة الاتصالية ببعدها التقليدي قد أثار إشكاليات منهجية وابستمولوجية متعددة، ترتبط بخصوصية الظاهرة الاتصالية وتعقدها، وتفرعية علوم الإعلام والاتصال وارتباطه بأكثر من تخصص علمي، إضافة إلى التغير المستمر في أشكال وأنماط الوسيلة الاتصالية، فإن الاتصال في بعده الوسائطي الجديد يثير أكثر من إشكال منهجي وابستمولوجي.

فقد يعتقد الكثير أن أنه بعد مرور مئات السنين على ظهور النشاط العملي، يكون مفهوم العلم قد خص بتعريف واضح ومحدد في أدبيات الابستمولوجيا والمناهج وتاريخ الأفكار، لكن الحقيقة غير ذلك، فالغموض يبقى السمة المميزة للمعرفة العلمية، ومهما يكن، يبقى العلم متعدد المعاني polysémique يهدف إلى دمج "حقائق" تتميز هي الأخرى بنوع من الغموض النسبي، والارتياح والتعقيد، وعلى الرغم من كل الاختلافات تبقى غاية العلم الأولى والأخيرة هي فهم الواقع في صوره المتعددة وتعقيداته المتنامية.¹

وهكذا هي الحال مع علوم الإعلام والاتصال، حيث، ومنذ بدايات ظهورها مع وسائل الاتصال الجماهيري، طرحت ولازالت تطرح دائما إشكالات ابستمولوجية ارتبطت غالبا بظهور وسائل إعلامية وإشكاليات تناولها بالبحث والدراسة، فكلما ظهرت وسيلة اتصال جديدة، استنفرت العدة المفاهيمية والمنهجية والابستمولوجية في الحقل المعرفي المتجدد "حقل علوم الإعلام والاتصال".

1- خصوصية التنظير في علوم الإعلام والاتصال: لا يمكن الحديث عن التنظير للوسائط الجديدة دون التعرض لبعض القضايا ذات الصلة بجوهر علوم الاتصال وواقعها، وهذه القضايا تمثل في جوهرها الملامح المميزة لعلم الاتصال نفسه، ومن هذه الملامح نذكر:

أ- حداثة نشأة علم الاتصال: يتطلب تأسيس أي علم استيفاء ثلاث شروط: موضوع ومنهج ونظريات، وهو ما شهدته حقل الإعلام والاتصال خلال خمسينيات القرن الماضي، فبعد تحديد موضوعه المتمثل في الظواهر الإعلامية، وتوظيفه للمناهج المتداولة في أدبيات العلوم الإنسانية عموما: من علم النفس وعلم الاجتماع والانثروبولوجيا والعلوم السياسية وعلوم اللغة وغيرها، كان الدور على النظريات والبراديجمات كونها تحمل نظريات ومناهج خاصة بها، تحاول تفسير الظاهرة الاتصالية والتنظير لها ولآثارها.

ومن الجدير هنا التمييز بين الاتصال كممارسة والاتصال كتقنية والاتصال كعلم... فالاتصال كممارسة قديم قدم البشرية وارتبط بالممارسات التقليدية للإنسان من كلام وتصوير ورسوم وغيرها، في حين أن الاتصال كتقنية ارتبط بتوظيف التقنيات على اختلافها في العملية الاتصالية لتجاوز بعدي الزمان والمكان، فكانت الكتابة

¹ سعيد لوصيف، التفكير المنهجي في الظواهر الاتصالية: التعقيد، التجاسر المعرفي بين التخصصات والتموقع الابستمولوجي، مرجع سبق ذكره، ص 41.

والمطبوعات محاولة للإنسان لتجاوز الزمان وتخليد الأحداث، والبريد على اختلاف أشكاله محاولة للإنسان لتجاوز المكان وبعد المسافات. أما الاتصال كعلم فهو حديث ويرتبط ببدايات النصف الثاني من القرن العشرين

ب- **الاتصال في جوهر كل الممارسات الإنسانية:** يوجد الاتصال في مفترق كل العلوم، بل وفي مفترق كل الممارسات الإنسانية، فإذا قيل قديما "أنا أفكر... إذن أنا موجود" وفق الكوجيتو الديكارتي *Le cogito Descartien* « *je pense donc j'existe* » فإنه يمكننا الآن، وفي ظل تعاظم دور الوسائط الاتصالية وتغلغلها في النسيج الاجتماعي للفرد أن نقول وبكل ثقة "أنا أتصل... إذن أنا موجود" *Je communique donc j'existe* »

حيث أن التغيرات التي أحدثتها تكنولوجيا الانترنت والعوالم الافتراضية قد أبعدت الحياة الاجتماعية عن الأنماط التقليدية للأنظمة الاجتماعية والممارسات التقليدية بطريقة غير مسبقة، فهي لم تقتصر على الامتدادات الخارجية للفرد، بل شملت، وبشكل أكثر عمقا، امتداداته الداخلية مؤسّسة لأشكال أخرى لانتماءاته ووجوده.

فقد أضحي وجود الفرد المعاصر وجودا رقميا افتراضيا لا وجودا جسديا فيزيائيا، ومن لا حضور له اليوم على الفضاء الافتراضي، لا وجود له رمزيا، وبهذا انقسم البشر في معجم النظام الرقمي الجديد إلى قسمين: قسم الذوات التناظرية *les êtres analogiques* وقسم الذوات الرقمية *les êtres numériques*، فأما الذوات التناظرية فهي التي لا تملك حضورا على الفضاء الافتراضي، وتستمر في تكريس أنماط التواصل التقليدي، وأما الذوات الرقمية فهي الفئات المندمجة التي تحقق حضورها الفعلي من حضورها الافتراضي في وجودها على الشبكة، ويفيد هذا التقسيم انخراط العالم في منظومة جديدة للتفكير والإنتاج والتواصل تجعل من الوجود والاتصال الرقمي الخاصية الأولى للوجود بشكل عام¹

هذا التغير الراديكالي على مستوى الممارسات والحضور القوي للاتصال في كافة الأنشطة الإنسانية يجعل من الصعوبة احتواء الظاهرة الاتصالية منهجيا وابستمولوجيا لتعقدها وتعددتها، وفي هذا السياق يؤكد دانيال بونيو Daniel Bougnoux أنه "إذا كان المقصود بالعلم توحيد الظواهر عبر صياغة القوانين، أو بشكل عام إيجاد لغة مصاغة بشكل جيد، فإنه من الواضح أن علوم الإعلام والاتصال في تباينها الحالي تملأ بشكل سيء معايير العلمية، فعلم الإعلام والاتصال تتعلق بكثير من الناس في الوقت نفسه، كما توجد متضمنة هنا أو هناك في الثقافة وفي الجسم الاجتماعي"²

¹ عبد الله الزين الحيدري، الإعلام الجديد: النظام والفوضى، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد جامعة البحرين، 2009، ص 140.

² رضوان بوجعة، ابستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال: أزمة فهم بنية الاتصال في المجتمع الجزائري، ضمن كتاب: التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري التوقعات الابستمولوجية والتقاطعات المعرفية، مرجع سابق، ص 12

من هذا المنظور يمكن فهم الظاهرة الاتصالية عبر عدة منطلقات نظرية واجتماعية، كما أن الظاهرة الاجتماعية يصعب بل ويستحيل حتى فهمهما في غياب الاتصال، وهي المبادئ التي شدد عليها رواد مدرسة التفاعلية الرمزية، ويتعلق الأمر بجورج هربرت ميد George Herber Mead الذي أكد أن المبدأ الأساسي في أي تجمع إنساني هو "الاتصال" والذي يقتضي المشاركة مع الآخر، الأمر الذي يتطلب أن يظهر الآخر في "الأنا" وأن يتمثل "الأنا" في الآخر، وبأن نصبح واعين بالأنا بفضل الآخر¹ ووفق هذا المنظور يتم الاتصال والتفاعل ولعب الأدوار بفاعلية عن طريق الرموز ذات الدلالة المشتركة لدى أعضاء المجتمع والثقافة الواحدة .

ت- غياب الثبات النظري في حركة بناء النظرية في علم الاتصال: وهو غياب مردّه استناد البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال على الأبعاد المعيارية فحسب، واتجاهه إلى القياس وفقا لمعطيات الواقع الآني الذي يجري قياسه، وقد نتج عن هذا هشاشة في البناء النظري لعلم الاتصال، وأصبحت من سمات نظرياته عدم ثباتها أمام التحولات المجتمعية.²

فقد عرف البحث في علوم الإعلام والاتصال مراحل عدة، واتسمت كل مرحلة بخصائص تميزها عن باقي المراحل، ويعود ذلك في الغالب إلى نوعية الوسيلة الإعلامية السائدة في الفترة المدروسة، وما تحدّثه من تأثيرات على الفرد وعلى المجتمع، فبدء ببحوث التأثير المطلق والتي اعتبرت الرسائل الإعلامية مثيرات تجد صداها واستجابتها لدى الجمهور، إلى بحوث التأثير النسبي والتأثير على مراحل، وصولا إلى بحوث تلقي المضامين الاتصالية في سياقات اجتماعية وثقافية متعددة.

ث- التبدّل المستمر في أساليب وأشكال الفعل الاتصالي: وذلك لاستناده على وسائل سريعة التطور والتغيّر، حيث لا تكاد تستكمل الوسيلة دورة من الزمان، حتى تستبدلها وتحل محلها وسيلة أكثر قدرة، وهذا التغيّر المستمر هو من ناتج المخترعات التقنية المتلاحقة التي تطرح أمام الباحثين في مجال الإعلام والاتصال رهانات المراقبة والملاحقة من أجل تفعيل حركة للتنبؤ قادرة على تفسير الفعل الاتصالي في ظل هذا التغيّر الدائم.

ج- سمة التعقيد في الظاهرة الاتصالية:³ تتميز الظواهر الاتصالية والاجتماعية عموما بالتعقيد، بمعنى أن مجمل هذه الظواهر (استخدامات الشبكات الاجتماعية، استخدامات الهاتف النقال ومجموع تكنولوجيات الاتصال، الاتصال التنظيمي، الاتصال الشخصي، العنف والاتصال الاجتماعي....) هي ظواهر نعيشها مثل

¹ رضوان بوجعة ، الاتصال التقليدي في الجزائر: مقارنة انثروبولوجية، مخبر علم الاجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 43.

² محمود قلندر، الحتمية القيمية الإعلامية مقارنة أصيلة لعلوم الاتصال، مرجع سابق، ص 14.

³ سعيد لوصيف، التفكير المنهجي في الظواهر الاتصالية: التعقيد، التجاسر المعرفي بين التخصصات والتموقع الاستمولوجي، مرجع سابق، ص 45.

باقي المجتمعات الإنسانية: كما نجدتها تحدث أيضا ضمن سياقات خاصة، تتميز بالخصوصية في الكثير من جوانبها السوسيو-ثقافية والتاريخية.

فالظاهرة الاتصالية تتواجد وتتماهى في كل التقاطعات الأساسية للنظريات الفلسفية والعلوم الاجتماعية، فالمجتمع لا يتشكل وجوده عبر التواصل وعبر الاتصال فحسب، بل ويمكننا القول وبكل ثقة وثبات أن المجتمع يستمر وجوده في التواصل وفي الاتصال، فالاتصال هو الطريقة التي تتمكن عبرها المجتمعات البشرية من أن تجد أشياء مشتركة حتى تعيش سويا¹

فبالنسبة للظواهر الاتصالية على وجه الخصوص، فإن المشكل كما يشير إليه Beniger في الحدود الغامضة لهذه الظواهر في حد ذاتها، مما يجعلها تشكل سيورة اجتماعية يصعب تناولها بعيدا عن تناول التعقيد: الأمر الذي يتطلب تفعيل منظور التجاسر بين المعارف والتخصصات² إذ غالبا ما يتم إدراك الدراسات الاتصالية على أنها "حقول اهتمام" أكثر منها "تخصص" في معناه التقليدي، أي بمعنى أنها تشكل موضوع اهتمام يمكن للباحثين أن يطبقوا فيه مختلف المناهج السوسولوجية.

ح- السياق وأهميته في فهم الظاهرة الاتصالية: إن الظاهرة الاتصالية مثلها مثل الظاهرة الاجتماعية يصعب فهمها خارج السياق العام للمجتمع، فلا يمكن فهم الاتصال من دون فهم السياق والثقافة التي يحدث فيها، وتشير كلمة سياق إلى الطريقة التي يتصل بها الأفراد، والظروف التي تحيط بعملية الاتصال. وقد أجمع العديد من المنظرين على أهمية السياق في فهم الظاهرة الاتصالية ومن بينهم جاك كوزنيي Jacques Cosnier الذي قال أن مفهوم السياق يُعتبر دون شك واحدا من أهم المفاهيم التي تبقى ضرورية أكثر لفهم الممارسات الاتصالية الإنسانية وحتى الحيوانية بشكل أوسع³

والسياق كمفهوم ارتبط بالدراسات الاتصالية منذ سنوات، ولعل أول من طور هذا المفهوم هو الباحث Stuart Hall الذي ميّز في أبحاثه بين "السياق الثري" و "السياق الضعيف" لتفسير الاختلافات الثقافية في صيورات الاتصال، بحيث أن أصل هذه الاختلافات يعود إلى عنصر هام في المجتمعات الإنسانية وهو الأدوار المسندة إلى كل من الفرد والجماعة، أو تلك المسندة إلى أحد النوعين داخل الأسرة، خاصة وأن الواقع أصبح يتأسس وفقا لتصورات جميع هذه الأطراف⁴ ويمكن فهم السياق على أنه مجموع المعلومات التي تسمح بتحديد

¹ رضوان بوجعة، ابستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال: أزمة فهم بنية الاتصال في المجتمع الجزائري، مرجع سابق، ص12

² سعيد لوصيف، التفكير المنهجي في الظواهر الاتصالية، مرجع سبق ذكره، ص47.

³ رضوان بوجعة، ابستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال: أزمة فهم بنية الاتصال في المجتمع الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص12.

⁴ نصيرة هوارى، السياق الاتصالي لجمهور الانترنت في الجزائر: محاولة تحليل انثربولوجي، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010-2011، ص14

عدد من المعاني الممكنة لكلمة ما، أو لفعل ما، أو لحدث ما، فالسياق بالضرورة غير كامل وقابل للامتداد، ويوجد دائما سياق أعلى وأكثر اتساعا، وعليه، وإنه على بعد درجات، فإن المعنى يبقى ضروريا وغير محدد ويمكن توقعه في إطار ثقافي واجتماعي معين للرسالة الاتصالية.

وإضافة إلى الإشكالات المتعلقة بالظاهرة الاتصالية في بعدها التقليدي، شكّلت وسائط الإعلام الجديدة أو ما يسمى بالميديا وفضاءات الاتصال الافتراضي مجالا بحثيا استنفر جهود البحث في الظاهرة الاتصالية في بعدها الافتراضي، على اعتبار أن الوسائط الجديدة تلقى اهتماما علميا متزايدا بكونها ظاهرة آخذة في التوسع والانتشار، مستحدثة إشكالات عدة على المستوى المعرفي والابستمولوجي حيث أن الميديا الجديدة ليست مجرد وسيط اتصالي، إنما هي أكثر الوسائط راديكالية، لأنها استحدثت ممارسات وأشكال اتصالية جديدة على غرار الشخصية الفائقة لمحتويات الميديا الجديدة والهويات الافتراضية المتعددة والانشطار الهوياتي وتعقدات الشبكات الاجتماعية عبر هذه الميديا، والتأثيرات المتشابكة والمتداخلة مع الوقائع الاجتماعية المختلفة، وطبيعة المضامين المطروحة ومدى إمكانية التحقق من صحتها.

إنّ هذه التحوّلات في تطبيقات الانترنت جعلت منه أرضية ديناميكية متحركة تجمع عدة ممارسات علائقية يُشّطها تبادل المعلومات والنقاشات وإبداء الآراء وربط الصلات بين المستخدمين بطريقة مباشرة وآنية. فمكّن الاتصال الافتراضي بذلك من اختراق منظومة الباث - والمستقبل ومنظومة المرسل - الرسالة - المرسل إليه، ليتمكّن كل فردٍ مستخدمٍ من تقاسم سلطة البث؛ أي أنّ كل فرد باث ومستقبل في آن واحد ولتصبح "التفاعلية" هي المنظومة الجديدة الخاصة بالاتصال الافتراضي.

ففي دراستها عن الأشكال التي يتفاعل بها الأشخاص مع الوسائط التكنولوجية، ذكرت الباحثة الاستراتيجية في علم الانثروبولوجيا جونيفاف بل Jonviav Bell أن التكنولوجيا، وحتى تؤثر في الحياة يجب أن تخضع للقواعد الثلاث:¹ تغيير علاقتنا بالزمان، وعلاقتنا بالفضاء، وعلاقتنا بالغير أو بالآخرين والانترنت بتطبيقاتها المتعددة والمتنوعة، تخضع للقواعد الثلاث السالفة الذكر حيث أنها غيرت علاقة الفرد بالزمان ونقلته من فضاء واقعي معاش إلى فضاء افتراضي يمكنه رسم حدوده وتفصيله، كما أنها غيرت علاقة الفرد بالفضاء وبالأخر كامتداد للأنا أو كنفيس لها.

وللميزات السابقة الذكر للظاهرة الاتصالية في بعدها الوسائطي الجديد والافتراضي نجد، إلى جانب الرهانات التقليدية، رهانات مرتبطة بالفضاء الافتراضي وخصوصيته، ومنها:

1 نصر الدين العياضي، لماذا تفرعنا تكنولوجيا الاتصال؟ مقال منشور على جريدة الخبر اليومي بتاريخ الاثنين 11 مارس 2013

متوفر على الرابط: <http://www.elkhabar.com/ar/autres/makal/326447.html>

1- إشكالات خاصة بانفتاح الظاهرة الاتصالية في بعدها الافتراضي: كما سبق وأن ذكرنا، تعتبر علوم الإعلام والاتصال من العلوم المتفرعة والتي بدأ البحث فيها من خارج التخصص، مما شكّل انفتاحا للعلم وهشاشة في بنائه النظري، فكذا الحال بالنسبة للظاهرة الاتصالية في بعدها الرقمي، فقد بدأ البحث فيها وحولها من خارج التخصص، فقد نشأ معظم التنظير لبحوث الميديا الجديدة في مراحله الأولى في مجال لا ينتمي إلى الوسط الإعلامي، وكان الكثيرون ممن بادروا بوضع أسسه الفكرية والتكنولوجية متخصصون في مجالات بعيدة . فمنذ أن نشر Vannevar Bosch مقالته الشهيرة¹ في عام 1945 بعنوان " كما يجب أن نفكر " والتي جسّد فيها أفكاره الأولى حول علاقة العقل البشري بالآلة الهندسية، وهي الأفكار التي مهّدت لظهور شبكة الويب فيما بعد وأسست لمبادئ عمل الشبكة ووضعت أركان المكتبة الالكترونية والرقمية. توالى الأبحاث والدراسات التي تدرس الظاهرة الاتصالية في الفضاء الافتراضي من منظور تكنولوجي تقني.

2- إشكالات مرتبطة بتداخل عناصر العملية الاتصالية في بعدها الوسائطي: في ظل التماهي الرهيب بين العام والخاص في الفضاءات الافتراضية التي توفرها الوسائط الجديدة، كما ذكرناه سابقا، صار من الصعب وضع حدود فاصلة بين عناصر العملية الاتصالية، كما كان في السابق في سياق الوسائل التقليدية للاتصال، فقد أصبحت العملية الاتصالية عبر الميديا الجديدة تُفسّر باشتراك المرسل والمستقبل والتفاعل بينهما، كما تطورت المضامين الإعلامية بناء على تطور التقنية أو الوسيلة التي تفرض طبيعتها في التناول الميدياتيكي للمعلومات، وبهذا فقد اندمجت كامل عناصر العملية الإعلامية/الاتصالية في سياق ممارسات جديدة قوامها التفاعلية وتعدد الفواعل في العملية.

3- إشكالات مرتبطة بمصادر المعلومة في الفضاء الافتراضي: توفر الفضاءات الافتراضية بيئة ثرية من المعلومات، لم تتوفر مع الوسائل التقليدية، ومع الانتشار الواسع لهذه الوسائط وتغلغلها في كل المجالات، طُرحت إشكالات ترتبط بمدى مصداقية البيانات المتاحة في الميديا الجديدة، والتي يتعدد فاعلوها ومنتجوها، بل وقد تنتمي هذه البيانات إلى ذوات مبتكرة من طرف المستخدمين، في ظل انتشار ما يسمى " بالبناء الهوياتي للذوات الاجتماعية " وهو ما يضع مصداقية المعلومات والبيانات على المحك.

كما تعتبر عملية تحديد المضامين في الفضاءات الاتصالية عملية صعبة على اعتبار أن صفحات الويب ديناميكية وغير ثابتة، ومتغيرة باستمرار، حيث قد تختفي المعطيات بطريقة عرضية بفعل حذف المحتوى من الناشر أو تغييره، أو تعديله، أو نتيجة لعطل تقني ما، مما يجعل منها معطيات لحظية آنية، قد لا تبقى ثابتة بعد جمع

1 عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد جامعة البحرين، 2009، ص27.

الباحث للمعطيات، ذلك أن إحدى خاصيات الظاهرة الرقمية هي قابليتها للانعدام بتعبير Stéphane Vial أي قدرة المادة الحاسوبية في حقيقتها الفيزيائية على التلاشي تماما من حقل الواقع دون أن تترك أثرا¹

4- إشكالات مرتبطة بالتجديد المنهجي في تناول الظاهرة الاتصالية في الفضاء الافتراضي: كثر الحديث حول المناهج الأنسب لدراسة الظاهرة الاتصالية في الفضاء الافتراضي، بتعقدها وسماتها المتعددة، والتي تحدثنا عنها في تحديد مفهوم الافتراضي، وانقسم الباحثون إلى فرق ومدارس، ففي مناقشتها لتداعيات التكنولوجيا الرقمية على البحث الاجتماعي ومن بينها بحوث الإعلام والاتصال وظّفت الباحثة Maris Notargi مفهوم إعادة التوزيع² والذي يعني أن الأدوار الممارسة في البحث العلمي موزعة على طائفة متنوعة من الفاعلين: الباحثين، والمبحوثين، وموضوع البحث/ المستخدمين، والوسيط أو العدة التكنولوجية، وممولي البحوث، وأدرجت الاستراتيجيات البحثية المستخدمة في البيئة الرقمية والفضاء الافتراضي كما يلي: المناهج التقليدية (methods as usual) والمناهج الحاسوبية (big methods) والمناهج الافتراضية (virtual methods) والمناهج الرقمية (digital methods)

5- إشكالات مرتبطة بمصير البحوث في الفضاء الافتراضي انقسم الباحثون حول البحوث التي تتخذ من الفضاءات الافتراضية إلى ثلاثة فرق³: فريق من المتشائمين يرى أن تكنولوجيا الفضاءات الافتراضية التي توفر مصادر جديدة للمعلومات تشكّل خطرا جديا على التقاليد العلمية وأشكال البحث العلمي الراسخة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وفريق من المتفائلين يرى أن التكنولوجيا الرقمية تدشّن عصرا من التجديد المنهجي نظرا لقدرتها الرهيبة على جمع أكبر عدد من البيانات في أسرع وقت وإظهارها على الشاشة وتحليلها، مما يسمح لها بتطوير مناهج البحث القائمة، وابتكار أخرى جديدة، وفريق ثالث يمكن أن نصفه بالواقعي يؤمن بأن التطور هو سُنّة الوجود، وأن التجديد المنهجي كان دائما مطروحا على جدول أعمال البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ودليله في ذلك أن الباحثين مثل بول لازارسفيلد وروبرت ميرتون قد أضافا المقابلات المعمّقة إلى بحوثهما الميدانية المسحية، وأن هذا التجديد ليس سوى استئناف للثورة الكمية التي عاشتها هذه العلوم في ستينيات القرن الماضي وسبعيناته، وبهذا يحاول هذا الفريق التقليل من الخوف على مصير البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية والتخفيف من الإفراط في التفاؤل بمستقبله على يد التكنولوجيا الرقمية في آن واحد.

1 نس وداد، دراسة المستخدم في الفضاء السبراني: إشكاليات وتحديات، مجلة رقمنة مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 1 العدد 2، 2021، ص 173.

2 نصر الدين العياضي، هل ستقضي المناهج الحاسوبية على نظريات علوم الإعلام والاتصال، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 1 العدد 2، 2021، ص 27.

3 المرجع نفسه، ص 27.

حاولت هذه المحاضرة مقارنة الإشكالات والرهانات التي يتسم بها البحث في وحول وعن الظاهرة الاتصالية في بعدها التقليدي وفي بعدها الافتراضي، وإذ نؤكد على تعقد المجالات البحثية التي تغطيها الظاهرة، وتعقد الظاهرة الاتصالية في حد ذاتها، فإننا نوّكد على أن البحث في الظاهرة الاتصالية في السياق الافتراضي، كسياق بحثي جديد وسريع التطور والتغير، يطرح العديد من الرهانات على المستوى المنهجي والابستمولوجي، على اعتبار أنه فضاء يتداخل فيه العام مع الخاص، والواقعي مع الافتراضي، والمجسّد مع المجرد، والخالّي مع الواقعي، وتتغير فيه وعبره ومن خلاله علاقات الفرد بذاته وبالأخرين وبالمجتمع، مما يطرح رهانات بحثية عديدة لمحاولة احتواء الظاهرة الاتصالية في بعدها الافتراضي.

المحاضرة الثالثة

خصوصيات التنظير للوسائط الجديدة

مقاربة تاريخية للبحث حول الوسائط ومراحل البحث في علوم الإعلام

عرف البحث والتنظير في علوم الإعلام والاتصال مراحل عدة، اتسمت كل مرحلة بحثية بخصوصيات تميزها عن باقي المراحل، ويعود ذلك بالأساس إلى نوعية الوسيلة الإعلامية السائدة في الفترة المدروسة، وما تحدّثه من تأثير على جمهورها.

وكما ذكرنا سابقاً، ارتبطت علوم الإعلام والاتصال منذ نشأتها بالتقنية شديدة التغير، وبهذا كان دائماً للتغير في مجال التكنولوجيا الأثر الكبير في التحكم في مسار البحث وخصوصياته في ميدان علوم الإعلام والاتصال. فبدء من الدراسات الأولى لبحوث الإعلام والاتصال، والتي تعود إلى عشرينيات وثلاثينيات القرن الماضي، ارتبطت البحوث الإعلامية بالإذاعة وما أحدثته من تأثير على المتلقين، والتي توجهت إلى دراسات تأثير الوسيلة الإعلامية على الجمهور.

وتجدر الإشارة في مستهل هذا التذكير التاريخي، إلى أن التقسيم المعتمد، والذي يبدو مسائراً للتسلسل الزمني، ليس تصنيفاً كرونولوجياً للأحداث، بقدر ما هو محاولة قراءة التطور الذي شهدته أبحاث الجمهور ومنها أبحاث علوم الإعلام والاتصال عبر مختلف المراحل التاريخية، انطلاقاً من الوضع الراهن.

فقد تدخلت عوامل محيطية لعبت، إلى جانب التطور التاريخي العام وتاريخ تطور وسائل، دوراً بارزاً في رسم معالم مميزة لتاريخ نظريات التأثير وهيكله فعل التلقي وتفكيك البيئة الاجتماعية، بتصور أنموذج اتصالي جزئي لجمهور مجزأ، وأخيراً محاولة تخطي الوجود المادي للجمهور وتبني السلوك المعبر عن هذا الوجود اللامادي في العالم الإلكتروني الذي يتميز فيه هذا الجمهور بكونه ذو قدرة كلية على التواجد في كل مكان في نفس الزمن.

وقد بدأ التفكير جدياً في مآل الجمهور بمفهومه الكلاسيكي الذي أوجدته حضارة حروف الطباعة خلال الستة قرون الأخيرة وبالنظر إلى علاقة سلوكياته بالقائم بالاتصال وبالرسالة المبلغة عبر وسائل الاتصال القديمة¹

وجدير بالذكر أن **أنموذج التأثير** يشمل مجموعة المقاربات والنظريات التي تناولت التأثير البالغ والمباشر والمحدود والفوري أو الطويل، واهتمت بالتغيير الذي تحدثه المضامين الإعلامية في جمهور المتلقين، على اعتبار أن التأثير هو "التغيير أو التعديل أو الخلق أو التعزيز الذي تخلفه الرسائل الإعلامية على متلقيها" ويمكن ملاحظة التغيير أو قياسه بالرجوع إلى ثلاث مستويات رئيسية هي: المستوى المعرفي - المستوى الوجداني والمستوى السلوكي.

وبذلك تم تصنيف الدراسات الإعلامية الأولى ضمن بحوث التأثير، والتي تنقسم بدورها إلى ثلاث مستويات: يتمثل المستوى الأول في **التأثير المطلق** لوسائل الإعلام، ويكمن المستوى الثاني في **التأثير المحدود** لوسائل الإعلام، في حين يتجسد المستوى الثالث في **التأثير على المدى البعيد** لوسائل الإعلام.

بعد الثمانينات أخذت البحوث الاتصالية مجرى آخر، واهتمت بما يُعرف في أدبيات علوم الإعلام والاتصال بـ **"تلقي المضامين الاتصالية"** إذ تجاوزت البحوث الإعلامية والاتصالية مدار التأثير الذي يركز على الوسيلة بشكل أساس، إلى مدار التلقي الذي يعطي الأولوية للمتلقي ودوره في اختيار المضامين الاتصالية.

من هنا صار فهم الخطاب الإعلامي من طرف جمهور المستقبلين هاجس الدراسات الإعلامية وبؤرة تركيزها، لهذا احتلت دراسات إضفاء المعاني على الرسالة، وعملية الترميز وفك الترميز مكانة خاصة في الدراسات والبحوث الإعلامية، في سبيل الإجابة عن التساؤل الآتي: هل الجمهور مجبر على فهم الرسالة بالطريقة نفسها التي يريدها المرسل؟

فالعلاقة التي يقيمها المرسل مع وسائل الإعلام والاتصال هي علاقة شديدة التعقيد، إذ بالرغم من تباين النتائج التي توصلت إليها الدراسات التي تمت في مجال علوم الإعلام والاتصال، فإن الباحثين المعاصرين يتفقون على تعقيد الظاهرة الإعلامية والاتصالية، ويشددون على أن الاتصال الإعلامي لا ينظر إليه بوصفه نموذجاً خطياً يسير في اتجاه واحد، بل يعمل وفق نموذج دائري يتقاطع من خلاله الإرسال مع التلقي بشكل متفاعل، فالالاتصال الإعلامي سيرورة دينامية يندرج ضمن سياق اجتماعي وثقافي محدد، كما أن الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام لا تقرأ مثلما تفسر، ومن ثم يجب تجاوز التعامل مع الرسائل (صور، نصوص، برامج) بطريقة موحدة، بل بوصفها رسائل متعددة المعاني والأهم من هذا كله أن المتلقي لا يعتبر سلبياً بل فرداً نشطاً وناقداً.²

¹ علي قسايسية، مقاربات في دراسة جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 13، العدد 2، 2014، ص 8.

² مخلوف بوكروخ، التلقي في الثقافة والإعلام، مقامات للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، ص 10.

ومن بين أهم المتغيرات المرتبطة بضرورة تلقي المادة الإعلامية الاتصالية وتعقيداتها نجد المتغير الثقافي، والذي شكّل في سنوات السبعينات والثمانينات من القرن العشرين هاجسا لعدد من الأبحاث والمقاربات التي عكفت على دراسة الظاهرة الاتصالية في سياقها العام وربطها بالإطار الثقافي كإطار مرجعي للتفسير والتحليل، بعد أن صار ارتباط الثقافة بالإعلام حقيقة لا مراء حولها، وبدا جليا أن الاكتفاء بالتفسيرات المادية والاقتصادية لا طائل منه، في ظل الحراك الذي يشهده المجتمع والثقافة ووسائل الإعلام وخاصة المرئية منها، والتي أعادت النظر في تقسيمات الثقافة التقليدية، ولم تعد بذلك تقسيمات الثقافة مقتصرة على العامة منها والمتخصصة، إنما أصبحت ثقافة جماهيرية وصناعة ثقافية وثقافة افتراضية وغيرها من المستحدثات اللغوية التي تعكس علاقات التأثير والتأثر بين الثقافة وتكنولوجيا الإعلام والمعلومات.

في هذا الاتجاه شهد النصف الثاني من القرن العشرين ظهور مقاربات جديدة تبحث في الإعلام والثقافة والثقافة الجماهيرية من حيث كونها نقطة التقاء بين المجالين، ومثلت المدرسة النقدية ومركز بيرمنغهام للدراسات الثقافية مساهمات هامة في تفسير الصيرورة الثقافية في ارتباطها بوسائل الإعلام.

وبهذا وجدت نظرية التلقي صدها في حقل الممارسات الإعلامية، نتيجة لتطور البحوث الاتصالية وبالخصوص بحوث جمهور وسائل الإعلام، إذ أن هذه الأخيرة تُعدّ من أهم المجالات البحثية في علوم الإعلام والاتصال، باعتبار الجمهور هو المستهدف الأساسي في العملية الاتصالية التي لا تكتمل أركانها دون تلقي رسائلها، حيث انتقلت استراتيجيات البحث في علوم الإعلام والاتصال من دراسات التأثير إلى التركيز على تلقي الجمهور وآليات استجابته للرسائل الإعلامية، وبهذا انتقل البحث من "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس؟" إلى "ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟"

بعدها دخلت الأبحاث في علوم الإعلام والاتصال حقبة جديدة. تختلف عن الحقب السابقة لكنها تتجاوز وتتعايش معها بشكل كبير، فبعدها أحدثته تكنولوجيا المعلومات من تغييرات في البنى الاجتماعية والثقافية، وما أسفرت عنه البيئة الرقمية من تداخل بين أطر العام والخاص وبين عناصر العملية الاتصالية، أصبح التنظير في مجال علوم الإعلام والاتصال لا يبحث عن تأثير المادة الاتصالية في الجمهور، أو دراسات أنماط تلقي المضامين الاتصالية، إنما تجاوز هذه الإشكاليات إلى دراسة المستخدم في البيئة الاتصالية، وصفات المواطن الرقمي، والديموقراطية التشاركية وغيرها من الممارسات الاتصالية.

وفي هذا السياق، وكمحصلة، يمكن إدراج التوجهات الحديثة الكبرى لأبحاث الجمهور التي تبلورت منذ السبعينات ضمن نوعين من التيارات البحثية: النوع الأول والذي يمكن أن نطلق عليه **أنموذج التأثير** أحدث قطيعة مع الأنموذج السائد منذ الأربعينيات، حيث تحلى عن تحليل التأثير القصير المدى، حجر الزاوية في نظرية لازارسفيلد، ليهتم بالتأثير الإدراكي على المدى البعيد لمجموع أنظمة وسائل الإعلام (كمؤسسات اجتماعية)

خاصة الأبحاث المتعلقة بتكوين الرأي العام، وظهر النوع الثاني، الذي يمكن أن نسميه أنموذج التلقي، في بداية الثمانينات ليهتم بالكيفية التي تُؤوّل بها الرسائل الإعلامية من طرف المتلقي، أي التركيز على عملية التلقي في حد ذاتها، باعتبارها ممارسة لها أسسها اجتماعيا وثقافيا، وباعتبارها عملية بناء اجتماعي للمعاني التي يضيفها المتلقي على الرسائل الإعلامية.

وفي سياق آخر، تجدر الإشارة في هذا الصدد إلى أن الدراسات الإعلامية الاتصالية كانت تعتمد على البحوث الكمية، كونها تهتم أكثر بدراسات الجمهور، إلا أنه بعد ذلك أخذت الأبحاث الاتصالية تبتعد عن الدراسات الكمية لتتخبط في البحوث الكيفية، وهذا لما يتيح هذا النوع من الدراسات من تحليل وتعقيب ومناقشات علمية، تثير الأبحاث الاتصالية، تفسرها وتمنح الباحث الفرصة لنقد المحتوى والظاهرة الإعلامية على وجه العموم، ولا سيما في عصر الإعلام التفاعلي الذي يمتاز بالتشابك والتشعب.¹

وفي دراسة أعدها الدكتور نصر الدين عياضي، سنعود لتفاصيلها في محاضرات لاحقة، وضع الباحث خريطين أساسيتين مستمدتين من مناهج العلوم الاجتماعية والإنسانية، لكنهما تحددان الاستراتيجيات البحثية والتوجهات المنهجية الكبرى لدراسة الظواهر الإعلامية في البيئة الرقمية، تشمل الخريطة الأولى، والتي وضعها الباحثة في علم الاجتماع نورتيجي مارييس Noortje Marres: المناهج التقليدية أو المؤلفوة، والمناهج الحاسوبية أو الكبرى، والمناهج الافتراضية، والمناهج الرقمية. أما الخريطة الثانية بحسب الدكتور، فصاغها الباحثان، سارج برولكس Serge Proulx وجليان رويف Rueff Julien وتضمنت أربعة نماذج مثالية للمقاربات البحثية الكبرى، وهي: مناهج توافقية وتتوزع إلى صنفين: كمية وكيفية، ثم هناك المناهج الإثنوغرافية عبر الخط، والمناهج الحاسوبية المطبقة على البيانات الكبرى، والمناهج الرقمية الكمية-الكيفية، أي مناهج مختلطة.

وجدير بالذكر أن البراديغمات التقليدية التي شكّلت أسس التنظير والفهم للظاهرة الاتصالية في بعدها التقليدي، تحضر وبقوة في البيئة الرقمية، ومن ثم لا يمكن الحكم على البراديغمات القديمة، لأن البيئة الرقمية في طور التطور ولم تبلغ مرحلة مستقرة بعد، فبراديغم التأثير مثلا سيظل استخدامه مستمرا ما بقي تأثير الإعلام موجودا أيّا كان شكله وأيّاً كانت وسائل التفاعل.

ويمكن أن نسجل خمسة معالم أساسية تطبع حقل الإعلام في ظل الثورة التكنولوجية:²

¹ نصر الدين عياضي، الأسس الاستمولوجية والفكرية للمنهج الكيفي، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 2009، ص 12.

² كمال حميدو، البيئة الإعلامية الرقمية والبراديغمات التقليدية لحقل الإعلام والاتصال، المؤتمر البحثي: المشكلات النظرية والتطبيقية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، مركز الجزيرة للدراسات، 9/8 ديسمبر 2021 على الرابط <https://studies.aljazeera.net/ar/events/event-5233> تاريخ الولوج 13 ديسمبر 2022.

- لم تحدث البيئة الرقمية ثورة على البراديجمات القديمة، وهنا يؤخذ مفهوم الثورة بمعنى القطيعة التامة، لأن البراديجمات تتعايش معا في ظل البيئة الرقمية شديدة التعقيد.
- بعض البراديجمات التي دخلت في سبات لفترة طويلة ستعود بقوة بسمات جديدة تضيف عليها شيئا من الحداثة، مثل براديجم الحتمية التكنولوجية، والبراديجم السيبرنطقي، ودراسة الحشود الافتراضية.
- لم تُحدث التغيرات الجارية ثورة على مستوى البراديجمات التحليلية نفسها بقدر ما سيتجلى أثرها على المستوى المنهجي الأداتي عبر بروز أدوات تحليلية جديدة تكون محوسبة.
- سيستمر التيار النقدي في انتقاد تشيئة وسلعة المنتج الثقافي الشبكي والتشكيك في حيادية الإنترنت.
- البراديجمات القديمة ستعيد إنتاج نفسها في البيئة الرقمية الجديدة.

المحور الثالث: الأطروحات والمنطلقات الفكرية لمقاربات الوسائط الجديدة

تمهيد: تعددت الرؤى والأطروحات النظرية التي حاولت دراسة المجتمعات الحديثة، التي تصطبغ بصبغة تكنولوجية وتتميز بالتغيرات الثورية على مستويات عدة، على اعتبار أن تكنولوجيا الوسائط الجديدة بميزاتها وخصائصها المتعددة قد أحدثت تحولات جعلت الكثير من المنظرين يصفون المجتمعات الحديثة بـ "المجتمعات ما بعد الصناعية" أو "مجتمعات الموجة الثالثة" وغيرها من التوصيفات التي تعطي أهمية كبيرة للعامل التكنولوجي. من هنا سنتناول في هذا المحور أهم الأطروحات التي حاولت تفسير الظاهرة الاتصالية وظاهرة الوسائط الجديدة في تفاعلاتها مع النسق الاجتماعي العام.

المحاضرة الأولى:

مجتمع ما بعد الصناعي لدانيال بال

تعددت وتنوعت الأطروحات والمداخل الفكرية التي نظّرت لتطور المجتمع البشري بتعدد زوايا ومعايير التقسيم، وإن كان اعتبار متغير تكنولوجيا الاتصال حديثا في تقسيمه لتاريخ البشرية إلى مراحل تفصل بينها ثورات فاصلة، إلا أنه صار معتمدا في الكثير من الأدبيات البحثية، على اعتبار أن تكنولوجيا الاتصال أحدثت ثورات، بما تحمله كلمة ثورات من معاني التغيير الجذري والتحول الراديكالي على أكثر من صعيد، على المستوى الاجتماعي والثقافي والتاريخي والفكري للأمم والحضارات.

ومن بين المقاربات نجد مقارنة السوسيولوجي الأميركي دانيال بيل التي نظّرت لتطور المجتمع البشري ودرست طبيعة التحول الذي عاشته وتعيشه المجتمعات الصناعية في ظل التقدم الاقتصادي النوعي، من خلال أعماله عن المجتمع ما بعد الصناعي، في سبعينيات القرن الماضي، التي يصف فيها انخفاض الطبقة العمالية وظهور شكل جديد من التقسيم الاجتماعي المرتبط بالأساس بالتحكم والسيطرة في المعلومات، وقد شكّلت أعماله، بدء من ثمانينات القرن الماضي وإلى الآن، مصدرا ملهما للكثير من الأعمال، التي نظّرت لنهاية الطبقات الاجتماعية بانحسار الرأسمالية¹

¹Xavier Lafrance, **Sociétés contemporaines et actualité de l'analyse de classe : une critique des théories de la société postindustrielle et des conceptions statiques des classes sociales**, Cahiers de recherche sociologique, <https://www.erudit.org/fr/revues/crs/2012-n52-crs0704/1017283ar.pdf>

فوفقا لبيل فإن الفترة التي تلت الحرب العالمية الثانية قد حملت معها الانتقال من المجتمعات الصناعية إلى المجتمعات ما بعد الصناعية، والتحولات المرتبطة بها تفنّد تنبؤات كارل ماركس التي تفترض أن المجتمعات الحديثة تتجه إلى الاستقطاب في قطبين متعادين، فحسب بيل فإن التطور الكبير في قطاع الخدمات والمهن التقنية، وتعدّد البنى المهنية أدى إلى تعطيل التقسيم الطبقي.¹

وبهذا تعتبر نظرية دانيال بيل من النظريات الرئيسية التي أسست لمجتمع ما بعد الحداثة، وذلك انطلاقا من عدة أبحاث تنبأ واستشرف من خلالها أن المجتمع البشري سيدخل في مرحلة مغايرة لما كان عليه سابقا، وهذا راجع للتطور المذهل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

في كتابه "مجيء مجتمع ما بعد الصناعة" 1973، والذي أطلق عليه بيل نفسه "محاولة للتنبؤ الاجتماعي" كان يعتقد أن المجتمع الأمريكي بعد الحرب يمر بمرحلة انتقالية من "الحضارة المشتركة" اقتصاد صناعي قائم على رأسمالية الشركات إلى مجتمع ما بعد صناعي قائم على المعرفة (مجتمع المعرفة) والتي تتميز بالتطور السريع لتكنولوجيا الكمبيوتر، والسلطة المتزايدة للمجتمعات العلمية، والآلات باعتبارها أهم أشكال رأس المال تحل محلها المعرفة النظرية، وتحل الجامعات ومعاهد البحث محل الشركات كمراكز للسلطة الاجتماعية؛ الشرط الرئيسي للتقدم الاجتماعي ليس ملكية الممتلكات، ولكن المعرفة والتكنولوجيا. كل هذه التغيرات تنطوي على تحول عميق في المشهد السياسي: يتم استبدال التأثير التقليدي للنخب الاقتصادية بتأثير التكنوقراط والخبراء السياسيين.

ومن خلال كتابه الموسوم بـ *Vers la société post industrielle* حدد بيل طبيعة التحول الذي عاشته وتعيشه المجتمعات الصناعية، وصاغ مراحل التقدم الاقتصادي في ثلاث مراحل متتالية على النحو الآتي:

- التقدم ما قبل الصناعي (المجتمع الزراعي)
- التقدم الصناعي (المجتمع الصناعي المعتمد على التصنيع)
- التقدم ما بعد الصناعي (مجتمع أو قطاع الخدمات).

وترتكز أطروحة دانيال بيل حول المجتمع ما بعد الصناعي على دراسة عدة مبادئ علمية تتحدد في الأبعاد التكنولوجية والديموقراطية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية. حيث تشكّل هذه الميادين حقولا للبحث ودراسة

¹ ibid

المجالات المرتبطة بالتطور التكنولوجي كقوام للمجتمع، وبهذا حوّلت هذه التكنولوجيا المجتمع من طابع الصناعي إلى ما بعد الصناعي، ويرى بيل أن ظهور هذا المجتمع الجديد يعود إلى عدة عوامل رئيسية تتمثل في¹:

- **تطور اقتصاد الخدمات**: يتمثل في تطور الاقتصاد الذي يعتمد على تقديم الخدمات عن طريق الوسائط الاتصالية الجديدة، فأفراد مجتمع ما بعد الصناعة لا يركزون على الحصول على السلعة فحسب، إنما أصبحت الخدمة الاقتصادية حاجة موازية لاقتناء السلعة.

- **بروز مهندسين وتقنيين متخصصين في الإعلام الآلي**.

- **تصاعد المعارف النظرية المطبقة في مجال الإعلام الآلي والتكنولوجيات الحديثة للاتصال**.

- **التخطيط والتنبؤ لما سينجر وراء هذا الانفجار التكنولوجي**.

- **بروز ما يسمى بتكنولوجيا المعلومات التي تمكّن من إنتاج وتخزين وتقديم المعلومة لمن يحتاجها**.

وبهذا فمجتمع ما بعد الصناعة يمتاز بسيطرة تكنولوجيات المعلومات والخدمات على الإنتاج الملموس للسلع المادية. فبعد الانفجار التكنولوجي أصبح أفراد المجتمع الجديد حسب دانيال بيل لا يهتمون بنوعية السلعة فحسب بل أصبحوا مهتمين أكثر بنوعية الخدمة المقدمة كالتعليم الجيد أو الخدمات الراقية في المطاعم.

يضيف دانيال بيل في هذا السياق أن البنية التحتية لمجتمع ما بعد الصناعي تتحدد في تكنولوجيات المعلومات والاتصالات كونها تتكفل بنقل وتقديم المعلومات اللازمة لعرض الخدمات المتنوعة على اختلاف مجالات الحياة، عكس ما كان عليه الأمر في المجتمع الصناعي الذي تتحدد بناء التحتية في المصانع ووسائل نقل البضائع. الأمر الذي جعل هذا المجتمع يركز على القيمة المادية ورأس المال المحصل، بينما تمثل المعارف في المجتمع ما بعد الصناعي القاعدة الأساسية للاختراعات والتجديد، إذ تخلق قيمة مضافة ترفع المدخول وتقتصد رأس المال.²

¹ ثميلة كساي، مرجع سبق ذكره، ص 46.

² المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

وقسم دانيال بيل تطور المجتمع الإنساني إلى أربع مراحل،¹ تشكّل كل منها مرحلة متميزة من ثورات تكنولوجيا الاتصال، وهي:

- مرحلة اللغة الملفوظة.

- مرحلة اللغة المكتوبة.

- مرحلة الطباعة.

- مرحلة الاتصالات عن بعد (السلكية واللاسلكية)

ومن خلال ما تم تناوله يتبين لنا أن أطروحة المجتمع ما بعد الصناعي لدانيال بيل مقارنة سوسيولوجية لفهم التطورات على الصعيد الاجتماعي من خلال إدراك أهمية المتغير التكنولوجي في معادلة التطور التاريخي، فمجتمع ما بعد الصناعة تحول من نمط يعتمد على الآلة وتكنولوجياها، إلى نمط اجتماعي جديد يعتمد بالأساس على تكنولوجيا المعلومات، ومن نمط اقتصادي يتأسس على الصناعة إلى نمط اقتصادي يركز على أصحاب الياقات البيضاء وما يقدمونه من خدمات، وبناء على أطروحته، فإن هذه التغيرات على مستوى الصناعة والاقتصاد تؤثر لا محالة على الأنساق الثقافية والاجتماعية والحضارية للمجتمعات وتنقلها من طور إلى طور آخر.

المحاضرة الثانية

أطروحة ألفن توفلر

¹ ابتسام دراحي، التطبيقات الاتصالية لتكنولوجيا المعلومات: البطاقة الالكترونية الذكية نموذجاً، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص 45.

هوامش المحاضرة: التعريف بدانيال بيل وتوجهه الفكري

دانيال بيل (1919-2011) عالم اجتماع ودعاية أمريكي، عضو الأكاديمية الأمريكية للفنون والعلوم، من مواليد 10 ماي 1919 في نيويورك. درس علم الاجتماع في جامعة كولومبيا ثم في جامعة هارفارد. كان أول منشور رئيسي لبيل كتاباً بعنوان *نهاية الفكر* 1960 اكتسب شهرة كواحد من أبرز المنظرين الأمريكيين في العلوم الاجتماعية والسياسية، ترأس بيل ما يسمى بـ "مدرسة الإجماع" حركة ليبرالية وسطية هيمنت على الحياة الفكرية الأمريكية في الخمسينيات من القرن الماضي، كانت الأطروحة الرئيسية لهذه المدرسة هي البيان حول استنفاد الأيديولوجيات السياسية التقليدية. قارن بيل بين الشيوعية والفاشية والأيديولوجيات.

تعتبر أطروحة ألفن توفلر حول الموجة الثالثة جزءا من سلسلة كتب للمفكر الأمريكي ألفن توفلر والتي تندرج ضمن بحوث المستقبليات التي تتكهن بما سيكون عليه المستقبل بناء على معطيات حالية وممكنة ذات أبعاد منهجية ومنمطة.

والموجة الثالثة هو مؤلف مكمل لمؤلف سابق بعنوان صدمة المستقبل وفيه يستعرض المفكر التحولات العميقة في نمط الحياة الإنساني، فيقول فيه: تنبؤ في حياتنا حضارة جديدة، تجلب معها أساليب أسرية جديدة، وأساليب عمل متغيرة، واقتصادا جديدا، وصراعات جديدة ووعيا متغيرا،... إن فجر هذه الحضارة الجديدة هو الحقيقة الوحيدة الأكثر توازنا في حياتنا، وهي الحدث الرئيسي الذي نفهم من خلاله السنوات القادمة مباشرة، وهي حديثة وعميقة وعمق موجة التحول الأولى التي أطلقت عناؤها قبل عشرة آلاف سنة باكتشاف الزراعة، أو زلزال الموجة الثانية الذي سببته الثورة الصناعية، ونحن أطفال التحول التالي الموجة الثالثة¹

وبهذا تدور الفكرة الجوهرية لأطروحة الموجة الثالثة la troisième vague عند "ألفين توفلر" في دراسة المرحلة الحضارية الثالثة "الثورة التكنولوجية والمعلوماتية" التي توصل إليها تطور المجتمع البشري بعد الثورة الزراعية والصناعية باعتبارهما تمثالان مظاهر الحضارات البشرية الأولى، المجسدة لما أنجزه تطور المجتمعات وما يميز مرحلة عن أخرى.

فكل شيء في هذه الحضارة الجديدة يتناقض ويتعارض مع الحضارة الصناعية التقليدية القديمة، وهي في ذات الوقت ذات تكنولوجيا متقدمة مناهضة للحركة الصناعية، فأسلوب حياة الموجة الثالثة مقام على أسس من مصادر الطاقة المتنوعة والقابلة للتجديد وعلى نهج إنتاجي يقضي على معظم خطوط التجميع في المصنع، وعلى أسر جديدة لا نووية، وعلى مؤسسة جديدة يمكن تسميتها بـ "الكوخ الإلكتروني" وعلى مدارس ذات بنية مختلفة جذريا، وللحضارة الجديدة رموز سلوكية جديدة تتجاوز المعايير والمزايم والمركزية، أو تتجاوز أيضا التركيز على الطاقة والمال والسلطة²

¹ ألفن توفلر، حضارة الموجة الثالثة، ترجمة عصام الشيخ قاسم، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، بنغازي، ليبيا، الطبعة الأولى، 1999، ص 17

² ألفن توفلر، حضارة الموجة الثالثة، ترجمة عصام الشيخ قاسم، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، بنغازي، ليبيا، الطبعة الأولى، 1999، ص 18

وقد صاحبت الموجة الثالثة للتطور البشري حسب توفلر ظاهرة العولمة *mondialisation* وظهور المؤسسات العابرة للقارات ذلك بفضل التطور التكنولوجي للاتصال والمعلومات التي فرضت خريطة جيو إعلامية جديدة التي أسفرت بدورها على تغيير الخرائط جيو اقتصادية وجيو سياسية .

وتشكّل هذه المتغيرات سابقة الذكر العوامل التي جعلت أفين توفلر يصف الموجة الثالثة للتطور البشري بصدمة المستقبل، يعود ذلك لما تنبأ توفلر بما ستحملة طيات هذه المرحلة الجديدة انطلاقاً من التغيير الذي يمس السيورة الاجتماعية للمجتمعات البشرية، حيث تفتح الموجة الثالثة حسب المجال لبنى حضارية جديدة تركز على التوازن، عدم التمرکز والديموقراطية، باعتبارها تمثل قيم مجتمع ما بعد الحداثة الذي يتواجد في فضاءات حديثة إذ تمثل هذه العوامل قوة التغيير التي يحددها توفلر في الفضاء التكنولوجي باعتباره يتضمن نظام الإنتاج والتوزيع، الفضاء الإعلامي يمثل انتاج ونشر المعلومات، الفضاء الاجتماعي *socio sphere* يتحدد في التنظيم الاجتماعي، فضاء السلطة¹

يفترض توفلر عبر أطروحة الموجة الثالثة أن تكنولوجيا هذه الحضارة الحديثة تماثل المصادر الطاقوية المتجددة وغير الملوثة، عكس ما اعتادت عليه المجتمعات الصناعية، فنظام الموجة الثالثة شجع على سيورة إنتاجية غير متمركزة، تكنولوجية بالدرجة الأولى، الأمر الذي يسهل عمليات الإنتاج والاستهلاك وبالتالي تفعيل المبادلات الاقتصادية، ويشير توفلر أن تكنولوجيات الموجة الثانية (الثورة الصناعية) دعمت قوة الموجة الأولى (الحضارة الزراعية) في حين سهلت تكنولوجيات المعلومات مساعي الموجة الثانية المتمثلة في رفع الإنتاج الاقتصادي أين يلعب الحاسوب الإلكتروني دوراً أساسياً وفعالاً في تسير شؤون المؤسسات العالمية الكبرى، ما جعل الفضاء الاجتماعي للموجة الثالثة يتماشى مع مستحدثات هذا العصر التي جعلت أفراد المجتمعات تنغمس وتنصهر في مقتضيات التكنولوجيات الحديثة للاتصال في مختلف مجالات الحياة اليومية كالـتعليم والعمل².

عاجلت أطروحات توفلر الكثير من أمور الحياة اليومية، من المنتجات التي نشتريها، إلى المنتجات التي نطرحها جانباً، إلى الأماكن التي نلحقها وراءنا أو الأماكن التي نسكنها، من خلال سبر الحياة الأسرية في المستقبل، وتحري كنه العديد من الثقافات الفرعية وأساليب الحياة المستجدة، بالإضافة إلى قائمة طويلة من الموضوعات التي تتنوع من سياسة إلى رياضة وغيرها من مواضيع متعددة يجمع بينها تيار التغيير المدوي الذي صار

¹ ثميلة كساي، مرجع سبق ذكره، ص 50.

² المرجع نفسه، ص 50.

من القوة في وقتنا الحاضر بحيث راح يقوض من مؤسساتنا ويغير من قيمنا ويهز جذورنا.¹ فقد كان توفلر هو من تنبأ بالعديد من مظاهر الحياة اليومية حاليا قبل أن تحدث، من بينها أنه توقع أن الرسائل الإلكترونية ستستبدل الرسائل الورقية التي ترسل عبر ساعي البريد، وتنبأ أيضا بأن الإنسان سيعاني من الحمل الزائد للمعلومات، إضافة إلى تنبؤات أخرى على عدة أصعدة ثبتت صحتها لاحقا.

انطلاقا مما سبق يمكن القول أن أطروحات ألفن توفلر المتنوعة ومن بينها أطروحة الموجة الثالثة لم تشكل قاعدة نظرية لمجتمعات ما بعد الحداثة فحسب، بل أسست لمقاربات مستقبلية لفهم الحضارة الإنسانية وسبل تغييرها المتسارع، من خلال التطرق لعدد المجالات منها التكنولوجية والتربوية والاجتماعية وغيرها.

هوامش المحاضرة: التعريف بألفن توفلر ومؤلفاته

ألفن توفلر 3 أكتوبر 1928 - 27 يونيو 2016 هو عالم اجتماع ومفكر ومؤلف أمريكي قام بتقديم العديد من الأعمال المميزة من مثل كتاب "صدمة المستقبل" وكتاب "الموجة الثالثة" هذا بجانب تأليفه لمجموعة أخرى من الكتب المميزة.

من أبرز الكتب التي قام توفلر بتأليفها وكانت السبب في شهرته كتاب "صدمة المستقبل" لأن هذا الكتاب كان يبحث في التغيير الاجتماعي المستقبلي في دول العالم المتحضر وتم توزيع حوالي 15 مليون نسخة في أكثر من 50 بلد. إضافة إلى أن توفلر يعد واحدا من أهم وأبرز المستشرفين في العصر الحديث، من أهم التوقعات التي قدمها توفلر هو تنبؤاته وتوقعاته بالتطورات الاقتصادية والتطورات التكنولوجية التي سوف تحدث في المستقبل ومن أهم هذه التطورات التي توقعها بزوغ ونمو علم الاستنساخ والحاسوب الشخصي والانترنت.

¹ الزهرة بن عائشة، قراءة في كتاب صدمة المستقبل: المتغيرات في عالم الغد لألفن توفلر، مجلة القبس للدراسات النفسية، العدد الثالث، سبتمبر 2019، ص 176، متوفر على الرابط

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/724/1/3/149181>

المحاضرة الثالثة

أطروحة الحتمية التكنولوجية مارشال ماكلوهان

تعد النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام من النظريات الحديثة التي ظهرت عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها عن مختلف المجتمعات ومبتكر هذه النظرية مارشال ماكلوهان كان يعمل أستاذا للغة الإنجليزية بكندا، ويعتبر من أشهر المثقفين في النصف الثاني من العشرين.

تحاول النظرية من خلال افتراضاتها المتعددة فهم دور وسائل الإعلام في المجتمع وطبيعة التأثير الذي تحدثه على كافة المستويات، من خلال محاولة الإجابة عن الإشكال التالي: هل يمكن أن تعالج وسائل الإعلام مشاكل المجتمع.

وفي سبيل فهم الظاهرة الاتصالية في بعدها الواسطي افترض ماكلوهان مجموعة من افتراضات المهمة سنسردها في ما يلي:

➤ **الوسيلة هي الرسالة:** يعتبر ماكلوهان أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تكنولوجية الوسائل الإعلامية نفسها، فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات والجمهور الذي تتجه إليه هذه الرسائل يؤثران في طبيعة المضامين الاتصالية، وعلى هذا الأساس اشتهرت مقولته الشهيرة message is the medium الوسيلة هي الرسالة. فالوسيلة تؤثر في طبيعة الرسالة كما تؤثر في الجمهور.

وقد أولت نظرية الحتمية التكنولوجية لماكلوهان أهمية كبرى لدور الوسيط وتزداد خطورة الوسيط في العصر الحديث، حيث تمكن من الاستحواذ على كل الفضاء، مهيمنا على كل أبعاد الحياة الإنسانية، فالرسالة في العصر الحديث، على أهميتها، غدت أسيرة الوسيط الذي يثمنها ويضخمها رغم تفاهتها وعدميتها، أو يقزمها ويقتلها رغم جلال شأنها، فالرسالة باعتبارها مدلولاً تذوب كلية في الوسيط الذي أصبح رسالة ودالاً ومدلولاً في الوقت ذاته.

فماكلوهان يرى أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع، والرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه، فالمضمون غير مهم بقدر ما هي مهمة الوسيلة التي تنقل المحتوى. كما أن لكل وسيلة خصائص خاصة بها وجمهور من الناس الذين يفوق حبهم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها، فالتلفزيون كوسيلة هو محور لاهتمام كبير، فكما يحب الناس القراءة من أجل الاستمتاع بتجربة المطبوع، فإنهم يحبون التلفزيون بسبب الشاشة التي تعرض الصور والألوان والحركات، حيث أن هناك وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة تجربة معينة.¹

¹ حيدر فالح زايد، نظرية الحتمية التكنولوجية: نظريات التأثير، جامعة ذي قار، العراق، متوفرة على الرابط

https://www.researchgate.net/profile/Haider-Falah-Zaeid/publication/340661990_alnzryt_alhtmyt_alknwlwjyt_alnzryt_alqymyt_fy_alalam_alanjraf_alt

➤ **تصنيف الأطوار الثلاثة:** ركّز مارشال ماكلوهان اهتمامه في دراساته على النظام الاتصالي المتبنى من طرف كل مجتمع، لأنه يرى أن الخصائص الأساسية للوسيلة المسيطرة في هذا النظام تدل على كيفية التفكير وتنظيم المعلومات على المستوى المجتمعي برمته، وذلك لأن الناس يتكيفون مع الظروف المحيطة بهم عن طريق توازن الحواس الخمس (السمع والبصر واللمس والشم والذوق)، مع بعضها البعض، وأن كل اختراع تكنولوجي جديد يعمل على تغيير التوازن بين هذه الحواس، وهو يرى أن التكنولوجيا المستعملة في وسيلة الاتصال المسيطرة لها دور كبير في تطور المجتمعات، وبذلك فهو يقسم إعلاميا تطور المجتمعات إلى ثلاثة أطوار:¹

✓ **في الطور الأول كان الاتصال شفويا:** يتم مباشرة من الفم على الأذن، ونظرا لأن الناس قديما كانوا يحصلون على معلوماتهم أساسا عن طريق الاستماع فقد اقتربوا من بعضهم البعض مما دعم العلاقات الإنسانية، وأدى إلى تماسك المجتمع في وحدات قبلية مندمجة. وقد أثر أسلوب الاتصال الشفوي على الناس، لأن الكلمة المنطوقة عاطفية أكثر من الكلمة المكتوبة.

✓ **في الطور الثاني كان الاتصال سطريا:** من سنة 1500 إلى سنة 1900 تقريبا كان الاتصال سطريا، انتقل فيه الإنسان إلى طور الطباعة، حيث حروف غوتنبرغ (مخترع المطبعة عام 1436)، غيرت معالم التواصل البشري، بخصائصها المتميزة في التتابع كقطع حرة ومجزئة، فعملت على جعل الإنسان ينجح أكثر إلى الفردانية والاستقلالية ويشعر بأهمية الانتماء القومي.

وإذا كانت الحضارة تستقي سماتها من وسيلة الاتصال السائدة، فإن عصر الطباعة ابتداء من 1436 جعل الفكر الإنساني يتخذ شكل التسلسل والتتابع، مثل الكلمات والسطور المطبوعة، ويدعو على القوميات العرقية واستقلالها ضمن كيانات سياسية صغيرة، مجزأة ومتجاورة مثل قطع المطبعة، فنتيجة لاختراع المطبعة ألغي البعد الزماني وأصبح الفرد لا يحضر بالضرورة الحدث عند وقوعه، بل بعد حدوثه عن طريق المطبوعات، حيث تكون عملية تلقي الخبر باردة وأقل تأثيرا عليه، وذلك بفعل تقليص المطبوعات من انفعاله وقوة مشاعره، مما أحدث شبه انفصال بين المشاعر والعقل، وبين العلم والفنون، وإلى سيطرة التكنولوجيا والمنطق السطري.

كما يعتبر ماكلوهان أن اختراع الصحافة في القرن الخامس عشر بفضل اختراع غوتنبرغ للحروف المتحركة، كان أكثر الابتكارات التكنولوجية تأثيرا على الإنسان، فالمطبوع جعل الإنسان يتخلص من القبيلة، فمن خلال الحروف الهجائية تمكن من اختصار الواقع وتقديمه مجزأ ومتسلسلا وقابلا للتكرار والاستنساخ. كما ساعد المطبوع - كوسيلة شخصية للتعليم - على نشر الفردية وروح المبادرة والاعتماد على الذات، وشجّع على العزلة وعلى التعبير على وجهات النظر الشخصية.

knwlwiy/links/5e97aa74a6fdcca7891c24a9/alnzryt-alhtmyt-altknwlwiyt-alnzryt-alqymyt-fy-alalam-alaniraf-altknwlwiy.pdf

¹فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 41.

✓ **في الطور الثالث عصر الدوائر الالكترونية:** والذي يؤرّخ له ابتداء من القرن العشرين، تمت العودة فيه على نمط الاتصال الشفهي، وتمثل ذلك بشكل خاص في السينما والتلفزيون والحضارة الآلية بعقولها الالكترونية وأقمارها الصناعية.

كما يؤكد مارشال ماكluهان على إيجابية الوسائل التي اخترعها الإنسان، فهو يرى أن هذه الوسائل هي امتداد لحواسه، ويرى أن التقنية وسيلة مهمة لتغيير المجتمع، بعد أن استطاعت أن تجعل العالم "قرية صغيرة" حيث يرى أن أشكال الاتصال التقليدية قد قيدت الإنسان وجعلته يعيش حالة من الاغتراب عن الطبيعة الإنسانية، والتي يجب أن تعمل فيه كل الحواس بصفة طبيعية وكاملة، أما الوسائل المختلفة التي أنتجها فيؤكد أنها ساهمت بشكل كبير في إعادة الإنسان إلى حالته الطبيعية وذلك من خلال استخدامه لكل حواسه في العلاقة التي تربطه بهذه الوسائل.

➤ **وسائل الاتصال الساخنة والباردة:** وفقا لما ذكره ماكluهان، وسائل الإعلام الساخنة عالية الوضوح، ما يعني أنها كاملة البيانات، وذلك يؤدي إلى انخفاض نسبة مشاركة الجمهور، ووسائل الإعلام الباردة من ناحية أخرى، تكون منخفضة الوضوح، لأن لديها القليل من البيانات، ومشاركة كبيرة من الجمهور.

وكما كتب ماكluهان في كتابه فهم وسائل الإعلام understanding media هناك مبدأ أساسي يميز بين وسيلة ساخنة مثل الإذاعة ووسيلة باردة مثل الهاتف، أو وسيلة ساخنة مثل الفيلم ووسيلة باردة مثل التلفزيون، والوسيلة الساخنة هي التي تنقل معنى أو إحساسا واحدا بوضوح عال، الوضوح العالي هو حالة الامتلاء الجيد بالبيانات. الصورة الفوتوغرافية بصريا عالية الوضوح، الرسم الكاريكاتيري منخفض الوضوح، ببساطة لأنه لا يقدم سوى القليل جدا من البيانات المرئية، الهاتف هو وسيلة باردة أو منخفض الوضوح، لأن الأذن تعطي كمية ضئيلة من المعلومات، والكلام وسيلة باردة منخفضة الوضوح، لأنه لا يعطي إلا القليل، وهكذا على المستمع الكثير لكي يملأه، من ناحية أخرى، وسائل الإعلام الساخنة لا تترك الكثير للجمهور من أجل ملء أو إنجاز الاتصال، لذلك فوسيلة ساخنة مثل الراديو، لها تأثيرات على المستخدم مختلفة جدا عن تأثيرات وسيلة باردة مثل الهاتف".

➤ **وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان:** إن المعلومات التي تحتويها الوسائل الإعلامية معلومات مدروسة ومنظمة، ومن ثم كان أثرها هو النزوع إلى الاندماج والكلية وأن يعيش الإنسان بكل حواسه، فقد كان السمع البصري أكبر ثورة، إذ أصبح الإنسان يعيش من جديد الحدث بالصوت والصورة، وبجميع مشاعره، كما أصبح يعيش في شكل قبيلة أو قرية عالمية، مما أحدث نتائج ثقافية واسعة النطاق.

فبينما عمل المطبوع بحروفه الهجائية على التجزئة والتخصص وتقسيم المجتمع إلى فان تعمل وسائل الاتصال على إشاعة التجميع والمشاركة وإرجاع الناس مرة أخرى إلى الوحدة القبلية المميزة للشفوي.

لقد أحدثت وسائل الإعلام تغييرا كبيرا في توزيع الإدراك الحسي، أو كما يسميها ماكلوهان "نسب استخدام الحواس"، فالسينما والتلفزيون نشاهدهما من خلال حاستي السمع والبصر، بعدما كنا نتعرض للمطبوع من خلال حاسة واحدة وحينما تتغير تلك النسب يتغير الإنسان.

المحاضرة الرابعة

أطروحة المجتمع الشبكي

من بين الأطروحات التي حاولت تفسير وفهم التغيرات الاجتماعية المتعددة والسمات التي تميز حضارة ما بعد الحداثة نجد أطروحة المجتمع الشبكي، والتي قاربت المجتمعات الحديثة على اعتبارها مجتمعات شبكية بالأساس بما يعنيه مصطلح الشبكة من تعدد وتوسع ولا مركزية وغيرها.

فأطروحة المجتمع الشبكي، تؤكد من خلال تسميتها على أن الشبكات هي روح العصر، فالشبكات أضحت القوى المحركة للحياة الفردية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ويعبر عن هذه النزعة عالم الاجتماع مانويل كاستلز بقوله: ثمة نزعة تاريخية تنتظم بمقتضاها الوظائف والعلميات الأساسية حول الشبكات على نحو متزايد، وتكوّن هذه الشبكات الوجه الاجتماعي لمجتمعاتنا المعاصرة، ويعمل انتشار منطق التشبيك على تعديل العمل وثماره تعديلا جوهريا في نواحي الإنتاج والتجربة والقوة والثقافة.¹

فمع التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاجتماعية يزداد التعامل مع واقع الحياة من خلال الوسيط الإلكتروني، من جدران الفيسبوك وخدمات الشبكات الاجتماعية، حيث لم يعد تعامل الفرد محصورا في عالم الواقع فقط، بل يزداد تعامله يوما بعد يوم مع العوالم الخائلية التي يزر بها فضاء شبكة الانترنت، عوالم من صنع أنساق الرموز يمارس فيها الفرد كثيرا من أنشطة حياته اليومية ويمارس فيها خبرات غير مسبقة.²

وأطروحة المجتمع الشبكي تستند بالأساس على مصطلح الشبكة بما يعنيه من حالة الترابط البنوي بين نقاط متباعدة يُطلق عليها في العادة اسم "عقد"، متصلة إجمالا بواسطة روابط متعددة ومتداخلة ومتكررة، وبهذا لا

¹ دارن بارني، المجتمع الشبكي، ترجمة أنور جمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات قطر، 2015، ص 28.

² نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ديسمبر 2001، العدد 276، ص 309.

يمكن الحديث عن الشبكة إلا إذا كنا أمام كم هائل من العقد (أكانت أشخاصا أو مؤسسات أو حواسيب) المتصلة بعدد كبير من العقد الأخرى.

فإذا كانت الجماعة الاجتماعية أهم مرجعية للتواصل البشري، وأهم خلية للتفاعل الإنساني، تتأسس بالشعور المشترك بالانتماء وبجملة من الروابط الجزئية والكلية التي تجمع أفرادها، إضافة إلى مطابقة سلوكياتهم وأمزجتهم مع توقعات وأحكام الجماعة التي ينتمون إليها في إطار ما يسمى بالضبط الاجتماعي. فقد شكلت الجماعات البشرية محور اهتمام علم الاجتماع منذ بداياته المبكرة، واعتبر المجتمع المحلي أهم وحدات الدراسة السوسيولوجية، لما له من أثر بالغ في حياة الفرد، ففيه يعيش الإنسان ويتعرض ويكتسب الثقافة والهوية والمعايير الاجتماعية. فإن مفهوم الجماعة الاجتماعية والمجتمع قد اتخذ أبعادا أخرى بانفلاته من مفهومي الزمان والمكان في إطار العلاقات الرمزية التي شكّلت ما اصطلح على تسميته بالمجتمعات الافتراضية *virtual communities*.

إذ من بين أهم المسائل التي طرحتها تكنولوجيا الانترنت والعوالم الافتراضية عبر شبكات الاتصال هو ذلك الوعد بتجديد معنى الجماعة، وفي كثير من الحالات الوعد بأصناف جديدة من الجماعات¹ حيث انصب اهتمام الدراسات عند مناقشة هذا الوعد وإمكان تحقيقه على مسألة "الجماعة الافتراضية" ولا ريب في أن تقنيات الاتصال، كانت ولا تزال، ذات أهمية بالغة في تكوين الجماعات والحفاظ عليها وإعطائها طابعها، ففي الخمسينيات أكد أرنولد إينيس Arnold Ynis أن الموازنة بين غلبة عامل الزمان وغلبة عامل المكان في مجتمع تسود فيه وسائط الاتصال - أي بين غلبة توجه الاتصال نحو المحلية والدوام في الزمن، وغلبة توجهه نحو المدى الواسع والسرعة عبر الفضاء - هي موازنة حاسمة في توليد الجماعات في المجتمع.²

¹ دارن بارني، المجتمع الشبكي، مرجع سبق ذكره، ص 169.

² المرجع نفسه ص 167

فحسب مانويل كاستلز يحمل التطور التكنولوجي الذي اكتسح كافة المجالات الاقتصادية والمعرفية، يحمل آثارا على الأصعدة الاجتماعية والثقافية، باعتباره يمثل السبب الرئيسي في تحويل نمط العمل والإنتاج الاقتصادي العالمي، بحيث تحول العمل المشخص إلى العمل الآلي التكنولوجي وتحول الإنتاج المادي من الاعتماد على الجهد العضلي والذهني البشري إلى الجهد الذهني الآلي الذي يعتمد على جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات انطلاقا من شبكة منسوجة من الاتصالات التي تحمل في ثناياها تدفق المعلومات، إذ تتخذ من هذه التكنولوجيات الاتصالية بناها التحتية التي يقوم عليها الاقتصاد المعتمد على المعلومات داخل نظام شبكي تسييره يد بشرية.

يقر "كاستلز" في أطروحاته أن تغير نظام العمل والإنتاج الاقتصادي من المحسوس إلى اللامحسوس بمعنى انتقال نمط العمل الاقتصادي من الحيز المكاني إلى حيز افتراضي على شبكة الأنترنت أدى إلى ظهور مجتمع جديد اصطلاح عليه المجتمع المصغر micro société على الشبكة العنكبوتية التي لا ينحصر وجودها على مستوى المجال الاقتصادي فحسب، إنما توسع وجودها على شبكة الأنترنت ليشمل باقي مجالات الحياة البشرية، يظهر ذلك حسب الباحث انطلاقا من التبادلات الاتصالية بين الأطراف المتواصلة عبر الشبكة العنكبوتية، ليتحول بذلك الاتصال من شكله الجماهيري إلى شبكة من الاتصالات التي ترتبط بالشبكات والعقد، بتبادل رسائل مختلفة وفي آن واحد بين أطراف متعددة، في سياق الاتصالات عبر الشبكة العنكبوتية التي تسمح بالتدفق اللامتناهي للمعلومات والبيانات.

المحاضرة الخامسة

الفضاء العمومي

يعتبر مفهوم الفضاء العمومي من المفاهيم الأساسية التي لاقت رواجاً كبيراً في الفكر الفلسفي والاتصالي منذ أن أنجز يورغن هابرماس أطروحته حول "نظرية الفعل التواصلي" والذي ذهب فيه إلى أن الفضاء العام يبنى على مركزية الفعل التواصلي المؤسس على العقل العملي العام بين الفاعلين من المستوى الأصغر للحياة الاجتماعية إلى المجالات الجمعية الأكثر تنظيمًا، والتي يتم فيها التباحث والنقاش من أجل المصلحة المشتركة، وهو الفضاء الذي يشهد تشكّل القيم المدنية الكبرى، مثل الالتزام والتسامح والتماسك الاجتماعي والصالح العام، إلى غير ذلك من المفاهيم التي تنتظم كلها في سبيل استخدام العقل بشكل منفتح على التنوع والاختلاف والحوار.

قبل الخوض في مفهوم الفضاء العمومي، يجدر بنا التذكير بمفهوم الفضاء أولاً، وهو مفهوم تناولناه في محاضرة سابقة بعنوان: الوسائط الجديدة وظواهر فضاءات الاتصال الجديدة، وذكرنا سابقاً أن مفهوم الفضاء أثار ويثير حوله الكثير من الجدل المعرفي.

وكما سبق تناوله يمكن أن يعني الفضاء ذلك المكان أو المجال المادي والمعنوي المفتوح أمام الأفراد من أجل الاستفادة المشتركة في النشاط لتحقيق المعنى المشترك، حيث يتخذ الأفراد في الفضاء المعين سلوكيات معينة حسب الوضعية التي يتواجدون فيها (أي حسب طبيعة الفضاء) يتفاعلون ويتبادلون الآراء والمواقف والاتجاهات والنقاشات، محاولين بذلك إنشاء فضاء حيوي، ذا دلالة لجميع المتدخلين فيه، وذا منفعة مشتركة يستعملونه لبلوغ أهداف وغايات معينة ومن الأمثلة عنه نجد فضاء المدرسة، المسجد والسوق والحديقة وغيرها¹

أما مفهوم الفضاء العمومي فقد برز مع كتابات الباحث الألماني يورغن هابرماس وذلك في إطار أطروحته التي نُشرت سنة 1960 تحت عنوان "أركولوجية الإعلان كبعد تأسيسي للمجتمع البرجوازي" والتي أجراها على

¹ حميدة خامت، ليليا شاوي، مرجع سابق، ص 545.

المجتمع البرجوازي (في فرنسا وألمانيا وبريطانيا)، وقد عرّفه بأنه " فضاء للتوسط médiation يقوم فيه الأشخاص الخواص بالاستخدام العمومي للعقل من أجل بناء توافق سياسي¹

وقد تطرق في أطروحته إلى ميلاد الفضاء العمومي البرجوازي بإنجلترا خلال القرن 18 والذي شهد ميلاد الصحافة التي شكّلت أداة للسلطة السياسية من أجل إيداع المراسيم وأخبار الأمن والمحاكم وأسعار المنتجات، وظهرت أيضا فضاءات عامة (مقاهي، صالونات، نوادي...) كان البرجوازيون يتبادلون فيها الرأي ويتناقشون في قضايا الفن والمسرح والأدب. ويرتكز الفضاء العمومي على النقاش والحجاج العقلي، ضمن ما يصطلح عليه هابرماس بالعالم المعيش، وينبني التفاهم في النظرية التواصلية على الحجاج العقلي، الذي لا يمكن أن يستقيم على غير سلطة العقل، كما أنه بمنأى عن أية تأثيرات إيديولوجية، ويمكنه أن يركز على التراث الكوني لحقوق الإنسان كقاعدة مشتركة.²

هذا الضرب من الحجاج لا يمكن أن يتحقق إلا داخل فضاء عمومي تتحقق فيه شروط الديمقراطية، لذلك يرى هابرماس أن التفاهمات والتوافقات المشار إليها لا يمكن أن تتم إلا في المجتمعات الديمقراطية، أما المجتمعات غير الديمقراطية فلا محيد أمامها من الوقوع في الصراعات لأنها لا تتوافر على القنوات الضرورية لفض نزاعاتها، وانطلاقا من هذه العوامل يرى هابرماس أن الفضاء العمومي هو الأداة التي يتمكن من خلالها المجتمع من حكم نفسه وفض نزاعاته، من خلال المشاركة العمومية.

كما يرى هابرماس أن الفضاء العمومي: " هو مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري تواجده في مكان معروف أو مميز، فهو يتكون في الأساس من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة يجتمعون بعضهم ببعض كجمهور، لكي يقوموا بوضع وتحديد احتياجات المجتمع من الدولة، ويعتبر مصدرا لتكوين الرأي العام، وهو يتطلب شرعية السلطة لتفعيل أي ديموقراطية، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار³

ويرى هابرماس أن الفضاء العمومي هو عبارة عن دائرة وسطية تكونت تاريخيا في عصر الأنوار بين المجتمع المدني والدولة، وهو مجال متاح لجميع المواطنين حيث يجتمع الجمهور للتعبير عن الرأي العام، فهو فضاء قضايا

¹ نصر الدين العياضي، فضاء عمومي أم تخيال إعلامي مقارنة نظرية لتمثل التلفزيون في المنطقة العربية، حوليات الأدب والعلوم الاجتماعية، دار المنظومة للنشر والتوزيع، العدد 31، 2016، ص 34.

² لامية صابر، محاضرات في مقياس الفضاء العمومي والوسائط الجديدة، جامعة محمد لين دباغين سطيف 2، 2019-2020، ص 7.

³ مالفى عبد القادر وتواتي فاطمة الزهراء، الفضاء العمومي والإعلام الجديد، مجلة الصورة والاتصال، المجلد الثاني، العدد 5، الجزائر، السنة

الشأن العام وقضايا التواصل، في العالم المعيش يتم فيه الإعلان عن المواطنة ويرى فيه المواطن عليها و يمارسها كاملة. فلا معنى للفضاء العمومي ما لم يكن مجالا لممارسة المواطنة والفعل السياسي الديمقراطي المبني على الحوار وتبادل الآراء، بمعنى آخر فإن الفضاء العمومي بمثابة فضاء يضم مجموعة من الفاعلين يتمثل دوره في نقد آليات السيطرة والهيمنة، معتمدا في ذلك على العقل وحده لبناء رأي عمومي قادر على لعب دور الوساطة بين حاجات المجتمع و الدولة لتحقيق الممارسة الديمقراطية.

ارتبط مفهوم الفضاء العمومي بمفهوم الأغورا كساحة عمومية حين ظهرت لدى اليونان بمعنى الديمقراطية واعتبرت تجسيدا لها، فقد كان من حق كل مواطن من مواطني مدينة "أثينا" أن يعبر عن آرائه في قضايا الشأن العام بهذه الساحة ويشارك بصوته فيها، حيث اعتبرت القرارات المتعلقة بالمصلحة العامة شأنا عاما، لا يمكن أن يتخذ إلا بعد نقاش علني يكون مفتوحا للجميع، ولا يمكن في أي لحظة إنهاء النقاش أو إيقافه ما لم يحد بالإرادة العامة للناس.

وتدرجيا اتخذت الأغورا معنى متعاليا عن الزمان والمكان، لترقى إلى مستوى مفاهيمي أكثر تجريدا، ذي علاقة بالحرية والمساواة والتعدد داخل حدود الدولة المدنية، و بلغ هذا المفهوم داخل الدول الغربية الحديثة حدود قطع الصلة نهائيا مع دولة الاستبداد لتحل محلها الدولة الديمقراطية الحديثة، والتي نجد فيها ممارسة معقلنة للسلطة، ممارسة تنسب بالقانون و باحترام القوانين واحترام كرامة الشخص واعتباره قيمة عليا فوق كل المصالح والاعتبارات، غير أنه وفي الآونة الأخيرة تحولت المجتمعات الواقعية إلى مجتمعات افتراضية كونية موحدة بشكل من الأشكال، الشيء الذي أصبح يحيل على نوع جديد نوع جديد من الأغورا، وهي أغورا كونية تشكلت بفضل الاتصال الرقمي المبلور في الانترنت الذي يوفر فضاء عاما ديمقراطيا، يستطيع من خلاله المواطنون التفاعل والحوار والنقاش، ومن ثم المساهمة في نقاش غني مفتوح للجميع¹.

مفهوم الفضاء العمومي ليس مفهوما مبتورا ومفصولا ولكنه مرتبط بفلسفة التواصل لدى هابرماس، باعتبارها هي النموذج الجديد الذي قامت عليه المدرسة النقدية في جيلها الثاني، والتي تقوم على التواصل والعقل، والبرهان والمحااجة من أجل الوصول إلى حقيقة مشتركة بما أننا لا نستطيع الوصول إلى الحقيقة الكاملة، وبالتالي فالشروط التي تشكل النظرية النقدية التواصلية هي أيضا شروط قيام الفضاء العمومي عند هابرماس.

¹ محمد قيراط، الفضاء العام في عصر الإعلام الجديد دراسة متوفرة على الرابط <https://al-sharq.com/opinion/25/04/2015/> تاريخ الولوج ديسمبر 2022.

يتناول هابرماس قضية التواصل أو المناقشة من منظور سوسيولوجي بوصفها فعلا اجتماعيا لا علاقة له بالوعي الإنساني، بمعنى طان هابرماس يخرج التواصل والمناقشة من سياق البعد الفلسفي وهذا يدل على للنظرية الاجتماعية التي يكون أساسها الإجماع المشترك الذي لا يتحقق إلا بالحوار والذي بمنظوره اختفى في زمن الحداثة واختفى معه كل ما هو إيتيقي.

يرى هابرماس¹ أن الفعل التواصل يميز عن غيره من الأفعال الأخرى بأنه لا يسعى للبحث عن وسائل تمكنه من التأثير في الغير، بل يبحث عن كيفية التوصل إلى تفاهم معه، لذلك حاول في كل أعماله البحث عن السبل التي تمكن من تحقيق الاندماج الاجتماعي بدل الصراع والتطاحن. والحل هو بناء فضاء عمومي يطرح للنقاش كل القضايا التي تساعد على تحقيق التفاهات والإجماع بدل الصراع والعنف

سمات الفضاء العمومي: باعتبار الفضاء العمومي حلقة وصل تنبني على الوساطة بين المجتمع المدني والدولة، فإنه يتميز بمجموعة من السمات ذكرها الباحث داشو اريك DACHEUX ERIC وهي:

التوسط médiation والتواصل communication والمشاركة participation ويؤدي حضور هذه الصفات مجتمعة إلى جعل الفضاء العمومي مفتوحا على الجميع دون إقصاء لقوى اجتماعية واقتصادية وثقافية ودون شرط تنظيمي لتبادل المعلومات والآراء.

ومن بين سمات الفضاء العمومي نذكر:

¹ هوامش المحاضرة:

يورغن هابرماس فيلسوف نقدي من رواد الجيل الثاني لمدرسة فرانكفورت النقدية، من أهم علماء الاجتماع والسياسة ولد في 18 جويلية 1929، بمدينة دوسلدورف بألمانيا، اشتغل على نقد الفكر الوضعي وبناء نظرية اجتماعية قائمة على الحوار، ثم على أخلاقيات المناقشة، من أهم مؤلفاته: التحول البنوي للمجال 1962، النظرية والممارسة 1963، المعرفة والاهتمامات الإنسانية 1971، وأضحى إنتاج نظرية الفعل التواصل 1981، كما بعد هابرماس جزء أساسيا ما يسمى نادي الخمسة الكبار الذي يضم مجموعة من أهم الفلاسفة المعاصرين والمتضمن كلا من "بول ريكور" و"إيمانويل ليفيناس" و"جاك دريدا" و"كارل أوتو آبل وهو يعد بذلك من أكبر فلاسفة الغرب اليوم، وأهم الفلاسفة الألمان المعاصرين.

وبسبب دفاع "هابرماس" عن العقل وقيم الحداثة والتنوير، فإنه يكاد يكون أهم فيلسوف اليوم بالمعنى الدقيق لكلمة فيلسوف، وقد اقتفى هابرماس المسار التقليدي الألماني لتكوين شخصية الفيلسوف، فمن السمات لهذا المسار الدخول إلى المؤسسة الأكاديمية الجامعية ومتابعة الدراسات الفلسفية فيها بكل مراحلها المتدرجة حتى الحصول على درجة الدكتوراه، فقد مر كل فلاسفة ألمانيا الكبار بهذه المراحل، مثل "كانط" و"هيجل" كما أن ارتباطه الأكاديمي قد توازى مع إبداع فكري مستمر عن طريق إصداره العديد من البحوث الفلسفية المهمة خارج إطار المؤسسة الجامعية.

- المساواة وعدم التمييز: فالفضاء العام يقوم على تكوين علاقات وصلات اجتماعية بين الأفراد المختلفين بغض النظر عن الحالة الاجتماعية، فهو يتأسس على المشترك الإنساني والمساواة وتغلب الحجة الأقوى وليس التراتبية الطبقية
- القضايا المشتركة.
- إتاحة الفرص.

المحور الرابع: الوسائط الجديدة والبراديجمات العلمية

تمهيد: ارتبطت نشأة وتطور البحوث في علوم الإعلام والاتصال في العشرينيات من القرن الماضي بنموذجين رئيسيين هما: **النموذج الوضعي والنموذج السلوكي**، فقد استمد تخصص علوم الإعلام الكثير من منطلقاته ومفاهيمه وأطره النظرية والمنهجية من هذين النموذجين.

كما استمد التخصص، باعتباره ملتقى التخصصات والمعارف *science multidisciplinaire* العديد من النماذج والأطر المعرفية من علم الاجتماع وعلم النفس والرياضيات، والعلوم السياسية وغيرها من العلوم.

ويذهب الباحثان "ألان لارامي Alain Larameé ورنارد فالي Vallée Bernard في كتابهما "البحث في الاتصال عناصر منهجية"، إلى ذكر أربع براديجمات، باعتبارها مهيمنة في بحوث الإعلام والاتصال، لكنها ليست حصرية، وهي: البراديجم السيبرنيطيقي، البراديجم السلوكي، البراديجم الوظيفي، البراديجم التفسيري.

وفي هذا المحور سنتطرق لأهم البراديجمات المهيمنة على بحوث الإعلام والاتصال، والأكثر استخداما لدى الطلبة والباحثين في المجال، على سبيل المثال لا الحصر، وهي الوظيفي، والتفاعلية الرمزية والبراديجم النقدي والسيبرنيطيقي.

المحاضرة الأولى: البراديجم الوظيفي

يعد البراديجم الوظيفي خلفية لكثير من النظريات المتعلقة بالسير العام للمجتمع، ومسلّمته الأساسية هي النظر إلى المجتمع على أنه كلٌ تنظيميٌ تُفسّر مختلف عناصره بالوظيفة التي تؤديها فيه. ويهتم هذا البراديجم بالطريقة التي تؤثر بها بعض الظواهر في سير النظام الاجتماعي، ويشكّل الاتصال الجماهيري إحدى الظواهر الملائمة للتحليل الوظيفي.¹

تقوم هذه النظرية على أن تنظيم المجتمع وبناءه هو ضمان استقراره وذلك نظرا لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن يحقق الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر، فالبنائية تشير إلى تحديد عناصر التنظيم والعلاقات التي تقوم بين هذه العناصر، والوظيفة تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم ككل، وهي مدى مساهمة العنصر في النشاط الاجتماعي الكلي، ويتحقق الثبات والاتزان من خلال توزيع الأدوار على العناصر في شكل متكامل وثابت.

¹ أ. لارامي ب. فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم الاجتماع الاتصال، جامعة منتوري

قسنطينة، 2004، ص71.

يُعرف النموذج الإرشادي للبنائية الوظيفية بالنموذج المحافظ، لحرصه على مراعاة التوازن بين مكونات النظام الاجتماعي ومعارضته للتغيير. ويركز التحليل الوظيفي على توضيح المهام التي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها، والنتائج التي تحدث دون أن يهدف إليها. ويسعى في المستوى الأول إلى قياس تأثيرات عملية الاتصال بشكل عام كعملية اجتماعية، وعلى مستوى ثان يدرس وسيلة إعلامية أو أكثر، وفي المستوى الثالث يقوم بتحليل وسيلة الاتصال كمؤسسة، أما المستوى الرابع فيدرس أوجه النشاط الإعلامية الأساسية التي تتم بواسطة الإعلام¹

تقوم النظرية البنائية الوظيفية، كغيرها من النظريات السوسيولوجية، على عدد من المقولات أو الأفكار الأساسية التي تنطلق منها تحليلات أنصار النظرية، وتُعتبر بمثابة الإطار المرجعي أو الموجه النظري لهم عند تناولهم للقضايا والمشكلات التي يعالجونها بصورة واقعية في بحوثهم ودراساتهم النظرية أو الميدانية الإمبريقية.

ومن بين هذه المقولات نجد:²

1. **النسق الاجتماعي Social System:** تعتبر فكرة النسق من المقولات التي أستخدمت بصورة كبيرة بين منظري البنائية الوظيفية التقليدية أو المعاصرة، وهي تعتبر أن المجتمع ما هو إلا بناء أو نظام اجتماعي يتكون من مجموعة من الأنساق الاجتماعية المتبادلة وظيفيا مثل النسق الاقتصادي أو السياسي أو العائلي أو الديني والأخلاقي وغير ذلك من الأنساق الأخرى والتي تؤثر على عملية استقرار مكونات البناء الاجتماعي أو المجتمع ووظائفه بصفة عامة. كما اعتبروا أن كل نسق فرعي من أنساق المجتمع لا بد وأن يركز على حل مشكلة معينة أو بالأحرى يقوم بأداء وظيفة function وخاصة وأن هذا النسق الفرعي مثل الأسرة أو المدرسة ما هو إلا بناء Structure يعمل على تحقيق وظائفه بصورة أساسية.

2. **الوظيفة Function** يشير هذا المفهوم إلى طبيعة الإسهام الذي يوجد بين الكل والجزء، أو تحديد العلاقة المتبادلة بينهما، وقد عرّف قاموس علم الاجتماع النزعة الوظيفية بأنها النزعة التي تقوم بتحليل الوظائف الاجتماعية والثقافية في حدود الوظائف التي تقوم بإنجازها في النسق السوسيوثقافي.

3. **المتطلبات الوظيفية:** في كتابه عن النسق الاجتماعي أكد بارسونز على أن علاقة الأنساق الفرعية بالنسق الأكبر (المجتمع) تستلزم عددا من المتطلبات الوظيفية أو ما يُعرف بمجموعة المستلزمات والشروط الوظيفية والتي عن طريقها يقوم النسق الاجتماعي بدوره بصورة عامة، فحسب بارسونز كل نسق اجتماعي يهدف إلى تقديم عدد من الحلول لمجموعة من المشكلات التي تواجه النسق واستمرارية وجوده أو بقاءه، ومن ثم يتطلب وجود عدد من المستلزمات الضرورية التي تضمن استمراريته وهي أربعة:

¹ سعاد سراي، البراديجم في علوم الإعلام والاتصال: بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 7، العدد 28، سبتمبر 2018، ص 407.

² عبد الله محمد عبد الرحمن، النظرية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2006، ص 13.

✓ **التكيف:** حيث يتطلب النسق التكيف مع البيئة التي تحيط به، وأن يقوم بتأمين مجموعة من الوسائل المادية والمعنوية الضرورية لحياة أعضاء النسق والمجتمع وذلك في إطار نمط من التوزيع العادل والمتبادل بينهم.

✓ **تحقيق الهدف:** يهدف هذا المتطلب الوظيفي تحديد الأولويات أو الضروريات اللازمة لتحقيق أهداف النسق وذلك عن طريق التنسيق بين مجموعة المدخلات والموارد اللازمة والعمل على استخدامها بصورة مثلى لتحقيق أهداف النسق وحاجاته الأساسية.

✓ **التكامل:** ويقصد به أن مكونات النسق سواء كانوا أفرادا أو جماعات أو مؤسسات أو أنساق فرعية لا بد وأن تتكامل من أجل تحقيق الأهداف العامة وإنجاز الوظائف التي تُمنح لهم باعتبارهم جزءا من النسق العام.

✓ **المحافظة على النمط وإدارة التوتر:** حرص بارسونز على التأكيد المستمر على أهمية وجود متطلبات وظيفي هام وهو المحافظة على النمط، وذلك عن طريق طرح عدد من الخصائص والسمات العامة والتي تتمثل في المهارات اللازمة والتخصص والحوافز المادية والمعنوية والسمات الشخصية للقيادات والأعضاء.

4. **المقومات أو الخلل الوظيفي:** وترتبط بحالات التفكك والاضطراب التي قد تصيب أي نسق اجتماعي وتحدث به مظاهر للخلل الوظيفي، وتعتبر بمثابة معوقات وظيفية تواجه النسق الأكبر ككل.

إسقاط فرضيات النظرية الوظيفية على مواضيع مرتبطة بالإعلام ووسائط الإعلام الجديد : يتيح

البراديغم الوظيفي مقاربات كثيرة لدراسة الظاهرة الاتصالية في بعدها التقليدي أو الجديد، فيمكن أن يعطي على سبيل المثال للوسائل الإعلامية "وظائف" ظاهرة أو خفية: وظيفة الترفيه/ وظيفة الإعلام/ وظيفة التنفيس/ وظيفة تدعيم القيم، وغيرها من الوظائف، باعتبار المؤسسات الإعلامية أنساق فرعية داخل النسق العام الذي هو المجتمع، وهي تؤدي أدوارا متعددة تتكامل مع الأدوار التي تؤديها المؤسسات الاجتماعية الأخرى.

كما يمكن أيضا لوسائل الاتصال الجماهيري أن تقوم باختلالات وظيفية ظاهرة أو خفية كتسببها في الخمول والبلادة، والغزو الثقافي وإضعاف روح النقد، وزيادة الخضوع الاجتماعي، بعد هذا يتم التحقق عن طريق عدة مناهج وتقنيات من ماهية آثار هذه الوظائف والاختلالات الوظيفية على الأفراد.¹

¹ أ. لارامي ب. فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم الاجتماع الاتصال، جامعة منتوري

قسنطينة، 2004، ص71.

كما يقترح هذا البراديغم على الباحثين المهتمين بوسائل الاتصال الجماهيري طريقة لتناول الظاهرة الإعلامية والاتصالية، وهي تتمثل في دراسة الاستخدامات المستعملة من طرف الجمهور ومعاينة مدى الرضى المتحقق منها، فاهتمام الباحثين يصبح منصبا على استعمال الناس لهذه الوسائل أكثر من الاهتمام بتأثيرها على الناس.

وقد أعتُمد هذا المنظور خلال الستينات في العديد من الأبحاث المتفصلة حول نظرية الاستعمالات والرضى، حيث تساءل الباحثون الذين أسقطوا فرضيات هذا البراديغم على سلوك الأفراد قبل تعرضهم إلى وسائل الاتصال وبعده، فقد عملوا على اكتشاف المجموعات التي تستهلك محتوى إعلاميا محددًا، ثم طلبوا من هؤلاء الأفراد لماذا يستهلكونه؟

زعزعت الأبحاث الميدانية الكثيرة حول استعمالات الناس لوسائل الاتصال موقع البراديغم السلوكي (المثير- الاستجابة) وأدت إلى تركه وتعويضه بتمثيل جديد لتأثير وسائل الاتصال، حيث أصبحت الرسائل الوسييلة لا تؤثر إلا إذا كانت للمستقبل قابلية لتقبلها، بمعنى آخر ندرس انتظارات وطلبات ورغبات الجمهور اتجاه الوسائل.

إنّ المقاربات التي يتيحها البراديغم الوظيفي دراسة الوسائل الاتصالية عديدة، نذكر منها:

✓ **نظرية الاستخدامات والإشباعات:** تبحث في الإشباعات التي تحققها وسائل الإعلام للجمهور، أي أنّ الجمهور ينتقي وسيلة إعلامية معينة بناء على حاجات يريد إشباعها. في هذا السياق، أصبح السؤال المطروح في البحوث الإعلامية: ما الذي يفعله الجمهور بوسائل الإعلام؟ بدل ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالجمهور؟ عمّق تيار الاستخدامات والإشباعات في الثمانينيات من القرن الماضي، مفهومه الخاص للقراءة المتفاوض عليها: المعنى والتأثيرات تولد من تفاعل النصوص والأدوار التي يضطلع بها الجمهور، وإنّ فك الرموز يرتبط بمدى مشاركة الجمهور في عملية الاتصال، وترتبط المشاركة ذاتها بالطريقة التي تبني بها مختلف الثقافات دور المتلقي.

✓ **نظرية ترتيب الأولويات:** ومفادها أنّه أثناء عمليّة صناعة الأخبار، قد تقوم وسائل الإعلام باختيار بعض القضايا من بين الكمّ الهائل لها، في الوقت الذي لا تكتسي فيه أهمية في أذهان الجمهور، وتصبح هذه القضايا مع مرور الوقت، والتّوكيد عليها، وتكرارها، مهمّة في أذهان الجمهور، هذا ما جعل "كوهين" Cohen يصرّح بما يمكن اعتباره أصل الصياغة في نظرية الأجندة: بينما وسائل الإعلام لا تقول لنا كيف يجب أن نفكر، فإنها تكون ناجحة بصفة مذهلة في تحديد ما نفكر حوله، وما الذي ينبغي أن نعرفه وأن نشعر به.

المحاضرة الثانية: التفاعلية الرمزية

تعكس تحليلات التفاعلية الرمزية مرحلة بحثية وعلمية خاصة في مجال علم الاجتماع، ظهرت بصورة خاصة بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية، حيث ركّزت التحليلات السوسيولوجية على دراسة القضايا والمشكلات الصغيرة، أو ما يُعرف بمدخل التحليلات السوسيولوجية الصغرى، وذلك بعد نقد مدخل التحليلات

السوسيولوجية التقليدية والتي اتخذت من المجتمع والبيئة الخارجية الثقافية والاجتماعية وحدة الدراسة والتحليل، في حين اهتمت التفاعلية الرمزية بالقضايا والمشكلات المعقدة المتمثلة في السلوك والتفاعل والمواقف الاجتماعية والجماعات الصغرى والفرد، والمواقف والانفعالات.¹

الجدور الفكرية لظهور التفاعلية الرمزية:

يرى الكثير من المؤرخين في مجال النظريات السوسيولوجية أن نظرية التفاعلية الرمزية لم تأت من فراغ، بقدر ما ترجع إلى ظهور النزعات الاجتماعية السلوكية، أو ما يُعرف بالنزعات النفسية الاجتماعية، التي تعود إلى مجموعة من العلماء الأوروبيين والأمريكيين، أو ما يُعرف بمدرسة شيكاغو التي تأسست خلال السنوات الأخيرة من القرن العشرين،

من ناحية أخرى، فإن التفاعلية الرمزية بالرغم من ارتباطها أساسا بالنزعات السلوكية أو النزعات النفسية الاجتماعية، والتي تمثلت في تحليلات عدد من علماء النفس الاجتماعي التقليديين من أمثال جورج هربرت ميد، وجورج هومانز وتشارلز كولي، وخاصة تحليلاته حول الجماعات والجماعات الأولية، إلا أن التفاعلية الرمزية كنظرية قد تأثرت أيضا بتحليلات علماء اجتماع تقليديين من أمثال ماكس فيبر وتحليلاته حول نظرية الفعل الاجتماعي.

ويعتبر جورج هربرت ميد الأب المؤسس لنظرية التفاعلية الرمزية من خلال تحليلاته حول:

- الذات والعقل.

- التفاعل الاجتماعي.

- المعنى الرمزي

توفر نظرية التفاعلية الرمزية حقلا دلاليا مهما ومفيدا لدراسة أشكال التعبير عن الهوية بصفتها ممارسة تفاعلية تواصلية تحتوي على كافة عناصر التواصل على اعتبار أن التفاعلية الرمزية أعطت اهتماما بالغاً بعملية الاتصال والتواصل والتفاعل بين الأفراد في المجتمع وركزت على أهمية الدور الذي يلعبه الاتصال والتفاعل الاجتماعي في عملية بناء الفرد لذاته معتبرة أن شخصية الفرد ليست سوى نتاج لعملية اتصاله بالآخرين وتفاعله معهم في المواقف الاجتماعية المختلفة.²

فقد اهتمت التفاعلية الرمزية بالديناميات النفسية الاجتماعية لتفاعل الأفراد في جماعات صغيرة، وركزت على المفاهيم والمعاني التي وجدت وتمت المحافظة عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد، كما ترى

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان، النظرية في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2006، ص 167.

² عائشة لصلح، أشكال التعبير عن الذات عبر الفيسبوك: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2017-2018، ص 135.

النظرية أن هويتنا أو إحساسنا بالذات يتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي، ويتشكل أيضا مفهوم الذات من خلال كيفية تفاعل الآخرين وعنونتهم لنا، وهو يعد من الإطارات النظرية المناسبة لدراسة الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، فالأفراد يتفاعلون من خلال الشبكات الاجتماعية من خلال استخدام النص والصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية، وهذه الوسائل تمثل معاني ورموز لهم، فالمستخدمون يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشياء لهم، ويتشكل لديهم ذوات الكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين.¹

وقد أولت النظرية عملية التأويل أهمية خاصة، إلى الحد الذي جعل منها بلومر Bloumer نقطة الارتكاز في عملية بناء الذات وتطورها، فالتأويل عنده نوعان مترابطان وكل منهما ضروري للآخر: تأويل خارجي يقصد به عمليات التفاعل والاتصال الذي يخلق الفرد بواسطته عالمه المشترك مع الآخرين، وتأويل داخلي يحدث بين الفرد ونفسه، إذ يقوم الفرد بتأويل دلالات المعاني والرموز التي تكونت لديه من خلال محادثاته وتفاعله مع المجتمع، أي النظر إلى الذات كما يراها الآخرون وكما يراها هو.²

ويرى هال أن التفاعلية الرمزية هي أفضل مثال على فكرة الهوية الفردية، فهوية الفرد تتشكل فقط من تفاعل الفرد مع الآخرين، ونظرة الفرد للآخرين تتشكل جزئيا من طريقة نظر الآخرين لذلك الفرد، وحسب رأي التفاعلية الرمزية فإن الناس يستمرون في امتلاك فرديتهم ولكنها ليست فردية متميزة كليا عن المجتمع، فالهوية تعمل كجسر بين الفرد الاجتماعي والفرد الخالص، وبامتلاك الأفراد لهوية معينة فهم إنما يتمثلون قيم ومبادئ معينة تصاحب تلك الهوية فهي تسمح لسلوك الأفراد ليكون مشابه من جانب الآخرين وكذلك تجعل السلوك في المجتمع أكثر نمطية وانتظاما.³ وقد استعمل كولي وهو أحد أبرز منظري التفاعلية الرمزية مفهوم الذات المرآتي كاستعارة عن سيرورة الذات مع الآخر، إذ أشار إلى أن الفرد يعايش ثلاث سيرورات في مسار اكتساب الذات الفردية:

- أن الفرد يتخيل أولا الطريقة التي يظهر بها اتجاه الآخرين (وهي الوضعية المرادفة لعملية النظر في المرأة)
- يتخيل هذا الفرد تقييم وحكم الآخرين على هذا المظهر.
- يكون إحساسا خاصا بذاته، مثل الاعتزاز أو الإذلال، (بناء على نظرة هؤلاء الآخرين) ويتصرف بناء على ذلك.

¹ إسماعيل محمود علي، الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية، مكتبة الوفاء، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2015، ص 14.

² نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016، ص 45.

³ هارلمس وهولبورن، سوشولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر سوريا، الطبعة الأولى 2010 ص 97.

هذه السيورة التأويلية مستمرة وتتوقف ذات الفرد في ذلك على التصور الذي تحمله عن نظرة الآخرين اتجاهها، إذ لا توجد ذات فردية دون مشاركة ذوات الآخرين في تشكيلها، فهي انعكاس للآخرين في الوقت الذي تساهم بدورها في تشكيل ذوات الآخرين.¹

كما يرى جورج هربرت ميد George Herbert Mead، وهو أحد رواد المدرسة التفاعلية أن المبدأ الأساسي في أي تجمع إنساني هو "الاتصال" والذي يقتضي المشاركة مع الآخر، الأمر الذي يتطلب أن يظهر الآخر في "الأنا" وأن يتمثل "الأنا" في الآخر، وبأن يصبح واعين بالأنا بفضل الآخر² ووفق هذه النظرية أيضا يتم الاتصال والتفاعل ولعب الأدوار بفاعلية عن طريق جملة من الرموز ذات الدلالة المشتركة لدى أعضاء المجتمع والثقافة الواحدة

إسقاط فرضيات النظرية على مواضيع مرتبطة بوسائط الإعلام الجديد: وفرت التفاعلية الرمزية العديد من المقاربات المفسرة للظاهرة الاتصالية في بعدها التقليدي والجديد، باعتبار الاتصال هو جوهر أي تجمع إنساني، فقد ركت النظرية على التفاعل بصفته وقوع فعل بين شخصين، وحاولت فهم وتفسير العملية التفاعلية من خلال تفسير المعاني والدلالات التي يضيفها الأفراد على أفعالهم، وباعتبار نموذج التفاعلية الرمزية اهتم بالرمز واللغة والمعاني المستخدمة في عمليات التواصل، وعمليات بناء المعنى، فقد وقر النموذج إطار معرفيا مهما لتفسير سيورة العملية الاتصالية وفهم وتفسير الدلالات التي يضيفها الأفراد على رسائلهم التواصلية بصفته رموزا ذات دلالات اجتماعية.

كما وظفت النظرية في مجالات الاتصال الثقافي وعلاقات الاتصال بالهويات الفردية والثقافية، فالأفراد من خلال تفاعلهم المباشر عبر رموز ورسائل قد يكتسبون خبرات وقيم ورموز ذات مضمون اجتماعي أو ثقافي أوديني يحقق الهوية ويقوي الانتماء الثقافي والاجتماعي لديهم. كما أنهم، ومن خلال تماثلهم لدوائهم، يضيفون معاني ودلالات على الأنماط الاتصالية التي يتواصلون عبرها. ما يمكنهم من الاستقلالية والقدرة على الاختيار في ظل تعدد المجالات الاتصالية المتاحة.

ومن جانب آخر يمكن إسقاط افتراضات التفاعلية الرمزية على وسائل الإعلام، حيث نجد أنّ وسائل الإعلام تمثل جزءا مركزيا من عمليات الاتصال في المجتمعات الحديثة، فهي تقدم بالصورة والكلمة تفسيرات للواقع الذي يضفي عليه من يتلقون الرسالة الإعلامية صبغة ذاتية. والناس يمكن أن تقيم أبنية ذاتية ومشاركة لمعنى الواقع المادي والاجتماعي الذي يعيشونه من خلال ما يقرؤونه أو يسمعون أو يشاهدونه. من ثم فإن سلوكهم الشخصي

¹ عبد الرحمان عزي، الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، دار الأمة، الجزائر، 1995، ص28.

² رضوان بوجمعة، الاتصال التقليدي في الجزائر: مقارنة انثروبولوجية، مخبر علم الاجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010، ص43.

والاجتماعي يمكن أن يتحدد جزئيا من خلال التفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام للأحداث الاجتماعية والقضايا التي لا توجد مصادر معلومات بديلة عنها.

المحاضرة الثالثة: البراديغم النقدي

يتأسس فكر مدرسة فرانكفورت النقدية كأحد أهم المدارس الاجتماعية الحديثة في الغرب على مزيج من أفكار فرويد - في تحليل ظاهرة الفردانية في المجتمع التقني الحديث، وربط الظاهرة السلطوية بالأبعاد النفسية اللاشعورية الكامنة في نفسية الفرد- وكارل ماركس - في اعتماد مقاربات التغيير والصراع والمفاهيم النقدية- وماكس فيبر- عن نظريته عن الفعل الاجتماعي.

وقد مثّلت هذه المدرسة ابتداء من منتصف العشرينات من القرن العشرين أداة نقد للمنطق والثقافة والفلسفة في الغرب، حيث تقوم آلية النقد لدى هذه المدرسة على تحليل ظروف إمكانية وحدود الملكات المنطقية التي يباشرها المنطق ذاته، فالمنطق وهو يفترض منطقاً تأملانيا ذاتياً أو متعالياً يحلل وينتقد نفسه في صيرورة نشاطه التشريعي في بناء العالم¹

وهكذا تميّز الإشكال المعرفي في تقديمات منظري النظرية النقدية في التحليل النقدي الذي خص مجال الثقافة باعتباره فضاء تتصارع فيه القيم المستقلة مع المتطلبات الإيديولوجية، حيث وعلى عكس النموذج الماركسي المتمحور حول المنظور المادي الاقتصادي بتركيزه على البنى التحتية - وسائل الانتاج- على حساب البنى الفوقية - الثقافة- أعطت المدرسة النقدية أو ما يطلق عليها اسم الماركسية المحدثّة new marxisme الأولوية في تحليلها للمحيط الثقافي والاجتماعي واهتمت بالثقافة كمؤسسة اجتماعية تتفاعل مع غيرها من المؤسسات في إطار المنظومة المجتمعية، في محاولة من المدرسة تجاوز الثغرات في الفكر الماركسي كما عبّر عن ذلك أحد روادها طومسون بقوله: "انشغالي الأساسي هو تناول ما صمت عنه ماركس؛ ما هو ثقافي و معنوي"² وهذا ما جعل البعض يطلق على المدرسة النقدية اسم المدخل الاجتماعي الثقافي لدراسة الظاهرة الاتصالية.

وقد برزت مدرسة فرانكفورت إلى الميدان ابتداء من سنة 1923 عندما قام مجموعة من المثقفين الألمان بتأسيس معهد البحوث الاجتماعية بمدينة فرانكفورت الألمانية، بهدف إعادة بعث التحليل النقدي الماركسي وفق توصيات المؤتمر الخاص بالماركسية المنعقد سنة 1922³ وقد كان معهدا حرا غير مقيد بالنظم الجامعية والأكاديمية وبناء على ذلك أرست المدرسة منظورا جديدا يقوم على فلسفة اجتماعية ترى ذاتها كنظرية نقدية، فعوض أن

¹ عزى عبد الرحمان، الفكر الاجتماعي المعاصر و الظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، الأمة، 1994، ص120.

² Armand Mattelart, **cultural studies story :la domestication d'une pensée sauvage?** © Réseaux n°

80 CNET – 1996, p.5

³ Olivier Dhilly, **La critique des industries culturelles par l'école de Frankfort : la mystification des masses** 27/06/2007 texte en ligne, www.clemi.org/.../download_fichier_fr_ecole.de.frankfort.pdf

تتخبط بالانتماء الى المجتمع وتسلم بنظمه، لم تتردد عن نقده والبقاء خارجه، لتقوم بدورها كاملا في النقد كاشفة عن مصادر العطب الذي يطالبه وتتوجه موضوعيا نحو تغييره.

لكن صعود هتلر إلى السلطة في بداية الثلاثينات من القرن العشرين دفع بأعضاء المعهد أمثال هوركايمر وأدورنو وماركيوز.. إلى الهجرة واللجوء إلى أمريكا ونقل أعمال المعهد مؤقتا إلى جامعة كولومبيا بالولايات المتحدة الأمريكية حتى عام 1950.

وبعد أن وضعت الحرب أوزارها، عاد المعهد ليستأنف نشاطاته في المدينة الأصل فرانكفورت ليشتهر باسم المدينة "مدرسة فرانكفورت النقدية"، ولم تبق مدرسة فرانكفورت مجرد معهد، إنما أضحت تيارا فكريا وفلسفيا يقوم على آليات تحليل الظواهر الاجتماعية وفي مقدمتها الظاهرة الثقافية.

وفي أمريكا وبتوظيف المناهج الإمبريقية الأمريكية واصل رواد المدرسة دراسة وتحليل واقع الثقافة الغربية ومعالم الاضمحلال الثقافي في ظل الإنتاج الصناعي للمواد الثقافية، والتركيز على البعد التجاري على حساب الأبعاد الإنسانية، وفي مؤلفهما المعنون بجدلية العقل خصص كل من أدورنو وهوركايمر فصلا مستقلا للحديث عن الصناعات الثقافية كمفهوم جديد يجمع بين ميدانين منفصلين ظاهريا هما الصناعة والثقافة، ويبين كيف حوّل الإنتاج الصناعي الثقافة إلى سلعة لا فرق بينها وبين السلع الأخرى إلا بمقدار تواجدها في السوق التجاري.

فالصناعة الثقافية نموذج لإفلاس الثقافة، لأن تحول الفعل الثقافي إلى قيمة تجارية يقضي على قدرته النقدية ويمحي بصمات التجربة الأصيلة فيه.¹ و يعزو رواد المدرسة النقدية الوضع الذي آلت إليه الثقافة الغربية وبالأخص الأمريكية في زمن تسليعها التجاري إلى انعدام الوصاية الفلسفية النقدية وسيادة أدوات السيطرة الاجتماعية الجديدة.

وفي سياق تحليل الثقافة في إطار انتاجها الصناعي تندرج تحليلات المدرسة لمنتجات الثقافة الجماهيرية على اعتبار أن الصناعة الثقافية تُمثّل الأشكال التاريخية الأولى للإنتاج اللامؤسستي للثقافة المشتركة culture commune لا بمعنى أن تكون الثقافة ملكا للجميع، إنما أن تكون معروفة لدى الجميع² بما تحمله من خصائص الإنتاج الجماهيري: الجمهرة و المعيارية والتبسيط والسلعة.

ويأتي نقد الثقافة الجماهيرية من لدن مدرسة فرانكفورت في سياق اتجاهها النقدي للأوضاع الاجتماعية والثقافية المهيمنة، حيث وعلى عكس الاتجاه البنيوي الذي يرى في وسائل الإعلام عاملا مساعدا على الحفاظ على توازن واستقرار المجتمع، ترى النظرية النقدية أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة على فرض نفوذهم والعمل على دعم الوضع القائم، لذلك كانت دراساتهم النقدية للأوضاع الإعلامية وانتشار الثقافة

¹ Marie FRANCO, **Regards sur la réception : la culture de masse, pour qui ? Pour quoi faire ?** p305

² Eric Macé, **penser les media cultures ;nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation de monde**, Armand colin, , Paris, p.12

الجماهيرية بديلا عن الثقافة الراقية أو الرفيعة التي ترتقي بأذواق الجماهير لوضع تفسيرات خاصة بانتشار صور المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة على المجتمع.¹

وهكذا تركزت أبحاث المدرسة النقدية على المنظور الاقتصادي بتوظيفها لمقاربة الاقتصاد السياسي في دراسة المؤسسة الإعلامية بصفتها مؤسسة اقتصادية تساهم في الإنتاج الصناعي للثقافة، وعلى المنظور الثقافي في تحليلها للنصوص الإعلامية، وعلى مقترب التلقي في دراستها لتلقي الجمهور للتأثيرات الاجتماعية والإيديولوجية للثقافة الجماهيرية.

وضم التيار النقدي فلاسفة من أمثال ماركيز Marcuse صاحب كتاب "الإنسان ذو البعد الواحد"، أدورنو Adorno ، وهوركايمر Horkheimer صاحبي كتاب "جدلية العقل" الذي يدرس الثقافة الجماهيرية ويؤسس لمفهوم الصناعة الثقافية، وأدباء من أمثال بن جامين، وعلماء اجتماع وفلاسفة من أمثال هابرماس، وبهذا تنوعت المداخل الفكرية للنظرية في تحليلها لمنتجات وسائل الإعلام وتنوعت بذلك تحليلاتهم ومواضيع دراساتهم من أدب وموسيقى شعبية وأوبرا صابونية، وعلى الرغم من تنوع مشارب وتيارات الأنموذج le paradigme إلا أنها تستهدف جميعا تجديد النموذج النقدي التقليدي في دراسات الاتصال الجماهيري.

وبهذا اعتبرت النظرية النقدية ليست نظرية وصفية فحسب، بل هي وسيلة للتحريض على التغيير الاجتماعي من خلال توفير المعرفة، ومن خلال إظهار التناقضات والتفاوتات داخل النظام الرأسمالي، فهي نظرية توجهها فكرة التنظيم الاجتماعي الموافق للعقل، فهي مشروع كشف وحث ومعارضة : كشف عن الوجه الخفي للواقع والعلاقات داخله، وحث على التغيير في المجتمع، ومعارضة لأنها تهدف إلى التغيير الكلي للمجتمع. فالنظرية النقدية هي نقدية لأنها تساهم في جعل عدم المساواة الاجتماعية واضحة، وهي كذلك نقدية لأنها تحاول أن تغير العالم.

إسقاط فرضيات النظرية على مواضيع مرتبطة بوسائط الإعلام الجديد : من خلال منطلقات النظرية السابق ذكرها، والتي تمحورت حول التحليل الكلي للظواهر الثقافية في علاقاتها وتفاعلاتها بالوسائل الاتصالية، حاولت المدرسة النقدية فهم وتفسير الظاهرة الاتصالية في المجتمعات الغربية من منظور نقدي، فقد اهتمت النظرية النقدية بنقد التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، كما اهتمت بالعلاقة بين الثقافة ووسائل الإعلام، وبالدور الاجتماعي لوسائل الاتصال، كما ركزت على البعد الاجتماعي لوسائل الإعلام ودورها في التغيير الاجتماعي،

ومن أهم المرتكزات التي تمثل النواة المركزية التي دار حولها الجانب الأكبر في نقاشات مدرسة فرانكفورت نجد مقولات :

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، الطبعة 3، 2004، القاهرة، ص209

- **العقل الأداتي:** يُقصد به العقل الذي تتحكم فيه تكنولوجيا الاتصال وتحرره من ممارسة عملياته العقلية والإبداعية والنقدية، فهو أسير الفكر الوضعي وهيمنة الأداة على الأنشطة العقلية، وهو ما دعاه هوركايمر "أفول العقل" وأشار إليه هايدغر بقوله: إن ما ندعوه تقنية الأزمنة الجديدة ليس فقط أداة أو وسيلة يمكن أن يكون الإنسان اليوم سيدها أو ذاتها الفاعلة، فقبل ذلك وفي ما وراء هذه الوضعيات الممكنة نرى بأن هذه التقنية هي نمط تأويل العالم تم إقراره من قبل نمط وسائل المواصلات والتزويد بالمواد الغذائية وصناعة المسليات.

بل يحدد كل موقف للإنسان - في إمكانياته الخاصة - أي أنه نمط يسم بميسمه كل قدراته على التجهيز، وهذا ما يجعل التقنية غير قابلة للخضوع والتحكم فيها إلا عندما نخضع لها دون شرط ودون تحفظ. وهذا معناه أن التحكم العملي في التقنية يفترض من قبل الخضوع الميتافيزيقي للتقنية، هذا الخضوع يسير بمحاذاة الموقف الذي يقوم على الاستيلاء على كل شيء انطلاقا من مخططاته وتصميماته. انطلاقا من هذا يرى هايدغر أن التقنية لم تعد أداة في متناول الإنسان المعاصر بل أصبحت التقنية نفسها تستحوذ وتسيطر عليه، بل لم يعد قادرا على الانفلات من حتميتها وضراوتها، فسببت له التيه وعدم الاستقرار.

- **التشيؤ والغتراب:** تعتبر مقولات التشيؤ والغتراب من المقولات التي مثلت نواة مركزية دارت حولها الكثير من نقاشات مدرسة فرانكفورت، في تحليلهم للمجتمع الرأسمالي الصناعي الحديث، هذه المقولات تعتبر الإنسان في ظل الرأسمالية مجرد جزء ضئيل من جهاز الإنسانية الهائل، وهو قابل للاستبدال دوما، ومن بين الذين درسوا مدى تأثير إنسان العصر الحديث بفكرتي التشيؤ والغتراب نجد أدورنو وماركيوز هذا الأخير صاحب كتاب "الإنسان ذو البعد الواحد"، وقد أشار كل من أدورنو وهوركايمر إلى فكرة انحطاط العمل الفني الإبداعي في ظل المجتمع الصناعي، انحطاطه إلى حضيض السلعة في سوق الاستهلاك والمزايدة.

- كما قامت النظرية النقدية 2.0 بإعادة صياغة لمختلف الأطروحات النقدية حيال وسائل الإعلام التقليدية وخصوصا أطروحتي اللامساواة في الحصول على التقنيات الجديدة للتواصل، الهيمنة والاقتصاد السياسي، بما يتلاءم والمناخ الميديائي الجديد الذي يدور حول الانترنت والتشبيك.¹ إذ يقدم منظورها نظرة عامة حول الأطروحات الأساسية للنظرية النقدية في صيغتها المكيفة مع الميديا الجديدة وهذه الأفكار المستمدة في معظمها من أطروحات يورغن هابرماس وميشال فوكو تتمثل في ثلاث نقاط هي: القوة، العقلانية، الانغلاق، بالنسبة للقوة فإن أي نظرية لا تناقش مسألة القوة داخل المجتمع لا تستحق أن تكون نظرية، وبخصوص الميديا الجديدة فإنه من الضروري التساؤل حول مدى قدرة المستخدمين على الاستغلال الأمثل لمختلف الوسائط داخل

¹ نور الدين هميسي، الأطر النظرية والمنهجية لدراسات الميديا الجديدة: قراءات جديدة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، نوفمبر 2014، ص 66.

المجتمع، حيث يسمح منظور الاقتصاد السياسي بإثارة أسئلة مهمة حول من يتحكم في هذه الوسائط ومدى بلوغ الناس مرحلة الحرية التامة في استعمالها.

وبرأي روهل فإن هناك العديد من الدول المتقدمة تمارس رقابة كبيرة على استخدام الانترنت من قبل مواطنيها، وذلك بغية توجيههم نحو نمط المعيشة الرأسمالي، وتلعب الطبقات الاجتماعية دورا مهما في فهم ظاهرة الميديا الجديدة، لأن الطبقة داخل المجتمع تجعل من الثورة الرقمية ظاهرة ذات مستويات عديدة.

أما بالنسبة للعقلانية، فيفترض في كل نظرية أن تقدم طريقا لجعل حياة الناس أكثر عقلانية، وهو ما أخفقت فيه النظريات الوظيفية، وحول هذا الموضوع يقول روهل بأن الميديا الجديدة لم تستطع الخروج من نسق العقل الأداتي الذي نددت به المدرسة النقدية منذ بداياتها الأولى، حيث تدور مختلف الأسئلة حول استخدام هذه الوسائط بعيدا عن أي غائية غير تلك التي يحددها من يتحكم في التكنولوجيا.

وبالنهاية فإن مسألة الانغلاق تُطرح في المستوى الأخير من النقاش، فالنظريات الوظيفية ترفض النظر إلى أي أدلة لإثبات الحقائق لا تكون إمبيريقية مستمدة من الواقع الراهن الخاضع للملاحظة والقياس، وبالتالي فإنها لا تعترف بالأدلة التاريخية أو البحث الاثنوغرافي مثلا، ويرى روهل بأنه وعلى عكس المنظور الوظيفي فإن الاثنوغرافيا قدّمت أدلة عديدة عن قدرة الناس على استغلال الانترنت مثلا للخروج عن نسق النظام المفروض من أصحاب القوة داخل المجتمع، وذلك من خلال عمليات اجتماعية متكررة ترتبط بممارسة الهوية والجنس أو بالمقاربة التفكيكية للنصوص من خلال الفهم المشتت للمتلقين.

المحاضرة الرابعة : البراديغم السيبرنيطيقي

لا يزال البراديغم السيبرنيطيقي ورغم التطورات التي شهدتها مجال المعلومات مستمرا في احتلال موقع مهم داخل التأملات الفكرية حول الاتصال، فهذا الموضوع شكّل أولوية لدى المشتغلين في تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ورغم الاهتمام المحدود بالبراديغم السيبرنيطيقي من قِبَل الباحثين في حقل الإعلام والاتصال حسب ما تشهد بذلك رفوف المكاتب البحثية والمذكرات والبحوث في المجال، إلا أن البراديغم السيبرنيطيقي بعد ظهور المعالم والأسس الأولى له في أربعينيات القرن الماضي، لقي اعترافا كبيرا بين المشتغلين في الحقل المعرفية الطبيعية عموما والباحثين التقنيين على وجه الخصوص، وقد سُحب من العلوم التقنية (الرياضيات وعلم قيادة الصواريخ) إلى العلوم الإنسانية وبالضبط علوم الإعلام والاتصال ممثلا في النموذج الأكثر شهرة على الإطلاق وهو نموذج شانون، وهو طالب الأستاذ روبرت وينر مؤسس السيبرنيطيكا ومُطوّر نموذج السيبرنيطيكا.

والبراديجم السيبرنيطيقي هو براديجم كمي بالدرجة الأولى، وهو أحد البراديجمات الأربع الكبرى في علوم الإعلام والاتصال، حيث يدرس عمليات الضبط والتوجيه في العملية الاتصالية، بعد دراسة هذه العمليات على عدة مستويات من أجل الوصول إلى التحكم فيها¹.

صدرت المراجع التأسيسية للبراديجم السيبرنيطيقي " السيبرنيطيكا أو المراقبة والاتصال عند الحيوان والآلة" سنة 1947، فيما صدر "الاستعمال الإنساني للكائنات البشرية" سنة 1949، ولا يعد مؤسس السيبرنيطيكا وينر مجرد عالم رياضي معترف به، حيث كان عليه في غضون الحرب العالمية الثانية أن يحل بعض المشكلات الإجرائية ذات الصلة بقضايا الاستراتيجية العسكرية، بل إنه انخرط ضمن اتجاه للبحث دشنه العالم الرياضي الان تورين، الأمر الذي سيمهد لإنتاج أولى الآلات المعلوماتية، وبوصفه عالما لا يثق في رجال السياسة، فقد رد على البربرية المعاصرة بتقديم المشروع الطوباوي للإنسان التواصلي الذي يقول عنه فيليب بروتون أنه مائن دون جسد ولا سريرة.... كائن موجه كلياً نحو الاجتماعي... ليس له وجود إلا عبر المعلومة والتبادل...

هذه الخصائص الثلاثة لفكر وينر غير قابلة للفصل، كما أن السيبرنيطيكا (أو نظرية الأنساق العامة) التي وضعها هي في آن علم للأجهزة العضوية البشرية وغير البشرية، ولد بفعل التقريب بين سلوكات الأجهزة العضوية البيولوجية والمعدات التقنية، وفن لحكم أو قيادة شؤون العالم (كتب وينر أن السيبرنيطيكا هي حقل كامل لنظرية التحكم والاتصال، سواء داخل الآلة أو داخل الحيوان)²

وقد شكّل البراديجم السيبرنيطيقي حقلاً خصباً لمختلف الدراسات الإعلامية سواء المتعلقة منها بالجانب الفكري التأسيسي أو الجانب الميداني لتسهيل تعامل الإنسان مع الآلة، التي أصبحت في السنوات الأخيرة جزءاً هاماً يتحكم في حياة الإنسان من جهة وفي سيرورة البحوث العلمية من جهة أخرى.

نشأ البراديجم السيبرنيطيقي من ذلك العلم الذي يدرس آليات الاتصال والتحكم في الآلات وعند الكائنات الحية، وهذا البراديجم هو نموذج فرعي من البراديجم النسقي، فالسيبرنيطيكا هي علم الأنظمة الموجهة والتحكم فيها، إنها تدرس بالخصوص آليات الغاية التي تتحكم في تطور الأنساق، ويكون النسق كاملاً عندما يتطور إلى حالة جديدة كانت قد تحددت في وقت سابق، فالسيبرنيطيكا تسمح إذن بالتنظيم الذاتي³

¹ بظاهر هشام: التأسيس النظري لعلوم الإعلام والاتصال انطلاقاً من البراديجم السيبرنيطيقي دراسة تحليلية لعينة من منشورات

cairn.info

² بيرنار مييج، الفكر الاتصالي من التأسيس إلى منعطف الألفية الثالثة، ترجمة أحمد القصور، دار توبوقال للنشر، الدار البيضاء المغرب، 2011، ص 19.

³ أ. لارامي ب. فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم الاجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2004، ص 69.

فالسبيرنيطيقا مدخل نسقي وهذا الأخير يعتبر أن كل عناصر السلسلة الاتصالية متوافقة، بمعنى أن أي تعديل على مستوى واحد من الشبكة تنجر عنه انعكاسات على مجموع التنظيم، إن نقطة انطلاق المعلومة هي موقع التحكم في النسق.

ويستند البراديعم السبيرنيطيقي على مجموعة من الأسس والأفكار تتمثل أهمها في:

- **التحكم والضبط** كمفهومين رئيسيين: إذ يتضمن النموذج فكرة التحكم في السلوك الإنساني قصد توجيه وضبط هذا السلوك.

- يهتم النموذج بالاتصال الآلي وتبادل المعلومات: إنسان-آلة أو آلة-إنسان ودراسة التغذية المرتدة.

- تحتل "المعلومة" أهمية خاصة في النموذج السبيرنيطيقي، فهي المادة الأولية لمجتمع المعلومات، فحسب وينر مؤسس السبيرنيطيقا: إن مجموع المعلومات في نظام ما هو مقياس درجة تنظيمه، والتدهور هو مقياس درجة فوضويته، فقيام مجتمع المعلومات مشروط بالقدرة على تدوير المعلومات وتبادلها دون معوقات.

وفي هذا الصدد لا يجب أن نغفل الإشارة إلى Nobert Wiener من خلال كتابه "السبيرنيطيقا أو المراقبة والاتصال عند الحيوان والآلة"، وقد عبّر برنار ميبج عن فكر وينر من خلال ما كتبه Philippe Breton في هذا الشأن حول "الإنسان التواصل" الذي هو كائن من دون سريرة ولا جسد، يعيش في مجتمع بلا أسرار، كائن موجه كلياً نحو الاجتماعي، ليس له وجود إلا عبر المعلومة والتبادل، داخل مجتمع أصبح شفافاً بفضل الآلات المسهلة للاتصال "فهدف السبيرنيطيقا -في النهاية- مثلما يوضح ميبج هو تطوير لغة وتقنيات تمكننا من مواجهة مشكلة تنظيم أنواع الاتصال بصفة عامة، وكذا العثور على السجل الملائم من الأفكار والتقنيات لترتيب مظهراتها الخاصة حسب بعض المفاهيم".¹

غير أن النموذج السبيرنيطيقي يعد أكثر النماذج تهميشاً وغيباً في بحوث الإعلام والاتصال والسبب الرئيسي لذلك، وهناك أسباب أخرى "للإبعاد" المؤسسي للسبيرنيطيقا، يعود قبل كل شيء إلى أنّ مقارنة وينر تفضي بشكل طبيعي إلى مسألة السلطة. فتصوره لمسألة "التحكم" له شحنة سياسية بارزة، ويسلط الضوء جزئياً على عدم التكافؤ بين "صانعي القرار" و"المنفذين" مستوعباً إياه من زاوية التخصص الإعلامي والهوياتي، ويُسيّب عدم التكافؤ ويظهر على أنّه نتيجة ترتيب معين لمعالجة المعلومة وأنّه يجب تكييف هذا الجهاز بنشاط لكي يبقى في الزمن. ويشير إلى أنّ هذا التفاوت لا يشكل سوى شكل تنظيمي بين أشكال أخرى ممكنة، ومن ثمة فهو يفتح حقلاً جديداً للبحث عن بدائل تنظيمية²

إسقاط فرضيات النظرية على مواضيع مرتبطة بوسائط الإعلام الجديد :

¹ لحسن رزاق، المنعطف الرقمي وميلاد ميتافيزيقا المعلومات، مجلة وحدة تنمية الموارد البشرية، المجلد 17، العدد 3، نوفمبر 2022، ص 308

² سعاد سراي: البراديعم في علوم الإعلام والاتصال بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مرجع سابق، ص 406.

استعار الباحثون في مجال الاتصال التنظيمي في علوم الإعلام والاتصال من السيبرنيطيقا مفاهيم نظرية كمفهوم مسار المعلومة ومفهوم التحكم. حيث يسمح البراديغم السيبرنيطيقي باعتبار التنظيم كشبكة اتصال تعبر من خلال مختلف العقد، فيمكن إذن متابعة المرور التدريجي للمعلومة خلال هذه العقد، من أجل تقييم كيفية تأثير الشبكة على الإنجازية، المردودية والرضى في الجماعة، بهذه الطريقة تسمح المعلومة المحصلة بتقليص نسبة الشك وذلك بزيادة التحكم بل وحتى المعالجة في التنظيمات.

من استخدامات السيبرنيطيقا في علوم الإعلام نجد مجال الاتصال التنظيمي في علوم الاتصال، حيث استعار الباحثون من السيبرنيطيقا مفاهيم نظرية، كمفهوم مسار المعلومة ومفهوم التحكم. يسمح البراديغم السيبرنيطيقي باعتبار التنظيم كشبكة اتصال تعبر من خلال مختلف العقد، فيمكن متابعة المرور التدريجي للمعلومة من خلال هذه العقد، من أجل تقييم كيفية تأثير شبكة الاتصال على الإنجازية والمردودية ودرجة الرضى، بهذه الطريقة تسمح المعلومة المحصلة بتقليص نسبة الشك، وذلك بزيادة نسبة التحكم في التنظيمات. وكمحصلة لما سبق ذكره، يمكننا أن نورد هذا الجدول لبيان نقاط الالتقاء والاختلاف بين البراديغمات الأكثر شيوعا في علوم الإعلام والاتصال.

البراديغم التفسيري	البراديغم الوظيفي	البراديغم السلوكي	البراديغم السيبرنيطيقي
صادر عن المثالية الجرمانية	صادر عن الوضعية	صادر عن الوضعية وعلم النفس	صادر عن البراديغم النسقي
خصائصه	خصائصه	خصائصه	خصائصه
- المعاني والدلالات توجد في الأفعال الاجتماعية. تحليل المعاني الذاتية التي تكون محل إجماع في تفسير الواقع. يعطي الناس معنى لعالمهم بسلوكهم	- ينظر إلى المجتمع باعتباره كلا تنظيميا تُفسّر عناصره بالوظائف التي تؤديها. - الحقيقة الاجتماعية موضوعية - الاتصال هو عملية	- نموذج: مثير/استجابة - كل مثير تقابله استجابة ملائمة وقابلة للتوقع. - يفترض ردود أفعال آنية.	- الاتصال والتحكم في الآلات وعند الكائنات الحية. - علم الأنظمة الموجهة والتحكم فيها. - يهدف إلى التنظيم الذاتي فالغية هي التوازن عن طريق

الارتجاع. - مثال: جهاز أو أنظمة التحكم		- الرسالة هي أهم شيء في العملية - البحث عن العام	الاتصالي. - المجتمع هو بناء مشكل من التجارب الذاتية لأعضائه.
--	--	--	--

المصدر أ. لارامي ب. فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة ميلود سفاري وآخرون

المحور الخامس: المداخل النظرية التقليدية: التجديد في الطرح وتطبيقاتها على الوسائط الجديدة

تمهيد: تعرّف المداخل الإعلامية بكونها الاتجاهات الأساسية التي تم استحضارها لتفسير الظاهرة الإعلامية والاتصالية، فهي وفق هذا المعنى الإطار العام أو رواق التحليل الذي يوجه الباحث في فهمه للظاهرة، ويضم هذا الأخير مجموعة من الأسس النظرية والفرضيات والأدوات البحثية والمقاربات المنهجية بالإضافة إلى النظريات والنماذج التي تتكامل في تفسيرها للظاهرة المدروسة، ويتجلى هذا التكامل من خلال التقارب الفكري للباحثين المساهمين في هذه النظريات واشتراكهم في المبادئ والأسس، والتي تتسم في عمومها بالتكامل والاتساق المعرفي، في محاولة فهم وتفسير الفعل الاتصالي.

مع العلم أن الفترة الزمنية لعبت دورا أساسيا في تحديد هذه النماذج وتصنيفها، وتنعكس هي الأخرى الاتجاهات الفكرية والمعرفية السائدة في علوم الإعلام والاتصال في الفترات المميزة لكل مدخل، والاتجاهات النظرية في العلوم الإنسانية والاجتماعية باعتبارها مهذا لهذا العلم الموسوعي الذي لم يستقل كعلم قائم بذاته إلا في فترة متأخرة.

والمعروف عن هذه المداخل أنها لا تقتصر في تفسيرها للظاهرة الإعلامية والاتصالية على الفترة التي ظهرت فيها، بل يمكن تفعيلها في العديد من البحوث والدراسات الميدانية لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية الراهنة، يشترط في تفعيلها المنهجي والنظري احترام الرواق التحليلي الذي تندرج فيه، ومراعاة الأدوات البحثية والأسس النظرية لكل مدخل. وهنا تتنوع المداخل وتتعدد وتختلف تصنيفاتها واختارنا أهمها والتي لا بد من الاطلاع عليها لفهم سيورة البحث في علوم الإعلام والاتصال، وآليات تطبيق المناهج البحثية الخاصة بهذا العلم.

من هذا المنطلق سنتناول في هذا المحور أهم المداخل والمنطلقات النظرية في مجال علوم الإعلام والاتصال، بالعروج على أهم افتراضاتها ومبادئها ثم إسقاطها على مواضيع ترتبط بفضاءات الميديا والوسائط الجديدة.

المحاضرة الأولى

الدراسات الحديثة في مدخل التأثير

تحتل وسائل الإعلام مرتبة هامة في المجتمع، وتخترق جميع مجالات الحياة اليومية بمختلف أنواعها تقريبا، وتستحوذ على جزء كبير من الأنشطة اليومية للناس، كما تستحوذ على نسبة كبيرة من أوقات الفراغ، ولو أن الأمر

يختلف من مجتمع لآخر، كما أن التباين بين الأفراد وارد، لكن على العموم، يقضي الناس عددا معتبرا من الساعات يوميا أو أسبوعيا في مشاهدة التلفزيون أو تصفح مواقع الانترنت أو الاطلاع على محتويات شبكات التواصل الاجتماعي... وغيرها من أنماط وسائل التواصل.

وبسبب هذا التواجد الكلي *omniprésence* لوسائل الإعلام، وقدرتها على نشر محتويات ثرية ومتنوعة، أصبح الكثير من الناس منشغلين بوسائل الإعلام وبالتأثيرات التي يمكن أن تحدثها على عقول الأفراد ووجدانهم وسلوكياتهم.

وعليه، فإن قوة وسائل الإعلام وتأثيرها المفترضين، على امتداد السنوات الماضية، أدت إلى القيام بدراسات يصعب عدّها في مجالات متنوعة كالحملات الانتخابية ونشر المستحدثات، وتصوير العنف والعنصرية، وفي مجالات التعليم والصحة والتنمية السياسية والاقتصادية وقضايا الهوية والقيم الثقافية في البلدان الانتقالية، وما يميز هذه الدراسات هو ضمها للادعاءات والادعاءات المضادة حول تأثير وسائل الإعلام الإيجابي والسلبي على حد سواء، ولكن التأثير اعتبر سلبيا في معظمها.¹ ومهما يكن من أمر الاختلافات بين هذه النظريات ومنطلقاتها وافترضاها، إلا أن القاسم المشترك بينها هو إيمانها بتأثير وسائل الاتصال على الفرد والمجتمع، وإن اختلفت مستويات ومعايير هذا التأثير.

ويقع ضمن "أنموذج التأثير": مجموع النظريات والمقاربات التي تناولت التأثير البالغ والمباشر، والتأثير المحدود والفوري والطويل المدى، ثم المزيد من التأثير، وهي تهتم بالتحول أو التغير الذي قد يلاحظ في سلوكيات الجمهور ومواقفه وحالاته الانفعالية والذهنية والإدراكية والمعرفية أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام، وعلاقة هذا التغير، مقارنة بالوضع السابق للتعرض، بالقدرة المفترضة التي أسندت لهذه الوسائل في مختلف مراحل تاريخ أبحاث الجمهور.² وتوصف هذه النماذج، خاصة الأولية منها بكونها تشاؤمية لنظرها السلبية لقدرة الجمهور على مقاومة القوة الخارقة لوسائل الإعلام التي تحدث تأثيرا في اتجاه خطي شاقولي.

ويعرف مدخل التأثير بكونه أقدم الأطر المعرفية التي تم توظيفها في تفسير وفهم الظاهرة الاتصالية في علاقتها وتفاعلها بالنسق الاجتماعي العام، وبكونه أقدم الأطر المعرفية الموظفة، فقد كان مستمدا في الكثير من

¹ عبد الرحمان عزي، السعيد بومعيرة، الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات، الورسم للنشر والتوزيع، 2010، ص 326.

² علي قسايسية، مقاربات في دراسة جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص 15.

افتراضاته من العلوم الإنسانية والاجتماعية والسياسية التي لم يحدث استقلال علوم الإعلام والاتصال عنها إلا حديثا. وبهذا فإن معظم مؤطري المدخل ومنظره علماء نفس واجتماع وعلوم سياسية.

ويتمحور هذا المدخل حول فكرة رئيسية تدور حول تأثير الوسيلة الإعلامية على الجمهور، على اعتبار أن التأثير هو عملية تغيير أو تعديل أو تعزيز تحدثها الوسيلة الاتصالية في المتلقي، وهذا التعديل أو التعزيز أو التغيير أو الخلق يكون على مستويات عدة، فقد يكون نفسيا وجدانيا، أو معرفيا عقليا أو سلوكيا يمكن قياسه.

جدير بالذكر هنا أن هناك جدلا معرفيا في الأدبيات الإعلامية حول مفهوم الأثر أو التأثير وأيهما أدق في الاستخدام، ويميز الدكتور السعيد بومعيزة بين الأثر والتأثير، معتبرا الأثر هو العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور، أي التأثير المتبادل بين الرسائل الإعلامية، كمنبهات، والسلوك الذي يأتيه أفراد الجمهور كاستجابات لتلك الرسائل، في شكل تبادلي وليس في شكل خطي، كما هو الشأن بالنسبة للتأثير. والواقع أن كلا المصطلحين يعبر عن تلك العلاقة في سياق تاريخي وثقافي وتكنولوجي، لذا فإن التمييز بين المفهومين نسبي وليس مطلقا.¹

كما ارتبطت فرضيات تأثير وسائل الإعلام بالدراسات النفسية والسلوكية، والتي تتأسس على أن سلوكيات الفرد هي في الغالب استجابات لمثيرات خارجية، وهي النظرية المعروفة بالنظرية السلوكية، التي عاجلت أساس عمليات التعلم واكتساب الخبرات، والتي تندرج ضمن ما يسمى بنظريات: المثير-الاستجابة، والتي اهتمت بمجملها بالسلوك الفردي وعلاقته بالمثيرات الخارجية.

وفي الواقع، عندما نتحدث عن تقاليد بحوث التأثير فإننا نقصد تقليدين رئيسيين: التقليد الإمبريقي أو البحث الإداري، كما يسمى أحيانا، والتقليد النقدي، الذين، وغم تعارضهما كانا على اتفاق بخصوص قوة وسائل الإعلام وتأثيراتها على المجتمع الجماهيري الجديد الذي كان في طور التشكل، وبهذا تبلور السؤال الرئيس لتقليد بحوث التأثير في: ما هو أثر وسائل الإعلام على المجتمع.

وضمن أنموذج التأثير نذكر النظريات التالية:

- **نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام:** أطلقت عليها العديد من التسميات مثل: التأثير المتماثل أو المباشر أو نظرية الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد.

¹ علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، أطروحة دكتوراه دولة، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007، ص 42.

تستند النظرية في الكثير من افتراضاتها على نظرية فرويد في علم النفس التحليلي، والتي تفترض أن الإنسان تحركه قوى فطرية غير واعية وغير رشيدة ويتحكم فيه العقل الواعي بشكل جزئي ونتيجة لذلك فإن السلوك الإنساني ليس عاقلا أو رشيدا كما أن العقل الواعي نفسه ينقسم إلى قسمين الذات أو الأنا و الأنا الأعلى وهما يسيطران معا على هذه القوى غير الرشيدة ، ولا يحدث السلوك الرشيد إلا عندما تسيطر الأنا العليا سيطرة كاملة على هذه القوى. ومن نظرية فرويد طور لاسويل نظريته التي أطلق عليها "الحقنة تحت الجلد" والتي تفترض أن لوسائل الإعلام التأثير ذاته مثل الحقنة تحت الجلد.¹

ارتبطت فرضيات التأثير المطلق والقوي لوسائل الإعلام مع البدايات الأولى لظهور الوسائل الإعلامية مثل الصحافة والإذاعة والتلغراف، كما تزامنت مع الحملات الدعائية في أوروبا أو بين الحربين العالميتين الأولى والثانية، وامتدت إلى غاية نهاية الحرب الباردة، والتي عرفت بقوة وفعالية الدعاية من حيث الأسلوب التقنية والمضمون. وتزامن ذلك في الوقت ذاته مع تطور البحوث والدراسات النفسية والسياسية، والتي تم تفعيلها لتصميم الدعاية وتطوير أساليبها مثلما فعل وزير الدعاية النازي الشهير غوبلز والذي قاد حملة دعائية ممنهجة للترويج للفكر النازي.

وتعد هذه النظرية استجابة أو انعكاسا لفكرة المجتمع الجماهيري القائم على أفراد متنوعين مختلفين، متحررين من قيود الروابط الاجتماعية، حيث الصناعة والتحضر، وترجع تصرفات الفرد الأفراد في هذا المجتمع إلى العاطفة والاندفاع أكثر من التفكير والمنطق، وبسبب هذه الافتراضات فإن المجتمع الحديث كان يوصف بأنه حشد منعزل ومجتمع مكون من أفراد منعزلين ليسوا مرتبطين ببعضهم، ولكن يعملون على أسس من القوى النفسية الفردية الخاصة بكل فرد.

وتركز هذه النظرية على أن الأفراد متساوون في سماتهم وخصائصهم أمام الرسائل الإعلامية، كما أنهم سلبيون في تعاملهم معها، ومنعزلون أثناء تعرضهم لها، وبالتالي يتأثرون بقوة بمضامينها، وكانت تجربة الخبر الإذاعي حول الغزو الفضائي للمكوكات أكبر دليل على التأثير المباشر والقوي لوسائل الاتصال.

¹ <file:///C:/Users/user/Downloads/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%2005-%202021-1.pdf> تاريخ الدخول ديسمبر 2022

- **نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين:** في الفترة الممتدة بين أربعينيات وستينات القرن الماضي بدأ التشكيك في القوة الخارقة لوسائل الإعلام، وبدأ النظر إلى تأثيراتها في سياق سيرورة سوسيولوجية أعطت أهمية بالغة للعناصر الوسيطة في العملية الاتصالية.

وهذا بإعادة النظر في المبدأ الآلي الذي وضعه لاسويل حول التأثير الآلي والمطلق والمباشر، وقد تم تفنيد الفرضيات القائمة على التأثير المطلق من خلال دراستين: الأولى كانت بمناسبة الحملة الانتخابية الرئاسية الأمريكية لسنة 1940، والتي أنجزها بول لازارسفيلد ومعاونوه في جامعة كولومبيا، وهي دراسة شهيرة نُشرت بعنوان "اختيار الشعب" وكان هدفها هو البحث عما إن كان قرار التصويت لصالح هذا المرشح أو ذاك قد تأثر أم لا ب"التعرض" لوسائل الاتصال الجماهيري، وبعد هذا النموذج الذي تم إعداده انطلاقاً من معطيات إمبيريقية حول السلوكات الانتخابية، أو بالأحرى التصريحات بالاختيارات الانتخابية، الأصل الذي انبثقت منه سلسلة من الأعمال وجدت في ملتقى علم الاجتماع السياسي ودراسة آثار وسائل الاتصال¹ ومن خلال نتائج هذه الدراسة تحدت فكرة مفادها أن تأثير الوسائل الإعلامية ليس مطلقاً على الجمهور، إنما هو محدود، على اعتبار أن الاتصال في حد ذاته لا يتم مباشرة من وسائل الإعلام إلى الجمهور، بل يتم عبر مرحلتين: تتمثل الأولى في تدفق المعلومات إلى قادة الرأي، وتتجلى الثانية في تدفق المعلومات من قادة الرأي إلى الجمهور.

أما الدراسة الثانية فقد ظهرت سنة 1955 بعنوان: "التأثير الشخصي: الدور الذي يلعبه الأفراد في تدفق وسائل الاتصال" والتي أجراها لازارسفيلد وكاتز معتمدين فيها على معطيات ميدانية تعود إلى عشر سنوات سابقة، ويتعلق الأمر أساساً بدراسة سلوك المستهلكين في عالم الأزياء والترفيه، ومن خلال نتائج الدراسة اكتشف الباحثان أهمية "المجموعة النووية" وهو ما جعلهم يقاربون تدفق الاتصال باعتباره صيرورة تتم على مرحلتين حيث يعتبر دور قادة الرأي مركزياً.

- **نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام:** أجريت منذ الثلاثينيات إلى أوائل الستينات مجموعة من الدراسات الإمبيريقية المتفرقة على تأثير أنواع من المحتوى، خاصة الأفلام وبرامج الحملات الانتخابية والإشهارية، كانت العينة واسعة، لكن الاهتمامات تركزت حول إمكانيات استعمال الفيلم ووسائل أخرى في الإقناع النشط والإعلام.

¹ بيرنار ميج، الفكر الاتصالي من التأسيس إلى منعطف الألفية الثالثة، ترجمة أحمد القصور، دار توبوقال للنشر، الدار البيضاء المغرب، 2011، ص 11.

وقد أسندت تلك الدراسات، ابتداء من دراسة لازارسفيلد وكاتز، دورا متواضعا لوسائل الإعلام في إحداث التأثيرات المتوقعة أو غير المنتظرة وغير المرغوب فيها، لخصتها دراسة حول أبحاث الجمهور للباحث جوزيف كلابر نشرت سنة 1962 في العبارة التالية: "إن وسائل الاتصال لا تعمل عادة كسبب ضروري وكافي للتأثير في الجمهور، ولكن بالأحرى تعمل ضمن جملة من عوامل التبليغ الوسيطة المترابطة".

وكمحصلة للمحاضرة نذكر أننا اقتصرنا على بعض النماذج فقط في أنموذج التأثير، فهناك نظريات أخرى تندرج ضمن هذا المقترح مثل نظرية لولب الصمت، أو تحديد الأولويات، كما نذكر الطلبة أنه، ورغم قدم هذا التقليد، باعتبار نظرية التأثير المطلق هي أقدم نظرية، إلا أنه يمكن إسقاط فرضيات الأنموذج على الكثير من الممارسات المرتبطة بالميديا الجديدة من قبيل قادة الرأي الجدد في الميديا الجديدة، أو علاقة العوامل الوسيطة في تفسير رسائل الوسائط الجديدة وغيرها من الإسقاطات النظرية والمنهجية.

إضافة إلى أنه يجدر بالذكر أن مسألة تأثير وسائل الإعلام إشكالية معقدة بالنسبة لمدارس الإعلام ومقترباتها المختلفة، ومن بين العوامل المساهمة في التعقيد الذي تتصف به إشكالية تأثير وسائل الإعلام، يشار دائما إلى عامل الضعف النظري في ميدان علوم الإعلام والاتصال، نظرا لتبعيته إلى فروع معرفية أخرى، وعدم ملاءمة بعض تقنيات البحث فيه، بالإضافة إلى تعدد الوسائل، واختلاف المجتمعات والثقافات، علاوة على هذا، فإن تعدد دعائم الاتصال الوسيطي واندماجها المتنوع في الممارسات الاجتماعية، قد عثرتا المنهجية وأدوات التحليل التي تسمح بالدراسة.

المحاضرة الثانية

الدراسات الحديثة في مدخل الاستخدامات والإشباع

يشكل مقترب الاستخدامات مقتربا نظريا هاما وذا توظيف واسع في الكثير من البحوث الإعلامية والاتصالية لثراء فرضياته في محاولته لتفسير الفعل الاتصالي من منظور سوسيولوجي وتقني، بتجاوزه لمنطق ماذا تفعل الوسيلة الإعلامية بالجمهور؟ إلى زاوية ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة الإعلامية، أعطى هذا المنظور آفاقا واسعة لتفسير صيرورة الفعل الاتصالي في الكثير من تجلياته على مستوى وسائل الاتصال الجماهيري أو الوسائطي.

إذ يمثل الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال حقلا معرفيا مميزا قائما بذاته، ذي بعد نظري ومنهجي يهتم بالأساس بتوصيف طبيعة العلاقة التي تجمع بين الإنسان المستخدم والأداة الاتصالية الجديدة: الإنسان/

الوسيط الاتصالي، وهو مفهوم يقابله مفهوم التعرض لوسائل الإعلام التقليدية، وتهتم الأبحاث بهذه الظاهرة عادة بتحليلها مفاهيميا بتحديد الخصائص والصفات والسمات العامة والخاصة لهذا المفهوم، ومحاولة استخلاص المعنى الاجتماعي والثقافي من المعطى التقني، وكذا وضع أطر عامة لاتجاهات البحث فيها، وأخيرا تحليل الإطار الكلي الذي تتم فيه هذه العملية.¹

وقد وضح Pierre Chambat في مقال له حول دراسات الاستخدام أن "سوسيولوجيا الاستخدام" لا تعد تخصصا يقع ضمن علم الاجتماع، بل إنها انشغال تُعنى به ثلاث تخصصات وهي سوسيولوجيا التقنية، سوسيولوجيا الاتصال، وسوسيولوجيا طرق العيش. فالاستخدام يأخذ بعين الاعتبار مجمل الحركات اليومية، كما يمكن إدراجه ضمن نظام العلاقات الاجتماعية² فالتركيبية التقنية للاستخدام تفرض نفسها بقوة بالنسبة للتكنولوجيات الرقمية، فأى استخدام لأي وسيلة إعلامية يضم أيضا تعلم شفرات اللغة التقنية، كما تتطلب هذه الآلات مشاركة المستخدم ليس فقط في فك التشفير للرسائل، ولكن أيضا في طريقة عمل النظام التقني، فالمستخدم يملي أوامره على الآلة التي تفرض عليه بدورها المنطق التقني لطريقة استخدامها.

ينتمي صنف الاستخدام إلى تيار سوسيولوجيا الاستخدام، ويأخذ بعين الاعتبار سياق مجمل الحركات اليومية، كما يمكن إدراجه ضمن نظام العلاقات الاجتماعية بما فيها العلاقات بين النوعين والعلاقات بين الأجيال، تعتبر دراسة علم الاجتماع الفرنسي بيار بورديو حول الاستخدامات العادية للفوتوغرافيا في السياق العائلي أحد الأعمال الرائدة التي سمحت بتأسيس سوسولوجيا الاستخدام.

- **النماذج الأولى لدراسات الاستخدام:** من أوائل الدراسات التي بحثت سوسيولوجيا الاستخدام دراسة بيار بورديو عام 1965 حول استخدام الآلة الفوتوغرافية التي قارن فيها استخدام الآلة عند مزارعي بيرني من جهة، واستخدامها عند مصوري الصحافة من جهة أخرى، وبيّن أن نفس الجهاز المتمثل في آلة التصوير يختلف استخدامه حسب اختلاف البيئات، فقد تم تفضيل الأشياء في بعض المناطق وعدم تفضيلها في مناطق أخرى،

¹ أحمد عبدلي، الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال: الانترنت نموذجا، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عمار ثليجي الأغواط، العدد السادس جانفي 2014، ص 61.

² نصيرة هوارى، السياق الاتصالي لجمهور الانترنت: محاولة تحليل بمقاربة البناءات الذهنية الفردية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2010-2011، ص 27.

فإذا كان مصورو الصحافة يجعلون من أخذ صورة للأموات في مقدمة الصفحة الأولى، فإن المزارعين لا يقومون إطلاقاً بأخذ صور لموتاهم.¹

ويرجع أصل دراسة الاستخدامات في شكلها الحالي إلى الأعمال التأسيسية للباحث Michel De Certeau الخاصة بالتساؤلات التي طرحها بشأن الممارسات اليومية في مجال التكنولوجيا، وهكذا ارتبطت التساؤلات الأولى حول الاستخدامات بملاحظة عدم التطابق بين الاستخدامات المتوقعة، والاستخدامات الفعلية، فهل يُعتبر التحول عن الاستخدامات انحرافاً أم إبداعاً.²

- أسس ومنطلقات المقترح: ينطلق تقليد بحوث الاستخدامات، أو سوسيولوجيا الاستخدامات من فكرة أولية مفادها التمييز بين الاستعمال والاستخدام، لأن التمييز بين المستعمل والمستخدم هو الذي يسمح بتحديد درجة تملك التقنية من قبل الأفراد.

ويتطرق dictionnaire de sociologie إلى التمييز بين الفعلين بالإشارة إلى أن الفرد هو مستعمل لنظام ما أولاً، وكلما استعمل هذه التقنية بصفة مستقلة إلا واحتاج إلى تعبئة بعض المهارات الإدراكية والتقنية، والتحكم في الجهاز التقني يسمح بمنحه مرتبة المستخدم. وعليه فإن الاستخدامات هي الممارسة الاجتماعية التي يجعلها التقادم أو التكرار عادية في ثقافة ما.

ويمتد الاستخدام في الأصل إلى الماضي، بحيث يعنى بالتقنيات والممارسات السابقة، ويوجد ارتباط وتزاوج داخلي لوسائل الاتصال، كما يكون من الضروري في هذا السياق التمييز بين مفهومي الاستخدام usage والاستعمال utilisation فقد أدرج القاموس الفرنسي Le Robert عام 1999 معنيين لمفهوم الاستخدام³، يتلاقى الأول مع الممارسة الاجتماعية التي ومن خلال قدمها أو تكرارها المستمر تصبح ممارسات عادية في ثقافة ما، بمعنى أن الاستخدام يتم في سياق من الممارسات (العائلة، التسلية، العمل) وفي هذه الحالات من السياقات تتولد المعاني الاجتماعية للاستخدام. وعليه فإن الاستخدام ليس شيئاً طبيعياً إنما هو نتاج

¹ نصيرة هوارى، السياق الاتصالي لجمهور الانترنت: محاولة تحليل بمقاربة البناءات الذهنية الفردية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2010-2011، ص59.

² عبد الرحمان عزري، السعيد بومعيرة: الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص329.

³ Breton Philippe et Proulx serge, l'explosion de la communication à l'aube de xx siècle, la découverte, France, 1989, p256.

اجتماعي، فالاستخدامات تعني الممارسات الثقافية التي تحدث باستمرار في الحياة اليومية، والتي يتم التعايش معها وكأنها ممارسات عادية ومقبولة.

وذكرت جوزيان جوي أن الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال يستوجب فهمه على أنه بناء اجتماعي يرتبط بتطور طرق العيش والعائلة والمؤسسة، فالهواتف النقالة وأشكال الاستخدام والمعنى الذي يتم إضفاؤه على الممارسة ينبع من الجسد الاجتماعي. ويتم التسجيل الاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في أربع مراحل: تبني، اكتشاف، تعلّم، ثم جعلها مألوفاً (أو رفضها)، ويعد في هذا الصدد الممارس النشط أهم نموذج أوجدته سوسيولوجيا الاستخدام.¹ والممارسة تشير إلى جملة من العادات القائمة أو طرق ملموسة في الفعل حيث لا يغطي السلوك إلا جزء من الممارسة، وعليه فإن الحديث عن الاستخدامات بدلا من الممارسات والعادات يعني الاهتمام بانتظامية قابلة للقياس فيما يتعلق بطريقة استخدام شيء أو خدمة ما.

استعانت الكثير من الدراسات حول الوسائط الجديدة والاتصال الوسيط بمنظور الاستخدامات والإشباع حيث أنه يفسر العلاقة بين المستخدم والأداة - الوسيلة - في إطار الاعتراف بالمتلقي الإيجابي، والفاعل الذي لديه هدف محدد في اختياره للوسيط الإعلامي ولديه رغبات محددة يروم إشباعها من خلال هذا الاستخدام، فمن خلال السؤال المحوري الذي يتركز عليه هذا المقترح والمتمثل في "لماذا يستعمل الناس تلك الوسيلة بدل غيرها؟ في محاولة شرح كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام؟ وكيف يشبعون رغباتهم من خلال هذا الاستعمال؟ يمكن إسقاط فرضيات النظرية مع مواضيع ودراسات الإعلام الجديد من حيث:²

- مستخدم الوسائل التكنولوجية الحديثة مستخدم نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية ويرتبط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لديه بأهداف محددة.

- يختار المستخدم من الوسائل والمواقع الاجتماعية تلك التي يحصل منها على إشباع رغباته وحاجاته.

¹ نصيرة هوارى، السياق الاتصالي لجمهور الانترنت: محاولة تحليل مقارنة البناءات الذهنية الفردية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2010-2011، ص10.

² نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على غط العلاقات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 37.

- تتنافس مواقع التواصل الاجتماعي مع وسائل الاتصال الحديثة الأخرى لإشباع احتياجات المستخدم.
- فمن المتعارف عليه أنه بظهور وسيلة إعلامية جديدة فإنها تساهم في خلق دوافع جديدة وإشباعات جديدة وسط المستخدمين لها، وبالرغم من أن دوافع استخدام الانترنت والشبكات الاجتماعية خصوصا تتنوع إلا أن معظم دراسات الاستعمالات والإشباعات تبحث عن بعض أو كل الأبعاد التالية: ¹ الاسترخاء والمرافقة والعادة وتخصية الوقت والترفيه والتفاعل الاجتماعي والمراقبة الإعلامية والإثارة والهروبية.
- وفي دراسته عن الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي حصر الباحث جمال العيفة أهم الحاجات التي تدفع بالفرد لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في:
- اكتشاف الذات: بمعنى البحث عن كيف يكون رد فعل الآخرين، خاصة عند الإناث، وكيف يظهرن في عيون الناس وهذا بفضل السرية التي يتميز بها استعمال الانترنت، مما يدفع المستخدمين إلى الكشف عن بعض مظاهر ذواتهم لأن عواقب هذا الكشف منعدمة أو محدودة.
- التعويض الاجتماعي: أي تجاوز الخجل ونقائص الشخصية على العموم.
- استكشاف الهوية ولعب الأدوار.

كما أشارت جيسيكا لي باغ² في دراستها عن رغبة المستخدم في بناء هوية افتراضية مثالية عبر الفيسبوك أن المستخدم في البيئة الرقمية يسعى لخلق التأثير، لإشباع الفضول، لخوض مغامرات، وللتواصل والتعلم من خلال الاتصال بالشبكة. وفي هذه التجربة التفاعلية يتمكن المشتركون أكثر من أي وقت مضى من

¹ جمال العيفة، الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة بسكرة، العدد 10، جوان 2014، ص 294.

² Jessica Lee Pugh, A qualitative study of the facebook social network, the desire of influence, associate and construct a representative and ideal identity, op cit, p3

المشاركة والتواصل الرقمي، صانعين بذلك هويات رقمية أكثر تعقيدا وأكثر تمثيلا للعلاقات التي تسم الحياة الواقعية.

وقد ساهم انتشار الوسائط الرقمية على تنامي دراسات الاستخدامات والاهتمام بظاهرة فردنة وسائط الاتصال l'individualisation، كما يرتبط بالاستخدامات مقرب التملك الذي يوضح الفوارق في الاستخدامات والمستخدمين بالتركيز على السياق الاجتماعي للاستخدام والمعنى الذي تكتسبه التقنية بالنسبة للمستخدم، ويهتم بعملية إدماج الأشياء التقنية في الحياة اليومية للفرد، ويعني منطلق التملك أن التحكم الإدراكي والتقني للمعارف المرتبطة بالتقنية يسمح في نهاية المطاف بالاندماج الكلي لهذه التكنولوجيا في الحياة اليومية للفرد، وضمن هذا المقرب عكف الباحثون على توضيح أهمية بناء الهوية الشخصية والهوية الاجتماعية للأفراد في عملية تملك تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المحاضرة الثالثة

الدراسات الحديثة في مدخل انتشار المبتكرات

تعد نظرية انتشار المبتكرات من النظريات التي وضعت لتفسير السلوك الإنساني للإقبال على تبني الأفكار أو استهلاك المنتجات الجديدة في المجتمعات الإنسانية، ظهرت هذه النظرية خلال السنوات الأخيرة من الخمسينات والستينات متأثرة بنظرية تدفق المعلومات على مرحلتين التي قدمها لزارسفيلد وزملاؤه.

حيث وبنفس الطريقة وجد علماء الاجتماع الريفي أن نموذج نشر المعلومات على المزارعين يمكن فهمه في إطار تدفق المعلومات على مرحلتين وأنه يمكن النظر إلى عملية انتشار الأفكار الحديثة بين المزارعين على أنها مشابهة تماما لعملية التصويت في الانتخابات وأن النصيحة في الحالتين تتم تليبيتها من خلال الاتصال الشخصي وتأثير قادة الرأي تماما كما انتهت إليه دراسات التصويت الانتخابي.

تعود أصول نظرية انتشار المبتكرات إلى دراسات متفرقة قام بها باحثون اجتماعيون في عدة ميادين مثل الانتروبولوجيا والتربية والزراعة لمعرفة كيفية تبني المزارعين للأفكار الجديدة المتعلقة بأساليب

الزراعة الحديثة كما اهتم بها أيضا الباحثون في مجال التربية من خلال محاولة نشر طرق التدريس الجديدة أو فكرة تنظيم الأسر أو اقتناء الأجهزة واستخداماتها وغيرها من المجالات المختلفة لمعرفة أثارها في النظام الاجتماعي القائم. وتركز هذه النظرية على نشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات والتجديد بين أفراد المجتمع أو قطاع منه بهدف تحقيق التنمية.

تم إطلاق هذه النظرية من قبل العالم الأمريكي إيفريت روجرز Everett Rogers ضمن كتابه الذي يحمل اسم "انتشار الابتكارات"، وكان ذلك في عام 1962 وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام تكون أكثر فاعلية في زيادة المعرفة حول المبتكرات حين تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فاعلية في تشكيل المواقف حول الابتكار الجديد. وتبعاً لهذه النظرية فإن وجود مبتكرات جديدة يتم إدخالها إلى النظام الاجتماعي قد يكون لها قبول تدريجي مع مرور الوقت، وفقاً لمجموعة من المتغيرات والظروف التي تخص تلك البيئة الاجتماعية، التي يتم إدخال تلك المبتكرات إليها¹

والابتكار وفق هذه النظرية هو أي فكرة جديدة، أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة، بعبارة أخرى، يتحدد مفهوم انتشار المبتكرات على فكرة معينة أو موضوع ما يُدرك من قبل الفرد، وتكون هذه الفكرة جديدة، أو يتقبلها هو على أساس أنها جديدة، حيث يقول عنها روجرز: الفكرة المستحدثة تعتبر أساس التغيير الاجتماعي، وقد يكون هذا التغيير إما بالقبول أو الرفض، ولأن الاتصال عملية اجتماعية بحتة، فإن الأفكار المستحدثة تتطلب عملية الاتصال لتترسخ في النظام الاجتماعي.

من جهة أخرى، يركز منظرو الانتشار على تبني التجديدات ووتيرة انتشارها، فقرار الناس بتبني تكنولوجيا اتصالية معينة يتأثر إلى حد بعيد بالاتصال الاجتماعي مع الآخرين، حيث أن التكنولوجيا لا يتم إدخالها في عالم الفرد في عزلة وإنما ضمن شبكات من الأفراد، كما يخضع تبني التجديد إلى معايير محددة (الأفضلية والمطابقة مع القيم، ودرجة التعقيد...).

وتعتبر نظرية انتشار المبتكرات أحد النظريات الأساسية في العصر الحديث على اعتبار أنها تختص بظاهرة تبني المجتمعات للمخترعات الجديدة. والمقصود بالانتشار في هذه النظرية هو العملية التي يتم من خلالها المعرفة بابتكار أو اختراع ما، من خلال عدة قنوات اتصالية، النسق بين أفراد النسق الاجتماعي، كما تفترض النظرية

¹ سمير فاروق حسنين عفيفي، الإعلام المعاصر بين تداول المعرفة ونقل خبرات الفن التشكيلي، بحوث في التربية الفنية والفنون، المجلد 21، العدد 1، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، نوفمبر 2020، ص 39.

وجود علاقة بين انتشار المبتكرات وحدوث التغير الاجتماعي، وتعتمد درجة انتشار المبتكرات على فعالية الاتصال داخل النسق الاجتماعي بحيث يتم انتشار الفكرة الجديدة عبر مراحل إدراكية ومعرفية تتم على مستوى الأفراد، من خلال عمليات معرفية وإدراكية وتجريبية، ويلخص روجرز عملية تبني المبتكرات بوجه عام على أنها: العملية العقلية التي يمر بها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكرة أو الابتكار، حتى ينتهي به الأمر إلى تبنيها، وفق المراحل التالية:

- **مرحلة المعرفة أو الفكرة:** في هذه المرحلة يسمع الفرد بالفكرة الجديدة أو المستحدثة.
 - **مرحلة الاهتمام:** في هذه المرحلة يتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على الفكرة والسعي إلى المزيد من المعلومات بشأنها.
 - **مرحلة القرار:** في هذه المرحلة يزن الفرد ما تجمّع لديه من معرفة ومعلومات عن الابتكار أو الفكرة المستحدثة في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر، وما يتوقعه مستقبلاً، وينتهي به الأمر إلى أن يقرر إما رفض الفكرة أو إخضاعها للتجريب العملي.
 - **مرحلة التجريب:** يستخدم الفرد الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق، على سبيل التجربة، لكي يحدد فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة، فإذا ما اقتنع بفائدتها فإنه يقرر أن يتبناها ويطبقها على نطاق واسع، أما إذا لم يقتنع بها فإنه يرفضها.
 - **مرحلة التبني:** وتتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي، والفرد قد انتهى إلى قرار بتبني الفكرة المستحدثة بعد أن اقتنع بمجداها وفوائدها.
- يعتمد نموذج انتشار المبتكرات على أربعة عناصر وهي:
- **المبتكر والابتكار:** وهو أي فكرة جديدة تدخل النظام الاجتماعي
 - **الاتصال:** وهو العملية التي يتم بمقتضاها نشر المستحدث عبر قنوات الاتصال الرسمي أو الاتصال الشخصي.
 - **الوقت:** ويعني أن انتشار المبتكرات سيتم عبر مرور الزمن فالوقت ضروري لانتشار المبتكرات وفي تبني الناس لها.

- الأعضاء في النظام الاجتماعي: فالمبتكرات موجهة إلى أفراد في بنية اجتماعية معينة تجمعهم علاقات وتفاعلات.

يمكن إسقاط فرضيات نظرية انتشار المبتكرات على الوسائط في البيئة الرقمية من خلال تتبع سيرورة تبني فكرة أو منتج يرتبط بالوسائط الجديدة، على اعتبار أن النظرية قامت بوصف وتتبع كيفية انتشار الأفكار المستحدثة، وتفسير الأسباب والدوافع التي تقود الأفراد إلى الاقتناع بالمستحدثات الجديدة وتبنيها. كما تكتسي النظرية أهمية كبيرة في مجال الوسائط الجديدة، بقدرتها على تفسير كيفية تبني الأفراد للوسائط الجديدة وتطبيقاتها في ضوء المراحل الخمسة التي حددها روجرز.

المحاضرة الرابعة

الدراسات الحديثة في مدخل التلقي

يقصد بنموذج التلقي، النظرية العامة والنظريات الفرعية والمقاربات التي حوّلت محور الدراسة من محتوى الرسالة وعلاقته بالتأثير الذي قد يحدث في الجمهور، إلى التركيز على مصير الرسالة بعدما يتلقاها الجمهور الانتقائي القوي والنشط الذي أعيد له الاعتبار نتيجة تغيير استراتيجية البحث إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام.

فقد أحدثت مقارنة الإشكالية الجديدة بنموذج الاستخدامات والإشباعات ونموذج التأويل لدافيد مورلي نقلة نوعية في أبحاث الجمهور، حيث أصبح التركيز على العلاقة بين الرسالة والتلقي.

ففي حين يُعتبر المرسل هو مركز ثقل المعادلة الأدبية أو الثقافية، ينحو مركز ثقل المعادلة الإعلامية نحو المستقبل، وبالتالي يتعلق أساسا بالاستقبال الجماهيري للرسالة الإعلامية، والتي تتميز بكونها آنية تتجدد موضوعاتها بين الفينة والفينة، كما أن ارتباط مركز ثقل المعادلة الإعلامية بالجمهور أضفى عليها عديد الخصائص منها الجماهيرية والتبسيط والتعميم مما يجعل النص الإعلامي نصا مغلقا غير قابل - في معظمه - للتجديد، يدور ويتكرر بين وسائل الإعلام المختلفة وفق ما سماه بيار بورديو ظاهرة الحركة الدائرية للإعلام.

لذا فالخطاب الإعلامي محكوم بمدى استجابة الجمهور ومقدرته على استيعاب المعاني المرسلة، فمهما كان لدى المرسل من اختيارات لغوية وثروة دلالية رمزية فإنه مضطر للتصرف وفقا لصورة الجمهور المقصود بالمادة

الإعلامية، وبما أن الجمهور متسع القاعدة، فإن اللغة الإعلامية تنحو منحى البساطة، وقرب المأخذ، وتبتعد عن الحشو والتعقيد.

من هنا كان فهم الخطاب الإعلامي من طرف جمهور المستقبلين هاجس الدراسات الإعلامية وبؤرة تركيزها، لهذا احتلت دراسات إضفاء المعاني على الرسالة، وعملية الترميز وفك الترميز مكانة خاصة في الدراسات والبحوث الإعلامية، في سبيل الإجابة عن التساؤل الآتي: هل الجمهور مجبر على فهم الرسالة بالطريقة نفسها التي يريدها المرسل؟¹

فالعلاقة التي يقيمها المرسل مع وسائل الإعلام والاتصال هي علاقة شديدة التعقيد، إذ بالرغم من تباين النتائج التي توصلت إليها الدراسات التي تمت في مجال علوم الإعلام والاتصال، فإن الباحثين المعاصرين يتفقون على تعقيد الظاهرة الإعلامية والاتصالية، ويشددون على أن الاتصال الإعلامي لا ينظر إليه بوصفه نموذجاً خطياً يسير في اتجاه واحد، بل يعمل وفق نموذج دائري يتقاطع من خلاله الإرسال مع التلقي بشكل متفاعل، فالاتصال الإعلامي سيرورة دينامية يندرج ضمن سياق اجتماعي وثقافي محدد، كما أن الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام لا تقرأ مثلما تفسر، ومن ثم يجب تجاوز التعامل مع الرسائل (صور، نصوص، برامج) بطريقة موحدة، بل بوصفها رسائل متعددة المعاني والأهم من هذا كله أن المتلقي لا يعتبر سلبياً بل فرداً نشطاً وناقداً.²

درس التلقي في العديد من السنوات وبقي حبيس إطار التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام وثم النظر إلى المتلقي على أنه كان سلبياً، واعتبر الجمهور كحشد وكوم من البشر الذي كان لصيق البدايات الأولى لظهور هذا المفهوم حتى قبل ظهور وسائل الإعلام وهو الجمهور الذي يمكن أن تؤثر عليهم وسائل الإعلام بعد ظهورها بالكيفية التي يريدها مالكوها.

لكن النظرة إلى التلقي تغيرت بعد "موت الكاتب" لـ "امبرتو إيكو" و"نظرية التلقي" لـ "روبرت هولب" بمعنى أن بداية تأطير هذا النشاط ظهر في المجال السيميولوجي والأدبي لينتقل إلى المجال الاتصالي، وأصبح يُنظر إلى التلقي على أنه النشاط الذي يتم حسب السياق "السيقنة" contextualisation من أجل إدراك المعنى وتبني رسائل من طرف مستخدمين فاعلين يتفاعلون مع وسائل الإعلام.

¹ عائشة لصلح، مشاهدة أساتذة الجامعة البرامج التلفزيونية الثقافية دراسة ميدانية بجامعة فرحات عباس بسطيف، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2011-2012، ص 85.

² مخلوف بوكروح، التلقي في الثقافة والإعلام، مقامات للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2001، ص 10.

وأصل الأعمال التي قامت بتحليل التلقي باعتباره ممارسة نشيطة يعود إلى نص ستوارت هال 1973 حول التشفير وفك التشفير الذي نظر إلى التلقي باعتباره ممارسة ثقافية متموقعة اجتماعيا ترتبط بالممارسات في مجال الاستهلاك الإعلامي. ولقد اهتمت نظرية التلقي بوضوح بالفعل الإنساني باعتباره فعلا ذكيا يتركز على التفكير، وعليه يعتبر المتلقي فاعلا نشيطا يمارس ممارسة اجتماعية معقدة يتم تسييقها، وقد كانت الممارسة التلفزيونية بفضل انتشارها وتعميمها الميدان المحبب لأبحاث التلقي خاصة بعد دراسة كاتز حول مسلسل دالاس.¹

وجدير بالذكر أن إشكالية تلقي المنتجات الإعلامية طُرحت في السياق العام للتيارات النقدية وخاصة المدرسة الألمانية التي طورت نظرة نقدية في الستينات حول علاقة النص الأدبي بالقارئ، وينسجم هذا الطرح مع المنظور الذي طوّره رولاند بارث Barthes في دراسته الشهيرة موت المؤلف، ويلتقي أيضا مع منظور مدرسة فرانكفورت ومركز بيرمنغهام للدراسات الثقافية وما طرحه ستوارت هال Hall في نموذج الترميز وفك الترميز، والذي يعتبر مساهمة معتبرة دَعّمت ميدان الدراسات الثقافية في تفسيرها لصيرورة الفعل الاتصالي، حيث اعتبر أن هناك فوارق كثيرة في تفسير النصوص الإعلامية بسبب العوامل الاجتماعية والثقافية المشكّلة للنظام الثقافي والتي كانت - في الأدبيات السابقة - تركز على أن عملية الاتصال تسير في اتجاه واحد: مرسل ← رسالة ← مستقبل، غير أنه توصل إلى نتيجة مفادها أن الاتصال لا يسير في شكل خطي، وإنما يمكن للمستقبل أن يضفي تعديلات جديدة على الرسالة وفق العملية التالية: إنتاج ← انتقال ← توزيع ← استهلاك ← إعادة إنتاج.²

وفي السياق ذاته يرى هال أن مختلف رموز كل الأشكال التي يتم من خلالها بناء المعاني والرموز من خلال الرسائل الإعلامية يمكن أن يتنوع من موقع استقبال إلى آخر ويمكن أن يتغير من المرسل إلى المستقبل، أو بالأحرى من المرّز إلى الذي يفك الرموز وفق ثلاث أطر هي:³

- إطار الرموز المهيمنة: وفي هذه الحالة يتم فهم الرموز في الإطار الدلالي نفسه الذي تم وضعه من قبل المرسل، ويطلق على نموذج الاتصال في هذه الحالة اسم الاتصال الشفاف.
- إطار المفاوض: يقبل المشاهد في هذه الحالة بعض خصائص المعاني المهيمنة، إلا أنه يغير خصائص أخرى ليوافق معانيها وأهدافها.

¹ نصيرة هوازي، السياق الاتصالي لجمهور الانترنت: محاولة تحليل بمقاربة البناءات الذهنية الفردية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2010-2011، ص37.

² -Stuart HALL, **Codage/Décodage**, Réseaux, N°68, CENT, 1994

³ لعبان عزيز، فهم الخطاب التلفزيوني في السياق الثقافي عند هال، مجلة فكر ومجتمع، فصلية محكمة تصدر عن طاكسيج. كوم للدراسات والنشر، العدد الأول، 2008، ص32.

- إطار المعارض: يقوم المستقبل في هذه الحالة بقراءة في الاتجاه المعارض للرموز المهيمنة، في إطار هذه الحالة يفهم المشاهد الخطاب الإعلامي - التلفزيوني - فهما جيدا في كل منعطفاته السطحية منها والعميقة، ولكنه يفسر الرسالة بطريقة مخالفة تماما.

المحور السادس: المقاربات والمداخل النظرية الجديدة

المحاضرة الأولى

مقاربات حول سمات وخصائص الوسائط الجديدة

بعد تبلور ملامح الميديا الجديدة، بدأ التنظير لفهم النموذج الاتصالي غير المسبوق، وأوجه استخدامات الكمبيوتر في هذا النظام المعلوماتي الجديد، وتركزت هنا معظم المداخل على فهم الإعلام الجديد بناء على النماذج الاتصالية السابقة له، وشارك في وضع تصوراتها أساتذة إعلام وغيرهم من الذين يعملون في مجالات ذات صلة بالتطبيقات التكنولوجية.

وحتى الوقت الحاضر، لا يوجد ما يسمى نظريات الإعلام الجديد، بل يوجد ما يعرف بمداخل الإعلام الجديد أو نماذج لعملية الاتصال بالوسائل الجديدة غير التقليدية للإعلام، كما أنّ الباحثين وأساتذة الإعلام والاتصال يستخدمون في أبحاث ودراسات الإعلام الجديد نظريات الإعلام والاتصال الجماهيري المتعارف عليها، مع الأخذ بعين الاعتبار الأساليب الجديدة في الاتصال وتوظيف هذه النظريات بما يخدم وسائل الإعلام الجديدة، ومن المداخل والنماذج المستخدمة، وتسمى أحياناً بنظريات الإعلام الجديد، نجد مدخل نيغروبونتي وديفيز وبافلاك وغيرهم.

- أفكار نيكولاس نيغروبونتي: طور نيكولاس نيغروبونتي Nicholas Negroponte أفكاره حول الإعلام الجديد من خلال عمله في مختبر الإعلام الجديد بمعهد ماسشوستيس وهو يطرح الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في "استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البتات بدل الذرات كأدوات رئيسية في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل الكتروني وليس في شكل فيزيائي، أما الميزة الأكثر أهمية هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة والكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعاً، وقد تحقق هذا جزئياً عند ظهور مطبعة غوتنبرغ وتحقق أيضاً عند ظهور التلفزيون، وأخذ سمته الكاملة بظهور الانترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق وحقت نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس¹

¹ عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد: من فاندر بوش إلى نيكولاس نيغروبونتي، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 2009، ص 31.

- **النموذج الاتصالي لدى كروسي** : يشترك فين كروسي Vin Crosbie مع نيغروبونتي في نفس الأفكار ويعقد مقارنة ثلاثية متسلسلة بين الإعلام الجديد والقديم من خلال النماذج الاتصالية الكلاسيكية ليصل للقول بأن الإعلام الجديد يتميز بأن الرسائل الفردية يمكن أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر، وأن كل واحد من هؤلاء البشر له نفس درجة السيطرة ونفس درجة الإسهام المتبادل في هذه الرسالة.

ويعتبر كروسي أن قوة الإعلام الجديد المتصاعدة تتمثل في كونه يحفز وينتج آلات جديدة للإنتاج والتوزيع تعمل على خلق مفاهيم جديدة للأشكال الإعلامية ومحتوياتها.

يتميز الإعلام الجديد بحسب كروسي بما يأتي:

- الرسائل الفردية يمكن أن تصل في وقت واحد الى عدد غير محدود من البشر.
 - كل واحد من هؤلاء البشر له نفس درجة السيطرة ونفس درجة الاسهام المتبادل في هذه الرسالة.
- وبمعنى آخر فإن الاعلام الجديد، يتميز عن النوعين المذكورين الشخصي والجمعي بدون أن يحمل الصفات السالبة فيهما، فلا يوجد ما يمنع أي واحد من إبلاغ رسالة معينة والتواصل مع شخص آخر، كما لا يمكن منع أي شخص من إبلاغ رسالة لجموع من الناس وتخصيص محتوى الرسالة لكل فرد على حدة.

يقول كروسي : " لكي نفهم الإمكانيات التي تقف وراء قوة الإعلام الجديد علينا أن نتذكر بأن ملايين من الكمبيوتر التي تمثل شبكة الانترنت تقوم بالحصول على المعلومات وفرزها ونقلها لعدد غير محدود من البشر، وهؤلاء يمكنهم إجراء عملية اتصال بينهم في وقت واحد في بيئة تسمح لكل فرد مشارك مرسلًا كان أو مستقبلًا بفرض متساوية من درجات التحكم. كذلك عندما يقوم أي منا بزيارة موقع صحافي على شبكة الانترنت فإننا لا نرى الأخبار والموضوعات الرئيسة فيه فقط ولكننا نرى أجزاء من الموقع مخصصة لتلبية الاحتياجات الفردية الخاصة بالزائر. وهذا الأمر لا يعني هذا الزائر وحده، وإنما عملية التخصيص هذه تتم لملايين الزوار في وقت واحد وهو الامر الذي لا يمكن أن يتحقق في ظروف نظم الاتصال السابقة . أما القوة الصاعدة للإعلام الجديد فهي تتمثل في كونه سيحفز ويشيع آلات جديدة كليًا للإنتاج والتوزيع ستخلق مفاهيم جديدة تماما للأشكال الإعلامية ومحتوياته

- مدخل التصنيفات الثلاثة للإعلام الجديد : يضع ريتشارد ديفيز Richard Davis وديانا أوين Diana Owen الإعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع هي: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة، والإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة والإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة .

يعود النوع الأول إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف، ويشير إلى راديو وتلفزيون TalkShow والمجلات الإخبارية وبرامج الأخبار الحية والبرامج المسائية وبرامج الصباح المعروفة. النوع الثاني: إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة : تمثله جميع الوسائل التي نعيشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر، وهي الوسائل التي مكنت من إنفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات، أما النوع الثالث : إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة : فيه تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية، وحدثت حالة تماهي وتبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد

- مدخل بافلك للإعلام الجديد : بالنسبة لجون بافلك Pavlik فإن المشهد الخاص بتكنولوجيات الإعلام الجديدة يتغير بمثل سرعة تطور هذه التكنولوجيات، وهي تحدث تغييرا راديكاليا في كل ما يتعلق بالطريقة التي نتواصل بها والأشخاص الذين نتواصل معهم، كما أنها تغير كافة أوجه الحياة التي نعيشها من بناء العلاقات الشخصية إلى خلق المصادر المالية والرعاية الصحية وغيرها، وفي كل عام فإن خطوات التطور التكنولوجي تتسارع وفي كل صباح يعلن عن مبتكر جديد، وهو يرى "ضرورة توفر خارطة طريق" وإطار مفاهيمي لفهم أبعاد وآثار تكنولوجيات الإعلام الجديد، وواحدة من أدوات رسم هذه الخريطة تكمن في فهم وظائفها الأساسية وهي الإنتاج والتوزيع والعرض والتخزين، وبالرغم من أن هذا المدخل يبدو محدودا بسبب حالات التلاقي والتماهي بين خطوط وسائل الاتصال لكن من المفيد تمييز الخطوط الموضحة لتكنولوجيات الإعلام الجديد²

² عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد: من فانفر بوش إلى نيكولاس نيغروبونتي، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 2009، ص35.

قائمة المراجع

المعاجم:

- 1- المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، ط 31، 1991.
- 2- معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية: زكي بدوي، مكتبة لبنان، لبنان، 1986.

الكتب:

- 3- الدردير الشريف عابدين، **توظيف النظرية في البحث الإعلامي**، شركة الخبراء المتميزون للخدمات الإعلامية. طرابلس، ليبيا، الطبعة الأولى 2015
- 4- أرمان وميشال ماتلار، **تاريخ نظريات الاتصال**، ترجمة نصر الدين العياضي والصادق رابح، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، الطبعة الثالثة، 2005.
- 5- الان رامي، **برنار فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية ترجمة ميلود سفاري وآخرون**، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2004،.
- 6- إسماعيل محمود علي، **الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية**، مكتبة الوفاء، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2015.
- 7- الفن توفلر، **حضارة الموجة الثالثة**، ترجمة عصام الشيخ قاسم، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، بنغازي، ليبيا، الطبعة الأولى، 1999.
- 8- بيرنار ميج، **الفكر الاتصالي من التأسيس إلى منعطف الألفية الثالثة**، ترجمة أحمد القصور، دار توبوقال للنشر، الدار البيضاء المغرب، 2011.
- 9- دارن بارني، **المجتمع الشبكي**، ترجمة أنور جمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات قطر، 2015.
- 10- حسين حسن موسى، **استخدام الوسائط المتعددة في البحث العلمي**، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008.
- 11- عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر والطباعة، القاهرة، 2007.
- 12- عبد الله محمد عبد الرحمان، **النظرية في علم الاجتماع**، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2006.
- 13- عبد الرحمان عزي، **الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية**، دار الأمة، الجزائر، 1995.
- 14- عبد الرحمان عزي، **السعيد بومعيزة، الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات**، الورسم للنشر والتوزيع، 2010.
- 15- عبد الباسط عبد المعطي، **اتجاهات نظرية في علم الاجتماع**، سلسلة عالم المعرفة، العدد 44، 1981.
- 16- هارلمبس وهولبورن، **سوشيولوجيا الثقافة والهوية**، ترجمة حاتم حميد محسن، دار كيوان للطباعة والنشر سوريا، الطبعة الأولى 2010
- 17- نبيل علي، **الثقافة العربية وعصر المعلومات**، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ديسمبر 2001، العدد 276.

- 18- مؤيد عبد الجبار الحديثي، **العولمة الإعلامية، الأهلية للنشر والتوزيع**، الأردن، الطبعة الأولى، 2002.
 - 19- محمود قلندر، **الحمية القيمة الإعلامية مقارنة تأصيلية لعلوم الاتصال**، قراءات في نظرية الحمية القيمة في الإعلام، إعداد بوعلي نصير، منشورات مكتبة إقرأ، قسنطينة، 2009
 - 20- محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، عالم الكتب، الطبعة 3، 2004، القاهرة.
 - 21- محمد منير حجاب، **أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية**، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع.
 - 22- مخلوف بوكروح، **التلقي في الثقافة والإعلام**، مقامات للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى.
 - 23- مي العبد الله، **البحث في علوم الإعلام والاتصال: من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية**، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 2010.
 - 24- سعيد لوصيف، **التفكير المنهجي في الظواهر الاتصالية: التعقيد، التجاسر المعرفي بين التخصصات والتموقع الاستمولوجي**، ضمن كتاب: التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري التموقعات الاستمولوجية والتقاطعات المعرفية، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر، 2016
 - 25- رضوان بوجمعة، **الاتصال التقليدي في الجزائر: مقارنة انثروبولوجية**، مخبر علم الاجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.
 - 26- رضوان بوجمعة، **استمولوجيا علوم الإعلام والاتصال: أزمة فهم بنية الاتصال في المجتمع الجزائري**، ضمن كتاب: التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري التموقعات الاستمولوجية والتقاطعات المعرفية.
 - 27- فضيل دليو، **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: المفهوم، الاستعمالات، الآفاق**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.
 - 28- فرانسوا ليسلي، **نقولا ماركيز، وسائل الاتصال المتعددة multimedia**، تعريب فؤاد شاهين، عويدات للنشر والطباعة، لبنان، الطبعة الأولى، 2001.
 - 29- ياس خضير البياتي، **الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة**، دار البداية، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2014.
- الأطروحات:**
- 30- أحمد جمال حسن، **التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة**، رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية النوعية، جامعة المنيا.
 - 31- إيتسام دراحي، **التطبيقات الاتصالية لتكنولوجيا المعلومات: البطاقة الالكترونية الذكية نموذجاً**، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2007-2008
 - 32- عائشة لصلج، **أشكال التعبير عن الذات عبر الفيسبوك: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2017-2018
 - 33- عائشة نواري، **تجليات التفاعلية في البيئة الاتصالية الجديدة وانعكاساتها على بنية العملية الاتصالية**، مجلة الدراسات الإعلامية المركز الديمقراطي العربي، برلين، العدد السابع، ماي 2019
 - 34- عبد الوهاب بوخونفة، **المدرسة التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الاتصال**، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007
 - 35- علي قسايسية، **المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي**، أطروحة دكتوراه دولة، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007.
 - 36- غنية لالوش، **دور المعلومات في توجيه إستراتيجية المؤسسة (دراسة حالة مجمع صيدال)**، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2001/2002

37- مفيدة العباسي: المجال العمومي والاتصال الافتراضي مقارنة هابرماسية للمجموعات الافتراضية التونسية، أطروحة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منوبة تونس.

38- نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016

39- نصيرة هوارى، السياق الاتصالي لجمهور الانترنت في الجزائر: محاولة تحليل انثربولوجي، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2010-2011

المقالات والدوريات:

40- أحمد عبدلي، الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال: الانترنت نموذجا، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة عمار ثليجي الأغواط، العدد السادس جانفي 2014

41- بطاهر هشام: التأسيس النظري لعلوم الإعلام والاتصال انطلاقا من البراديغم السيبرنيطيقي دراسة تحليلية لعينة من منشورات cairn.info

42- الصادق الحمامي، الميديا الجديدة: الإحياء والانبعاث، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس، العدد 4، 2009.

43- الزهرة بن عائشة، قراءة في كتاب صدمة المستقبل: المتغيرات في عالم الغد لألفن توفلر، مجلة القيس للدراسات النفسية، العدد الثالث، سبتمبر 2019

44- ثميلة كساي، مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة، محاضرات مقدمة لطلبة السنة أولى ماستر، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2020-2021

45- جمال العيفة، الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة بسكرة، العدد 10، جوان 2014

46- حميدة خامت، ليليا شاوي، قضايا المرأة الاجتماعية في أفضية النقاش الافتراضية: دراسة وصفية تحليلية لعينة من الصفحات الفايبوكية النسوية الجزائرية، مجلة المعيار، المجلد 26، العدد 63، السنة 2022

47- خالد زعموم السعيد بومعيرة، التفاعلية في الإذاعة أشكائها ووسائلها، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، سلسلة بحوث ودراسات عربية، تونس، 2007،

48- سعاد سراي، البراديغم في علوم الإعلام والاتصال: بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 7، العدد 28، سبتمبر 2018

49- علي قسايسية، مقاربات في دراسة جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 13، العدد 2،

50- سمير فاروق حسنين عفيفي، الإعلام المعاصر بين تداول المعرفة ونقل خبرات الفن التشكيلي، بحوث في التربية الفنية والفنون، المجلد 21، العدد 1، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، نوفمبر 2020

51- مريم ضربان، الحاجة للتعايش البراديغمي في تحليل المحتوى الرقمي: مساءلة التفينة المريدة في الظاهرة الاتصالية، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 1، العدد 1، 2022.

52- لامية صابر، محاضرات في مقياس الفضاء العمومي والوسائط الجديدة، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، 2019-2020.

53- لحسن رزاق، المنعطف الرقمي وميلاد ميتافيزيقا المعلومات، مجلة وحدة تنمية الموارد البشرية، المجلد 17، العدد 3، نوفمبر 2022.

- 54- نور الدين هميسي، الأطر النظرية والمنهجية لدراسات الميديا الجديدة: قراءات جديدة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، نوفمبر 2014.
- 55- نصر الدين العياضي، فضاء عمومي أم مخيال إعلامي مقارنة نظرية لتمثل التلفزيون في المنطقة العربية، حوليات الأدب والعلوم الاجتماعية، دار المنظومة للنشر والتوزيع، العدد 31، 2016
- 56- نوال رضا، الاستخدامات التفاعلية لتطبيقات الميديا الجديدة في الحياة اليومية للمراهقين الجزائريين: تطبيقات البودكاست أمؤذجا، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، المجلد 23، العدد 1 جوان 2022.
- 57- نس وداد، دراسة المستخدم في الفضاء السراني: إشكاليات وتحديات، مجلة رقمنة مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 1 العدد 2، 2021.
- 58- نصر الدين العياضي، هل ستقضي المناهج الحاسوبية على نظريات علوم الإعلام والاتصال، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 1 العدد 2، 2021.
- 59- مالفى عبد القادر وتواتي فاطمة الزهراء، الفضاء العمومي والإعلام الجديد، مجلة الصورة والاتصال، المجلد الثاني، العدد 5، الجزائر.

الملتقيات:

- 60- أمال قرامي، قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من منظور الجندر، أبحاث مؤتمر الإعلام الجديد البحرين، 2009.
- 61- الصادق رابح، المدونات والوسائط الإعلامية: بحث في حدود الوصل والفصل، مؤتمر الإعلام الجديد البحرين، 2009.
- 62- كمال حميدو، البيئة الإعلامية الرقمية والبراديغمات التقليدية لحقل الإعلام والاتصال، المؤتمر البحثي: المشكلات النظرية والتطبيقية لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، مركز الجزيرة للدراسات، 9/8 ديسمبر 2021 على الرابط <https://studies.aljazeera.net/ar/events/event-5233> تاريخ الولوج 13 ديسمبر 2022.
- 63- عباس مصطفى صادق، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد جامعة البحرين، 2009.
- 64- عبد الله الزين الحيدري، الإعلام الجديد: النظام والفوضى، المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد جامعة البحرين، 2009.
- 65- حسين سعد، البراديغمات المسيطرة في علوم الإعلام والاتصال وإشكالياتها المعرفية، مساهمة في الحلقة البحثية بعنوان البراديغمات العلمية بتاريخ 19 مارس 2011
- 66- نصر الدين العياضي، الأسس الاستمولوجية والفكرية للمنهج الكيفي، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، 2009.

روابط الكترونية ومواقع انترنت

- 67- نصر الدين العياضي، لماذا تفرعنا تكنولوجيا الاتصال؟ مقال منشور على جريدة الخبر اليومي بتاريخ الاثنين 11 مارس 2013 متوفر على الرابط: <http://www.elkhabar.com/ar/autres/makal/326447.html>
- 68- حيدر فالح زايد، نظرية الحتمية التكنولوجية: نظريات التأثير، جامعة ذي قار، العراق، متوفرة على الرابط https://www.researchgate.net/profile/Haider-Falah-Zaeid/publication/340661990_alnzryt_alhtmyt_alknwlwiyt_alnzryt_alqymyt_fy_alalam_alanjraf_altknwlwiy/links/5e97aa74a6fdcca7891c24a9/alnzryt-alhtmyt-alknwlwiyt-alnzryt-alqymyt-fy-alalam-alanjraf-altknwlwiy.pdf

المراجع باللغات الأجنبية:

- 69–Armand Mattelart, **cultural studies story :la domestication d'une pensée sauvage?** © Réseaux n° 80 CNET – 1996.
- 70–Breton Philippe et Proulx serge, **l'explosion de la communication à l'aube de xx siècle**, la découverte, France, 1989.
- 71–Bryan S. Turner, **The Cambridge Dictionary of Sociology**, Cambridge University Press, 2006.
- 72–Danah m. boyd nicole b. ellison ,**Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**, Journal of Computer-Mediated Communication 13 (2008) International Communication Association
- 73–Eric Macé, **penser les media cultures ;nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation de monde**, Armand colin, Paris.
- 74– F.Pisani et D. Piotet : **Comment le Web change le monde. L'alchimie des multitudes**, éd Pearson.
- 75–Laurent collée, **sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux**, mémoire pour l'obtention du diplôme de master en gestion de la sécurité des systèmes d'information, université de Luxembourg 2009
- 76–Madeleine Grawitz ; « **Méthodes de sciences sociales** », Dollaz, Paris, 1974.
- 77–¹ Marie FRANCO, **Regards sur la réception : la culture de masse, pour qui ? Pour quoi faire ?**
- 78–Stuart HALL, **Codage/Décodage**, Réseaux, N°68, CENT, 1994
- 79–Olivier Dhilly, **La critique des industries culturelles par l'école de Frankfort : la mystification des masses**
- 80–Jean Charron, Jean de Bonville ; **Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition**, Communication, Information, Média Théories, volume 17, n2, décembre 1996.
- 81–. Jessica Lee Pugh, **A qualitative study of the facebook social network, the desire of influence, associate and construct a representative and ideal identity**
- 82–Xavier Lafrance, **Sociétés contemporaines et actualité de l'analyse de classe : une critique des théories de la société postindustrielle et des conceptions statiques des classes sociales**, Cahiers de recherche sociologique