جـــامعة الجزائر 3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الاتصال

# مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة

محاضرات مقدمة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

من إعداد الأستاذة: ثميلة كساي

السنة الجامعية

2021/2020

# المحاور الأساسية للمقياس

**المحاضرة الأولى : مدخل مفاهيمي**

**المحاضرة الثانية: المصطلحات المنهجية المتداخلة مع النظرية**

**المحاضرة الثالثة: المفاهيم النظرية المتعلقة بالوسائط الجديدة للاتصال**

**المحاضرة الرابعة: خصائص الوسائط الجديدة**

**المحاضرة الخامسة: الوسائط الجديدة وظواهر فضاءات الاتصال الجديد**

**المحاضرة السادسة: خصوصيات وإشكاليات التنظير للوسائط الجديدة للاتصال**

**المحاضرة السابعة: مجتمع ما بعد الصناعي والموجة الثالثة لكل من " دانيال بيل و ألفان توفلر"**

**المحاضرة الثامنة: أطروحة المجتمع الشبكي لمانويل كاسترز " ManuelCastells**

**المحاضرة التاسعة: أطروحة الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان " Marshall Mcluhan"**

**المحاضرة العاشرة: الفضاء العمومي عند "هابرماس".**

**المحاضرة رقم 11 : المداخل النظرية التقليدية المفسرة للظاهرة الإعلامية وتطبيقاتها على الوسائط الجديدة :**

**محاضرة رقم 12: المدخل الوظيفي في تفسير الإعلام الجديد**

**محاضرة رقم 13 : براديقم التفاعلية الرمزية**

**محاضرة رقم14 : مراجعة للنماذج التقليدية المفسرة للفعل الإعلامي والاتصالي**

**محاضرة رقم15 : النماذج الحديثة لدراسة الإعلام الجديد:**

**مقدمة:**

**تشكل** الوسائط الجديدة للاتصال عامل محوري في تفعيل البحث العلمي في مجال علوم الاعلام والاتصال و تغيير مجراه. ذلك راجع للمستجدات والمستحدثات التي أتت بها الأنماط الجديدة للاتصال على مستوى المقاربات المنهجية و المداخل و المفاهيم النظرية ناهيك عن المعايير التطبيقية التي يتوجب على الباحث مراعاتها اثناء الدراسات الميدانية.

علما ان التكنولوجيات الحديثة للاتصال لم تغير وسائل الاتصال من الوسائل التقليدية الى الوسائط الجديدة فحسب، إنما قامت كذلك بتغيير نمط الاتصال من الاتصال الجماهيري الى الاتصال التفاعلي الرمزي، يكون فيه المستخدم الالكتروني مرسل ومتلقي في ان واحد. كما ساهمت الثورة التكنولوجية الاتصالية في نقل فضاء الاتصال من الفضاء الواقعي، المباشر والمعايش الى فضاء افتراضي، رمزي و مجرد.

من اجل ذلك توجب على التنظير العلمي في حقل علوم الاتصال الحديث مراعات هذه التغيرات التي رأت على العملية الاتصالية من خلال جهود فكرية و علمية تسخر لصياغة نظريات و مقاربات علمية تهدف الى دراسة و فهم سيرورة العملية الاتصالية في العصر الرقمي و كذا التنبؤ لمصير المجتمع الشبكي في ظل التدفق المذهل للمعلومات التي تجعل هذا الأخير مرتبط بشبكة العنكبوتية على مدار الساعة.

بناء على ذلك يسعى مقياس مدخل الى مقاربة الوسائط الجديدة الى توضيح و تفسير اهم البراديغمات، المقاربات المنهجية و المداخل النظرية التي يتم الاعتماد عليها البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، مع العلم ان هذا الموضوع يمثل بؤرة اهتمام الباحثين في ظل التطور التكنولوجي الذي ولد الحاجة الى تثبيت دعائم و أسس لعلوم الاتصال الجديدة من جراء انتشار وسائط الاتصال الرقمي. هي الأفكار التي حاولنا تبسيطها و ايصالها الى طلبة السنة الأولى ماستر من خلال ثمانية عشرة محاضرة للسداسيين الأول و الثاني بالشكل الذي يسمح لهم باستيعاب الأفكار و المعارف قصد توسيع و تنمية مدركاتهم و قدراتهم العلمية التي تتوافق مع مجال تخصصهم.

**المحاضرة الأولى : مدخل مفاهيمي**

نسعى من خلال هذا المقياس إلى التعرف بالدراسة والتحليل على مختلف المقاربات التي تنصب على دراسة الوسائط الاتصالية الجديدة في ظل التدفق الهائل التكنولوجيات الحديثة. إلا أنه قبل الغوص في عمق هذه المقاربات يجدر بنا الانطلاق من مداخل مفاهمية تخص بعض المصطلحات المنهجية والنظرية باعتبارها تشكل القاعدة الأساسية لفهم وتحليل مقاربات الوسائط الجديدة للاتصال. وتتضح هذه المفاهيم من خلال ما يلي:

## 1 – المفاهيم المنهجية:

سنحاول من خلال هذا العنصر ضبط بعض المفاهيم المتعلقة بالمصطلحات العلمية التي يتعامل معها الباحث في مختلف المجالات الإيبستيمولوجيا . وعلى غرار باقي العلوم يستند الباحث في علوم الإعلام والاتصال إلى عدة مفاهيم ومصطلحات منهجية تمثل القوالب الفكرية التي تنظم أفكار الباحث وما تم استقراؤه واستنتاجه من بعد دراسة الظواهر الاتصالية. تختلف هذه القوالب المنهجية من مصطلح لآخر إذ يمكن تحديدها فيما يلى:

**1-1 المقاربة " Approche"** قبل التطرق إلى مفهوم المقاربة العلمية يجب الانطلاق من مدلولها اللغوي حتى نتمكن من فهم معناها ومغزاها في آن واحد. حيث اشتقت المقاربة "approche" من الفعل "قارب،approcher" الذي يعني" دنى إو اقترب rpprocher" [1]. وتشير المقاربة في معناها الاصطلاحي إلى الفعل الذي يمكن من التقرب أو تجاور شيء، مكان أو موضوع معين لاكتشافه، التعرف عليه أو دراسته. يعني هذا أن المقاربة هي الكيفية التي يتم اتخاذها لدراسة وضعية أو مسألة محددة قصد بلوغ حلول لها. من اجل ذلك تم الاعتماد على هذا المصطلح في البحث العلمي باعتبار المقاربة العلمية تمثل الطريقة التي يتناول بها الباحث موضوعا ما أو إشكالية معينة وتجعله يصل إلى استنتاجات محددة بعد اقترابه من الموضوع بالدراسة والتحليل.

[1]Larousse, Dictionnaire encyclopédique, Thomson, Paris, 1998, p 86

تجدر الإشارة في هذا السياق أن المقاربة العلمية تتنوع وتتعدد وفقا للمجال العلمي والموضوع قيد الدراسة ويتضح هذا التنوع من خلال ما يلي[2]:

- **المقاربة الجدلية ، التناقضية، التعارضية" Approche dialectique**": هي المقاربة التي يتخذها الباحث لدراسة المفاهيم المتناقضة وفق نقاط تعارض المفاهيم، فهذا النوع من المفاهيم العلمية تجعل الباحث يفهم جوهر الموضوع المدروس بعد إدراكه لما يميزه عن باقي المواضيع المتعارضة معه.

لنوضح أكثر نسرد مثالا في هذا الصدد: فعند دراسة مفهوم الهوية مثلا يمكن القول أنها تمثل جوهر الشخص ،كيانه وأصالته. فإذا اعتمدنا المقاربة الجدلية في دراسة هذا المفهوم فسننطلق من فكرة أن الهوية هي ما يميز الشخص عن غيره وعليه يمكن القول أن المقاربة الجدلية تحلل المفاهيم العلمية بالتطرق إلى ما يتعارض معها، فهي إذن تشرح المفهوم بنقيضه.

- **المقاربة الإمبريقية "Approche ampérique"** : نقصد بالإمبريقية كلما ينجر عن مختلف التجارب البشرية المشتركة، لذلك يسعى الباحث من خلال المقاربة الإمبريقية إلى دراسة مختلف السلوكات والممارسات البشرية، الممارسات الإجتماعية ومختلف العلامات الثقافية، باعتبارها تعكس التجارب البشرية في مختلف مجالات الحياة .

يتضح الأمر أكثر إذا بقينا في نفس المثال السابق حول دراسة مفهوم الهوية، حيث تنطلق المقاربة الإمبريقية من فكرة أساسية تتمثل في كون الهوية مجموعة من السيمات والخصائص التي تعكس

[2] Marc catanas, les différentes approches de la recherche ,www cadrdesanté .com, date de consultation : 25 octobre 2020 à 14 heures

الممارسات الاجتماعية والمعتقدات الثقافية لجماعة اجتماعية معينة. انطلاقا من ذلك فالمقاربة الإمبريقية تقوم بإحصاء جزيئات الموضوع المدروس إنطلاقا من تجربة إنسانية معينة.

- **المقاربة الوظيفية "Approche fonctionnaliste"**:يلجأ الباحث إلى تطبيق هذا النوع من المقاربات عند دراسة أسباب حدوث الظواهر والبحث في وظائفها.هو ما يؤكده الباحث السوسيولوجي "B Malinowski " في اعتقاده أن جميع العناصر السوسيوثقافية تؤدي وظيفة سوسيولوجية، بحيث لا يمكن أن تفهم وتدرك الوظيفة إلا إذا تمت دراستها داخل النظام الاجتماعي الكلي الذي يحتويها. يعني هذا أن الجماعات البشرية تكون لأنفسها أنظمة اجتماعية خاصة بها، يتحدد ويستمر هذا النظام الاجتماعي بتلاحم وظائف العناصر المشكلة له، وعليه لا يمكن للباحث دراسة أية وظيفة خارج هذا التلاحم. إذ أن الوظيفة تفقد معناها خارج البناء الوظيفي للنظام .
- **المقاربة البنيوية " Approche structuraliste"** : تقتضي هذه المقاربة الكشف عن بنية الموضوع أو الظاهرة المدروسة، باعتبارها تمثل بنى من الأنساق، الأنظمة وعناصر تتحد فيما بينها لتشكل عظوية "Organisme"، موضوع "Objet" أو ظاهرة " Phénomène " قابلة للدراسة. لذلك يعتمد الباحث على المقاربة البنيوية في الدراسة والتحليل ليتمكن من الغوص في عمق ودلول العناصر المشكلة للنظام المدروس وفهم العلاقات الوظيفية بين عناصر هذا النظام، الأمر الذي يجعل هذه المقاربة تتقاطع مع المقاربة الوظيفية. يؤكد هذه الفكرة الباحث الأنتروبولوجي " Claude Lévy-

strows " إذ يرى أن المقاربة البنيوية تمكن الباحث من دراسة بنية النظام من جهة وتجعله يدرك نمط التحول من نظام لآخر وفق العلاقات الوظيفية بين الأنظمة من جهة أخرى.

- **المقاربة النظامية " Approche systémique"** : تقتضي هذه المقاربة دراسة العلاقات بين العضوية أو النظام المدروس، نلاحظ أن هذه المقاربة تلتقي مع المقاربة البنيوية والوظيفية، يتضح ذلك أكثر إذا أوردنا مثالا عن دراسة العلاقات الوظيفية لمختلف أجهزة جسم الإنسان باعتبارها أنظمة تتشكل من مجموع عناصر يقوم كل نظام بوظيفة حيوية تضمن استمرار حياة الإنسان كأن نقول وظيفة التنفس مرتبطة بالجهاز التنفسي، وظيفة الهضم مرتبطة بالجهاز الهضمي، الوظيفة الحسية مرتبطة بالجهاز العصبي...
- **المقاربة التاريخية "Approche historique"** :يتبنى الباحث هذه المقاربة في دراسة الظاهرة التاريخية، إذ تمكنه من التوغل في الأحداث التاريخية ودراسة حيثياتها وتحليل تعاقب الوقائع زيادة على ذلك يسعى الباحث من خلال هذه المقابة إلى محاولو فهم انعكاسات الأحداث التاريخية التي لاطالما يمكن اعتبارها أسباب حدوث ظواهر تاريخية جديدة لتتشكل سلسلة الأحداث التي تقتضي الدراسة والتحليل.
- **المقاربة المقارنة " Approche comparative"** : يلجأ الباحث إلى تطبيق هذه المقاربة حينما يكون بصدد المقارنة بين موضوعين أو ظاهرتين قابلتين للدراسة العلمية. يؤكد " N Grawitz " في هذا الصدد أن المقاربة المقارنة تساعد الباحث خاصة في العلوم الإنسانية والإجتماعية على فهم تفاصيل الظواهر الخاضعة للمقارنةالعلمية وتمكنه

من إدراك نقاط التقاطع، التعارضوالتداخل بينهما، الأمر الذي يجعل الباحث يقارب الحقيقة.

**2-1 النظرية "théorie"**: يهدف البحث العلمي في مختلف الميادين إلى تحقيق ثلاث غايات علمية تتحدد في الوصف العلمي للظاهرة المدروسة، التفسير العلمي لها والتنبؤ بما يترتب عليها انطلاقا من هذه الغايات العلمية الثلاث. تفرض منهجية البحث العلمي على الباحث ضرورة الاستناد إلى أساس نظري يعتمد عليه في تفسير الظاهرة المدروسة والتنبؤ بها. يلتقي البحث العلمي في هذه الفكرة بالذات مع النظرية العلمية، باعتبارها تعتمد هي الأخرى على هذه الأهداف الثلاث للبحث العلمي.

فإذا تعمقنا في المدلول اللغوي للنظرية نجدها مشتقة من الفعل "نظر" الذي يعني التأمل في الشيء والتمعن فيه. إلا أن النظر والتأمل يتعدى الوظيفة الحسية للعينين إلى الوظيفة الفكرية للعقل البشري، فحينما يقال: "سأنظر في الأمر وسأرى " بمعنى سأفكر في الأمر وأقرر. فالنظر هنا انتقل من المفهوم الحسي إلى المفهوم العقلي المجرد، فالنظر والرؤيا يوازيان التفكير والقرار. لذلك تعرف النظرية وفق " ابن منظور" على أنها ترتيب أمور معلومة على وجه يؤدي إلى استعلام ما ليس بمعلوم وقيل النظر طلب علم عن علم.[3]

[3] منال هلال مزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة، الأردن، 2012، ص162.

في حين يشير مفهوم النظرية في اللغة الفرنسية "Théorie" إلى مجموعة من الأفكار النظرية والقوانين المنظمة التي يمكن إخظاعها للتأكيد عن طريق التجربة العلمية ذلك قصد بلوغ الحقيقة العلمية.[4] يعني ذلك أن النظرية بناء متناسق من الأفكار حيث تتدرج من مقدمات لتصل إلى النتائج.

تعني النظرية في المفهوم الفلسفي ذلك الإنشاء التأملي للأفكار، تربط النتائج بمبادئها. [5]يعني ذلك أن النظرية هي عبارة عن بناء فرضي استنباطي تعكس رؤية الباحث حول قضية، موضوع أو ظاهرة قابلة للدراسة والتحليلي. وهو ما أكده المنظر الفلسفي " Karl Poper " في كتابه " المعرفة الموضوعية " La connaissance objective"،[6] حيث يعتبر النظرية مجموعة من فرضيات منطقية، متسلسلة ومتناسقة فيما بينها، يشطرط أن تكون لهذه الفرضيات علاقة بالظاهرة أو الموضوع قيد الدراسة. ويساهم تعدد الفرضيات، المعطيات والمقدمات في رفع إمكانية التجريب ودقة النظرية، باعتبار أن كل فرضية أو مقدمة تتقابل مع جزء من الظاهرة الخاضعة للدراسة الإمبريقية أو التجريبية.[7]

يمثل هذا الفكر المنطلق والمبدأ العام لمفهوم النظرية العلمية في مختلف الميادين سواء كان ذلك في دراسة المادة الحية في علوم الطبيعة والحياة، أو عند دراسة المادة الجامدة في العلوم الفيزيائية أو عند دراسة الظاهرة الديناميكية، المتغيرة والميطافيزيقية في العلوم الإنسانية والاجتماعية.[8] يعني هذا أن الباحث في كل هذه الإبستيمولوجيات يعتمد على النظرية كتركيب كلي يسعى من خلالها إلى تفسير الظواهر

---

[4] Larousse, dictionnaire encyclopédie,opcite, p 1561 .

[5] كميل الحاج: الموسوعة المسيرة في الفكر الفلسفي الاجتماعي، مكتبة لبنان، بيروت، ط1، 2000، ص603.

[6]Vincent Devictor, l'objectivité dans la recherche scientifique mémoire de première année de Master de philosophie, université Pau l Valéry Département de philosophie, , p47

[7] Robert Neau, la nature des théories scientifiques, département de philosophie, université de Québec, jeunesse de préoccupation épistémologique contemporain .

[8] Marion Vorms, l'histoire et philosophie des sciences, 2013,p170.

الخاضعة للدراسة ويسلم بفرضياتها القابلة للتحقق أو النفي. فالنظرية إذا هي مجموعة من مقترحات، مدركات ومفاهيم التي يعتمد عليها الباحث لإعطاء نظرة عامة لظاهرة ما، ذلك من خلال تحديدها للعلاقات بين المتغيرات المتعلقة بالظاهرة المدروسة، بهدف تفسير حيثيات الظاهرة والتنبؤ بها مستقبلا. وهو الأمر الذي أكده الباحث "موريس أنجلس" في اعتقاده أن النظرية هي إقرار حقيقي لوجود علاقة بين متغيرات الظاهرة مؤكدا إمبريقيا.[9] مفاد هذا أن النظرية تختلف تماما عن الفرضية رغم أنها تنطلق منها، فالفرضية تبقى مجرد افتراض يساوره الشكالالتباس والغموض، في حين تقطع النظرية الشك باليقين بعد إخضاع الفرضيات للدراسة الإمبريقية وتصل إلى نتائج دقيقة يستند عليها الباحث في دراسات أخرى، وتكون النظرية هنا قد خاضت مسارها من المقدمات إلى النتاتج بعد الدراسة والتحليل.

انطلاقا من هذا المنظور يمكن القول أن النظرية ممارسة علمية دقيقة تنير مسار الباحث في دراسة الظواهر وتساعده على الانسياب في غموضها وفك تعقيدها بما أتيح له من موضوعية ويتمكن الباحث بذلك من الوصول إلى أجوبة وحلول للإشكاليات المطروحة.

## المحاضرة الثانية: المصطلحات المنهجية المتداخلة مع النظرية.

[9] موريس أنجلس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006، ص 54

تعددت وتنوعت المصطلحات المنهجية التي تتداخل وتتقاطع مع مصطلحي النظرية والمقاربة ذلك وفق مقتضيات البحث العلمي من جهة وحيثيات الموضوع المدروس من جهة أخرى، وتتحدد فيما يلي أهم المصطلحات:

**1.النموذج " Modèle "**: يقصد بالنموذج شكل مشابه تماما لشيء ما، أو نسخة عنه[10]. يعني ذلك أن النموذج قالب يقصد اعتماده كنمط للتقليد.

أما اصطلاحا يشير النموذج إلى ذلك التمثيل المطابق للواقع الحقيقي، حيث يبرز فيه المظاهر الهامة والأساسية لفهم ما تم تمثيله. فالنموذج هو تقريب رمزي أو أيقوني للموضوع الممثل يتجلى ذلك في كل ما يتفنن فيه الإنسان من تحف عمرانية، تماثيل، مختلف التصاميم، لوحات الفن التشكيلي، الصور الفوتوغرافية والسينيمائية، كلها تشكل نماذج تحمل رسائل اتصالية مفادها تمثيل واقع، شخصية أو حادثة تاريخية معينة.

ويقصد بالنموذج في البحث العلمي تلك القوالب التي يتخذها الباحث ليتمكن من إدراك العلاقات التي ترتكز عليها الحقائق ذات الصلة الوثيقة بالموضوع المدروس[11]. يعني هذا ان النموذج في البحث العلمي هو ذلك التخطيط أو التصور الأولي النابع من محاولة دراسة علمية لموضوع أو ظاهرة معينة، يعتمد عليه الباحث لفهم سيرورة العناصر المشكلة والمحيطة بالظاهرة المدروسة. ولقد شاع استخدام

[10] Larrousse, dictionnaire encyclopédie, opcite, p 1027

[11] مروة مصطفى مصطفى شميس، الاتجاهات الأساسية في نظرية التسويق الاجتماعي دراسة استطلاعية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان – العدد الخامس، 224 -225

النماذج في العلوم الطبيعية، الدقيقة والفيزيائية ثم انتقل استعمالها إلى العلوم الإنسانية والاجتماعية خصوصا في الدراسات السلوكية.

لذلك يمكن القول أن النموذج تصور ذهني مجرد، يتكون من مجموعة مفاهيم متشابكة ومتفاعلة يجعل الباحث قادر على تفسير اتجاهات العلاقات المتبادلة في العالم الواقعي. تجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن كل من النظرية والنموذج مفهومان متقاربان إلا إنهما مختلفان، بحيث أن النظرية أشمل وأدق من النموذج، إذ أن النظرية تنطلق من الفرضيات وتخرج بنتائج، أما النموذج هو عبارة عن تخطيط ذهني يتقلده الباحث لفهم حيثيات موضوع دراسته، فالنموذج العلمي قد ينطلق منه الباحث للخروج بنظرية.

**2.البراديغم "paradigme"**: يعرف البراديغمحسب القاموس الفرنسي "**Larousse**" بأنه مجموع الوحدات التي تنتمي إلى نفس الصنف أو القسم النحوي، الصرفي، البلاغي أو حتى السيمنطيقي؛ إذ تتحد هذه الوحدات لتشكل سياق معين.[12]

يشير البراديغم في معناها الاصطلاحي إلى مجموع الأفكار، المعتقدات والأنظمة التي يقتنع بها العقل البشري ويعلن بالتالي الفرد انتماءه لها.[13] يعني هذا أن البراديغم ذلك التوجه الذي يسيطر على ذهن الفرد من خلال تنشئته الاجتماعية، الثقافية والإيديولوجية . بحيث تشكل هذه القيم والمعتقدات القاعدة الأساسية للاتخاذ المواقف. فالبراد يغم بمثابة حلة هوياتية يبرز من خلالها الفرد انتماءه إلى جماعة معينة ويتشارك مع أعضائها المبادئ، القيم والمعتقدات.

[12] Larousse, dictionnaire encyclopédie, opcite, p1148 .
[13]Alex Mucchielli, Psycologie de la communication, édition CNL, 1995, pp 11-14

يعني البراديغم في البحث العلمي ذلك التيار أو المنظومة العلمية التي ينتمي إليها الباحث، باعتبارها جماعة علمية تسلم بعدة فرضيات، اتجاهات، نظريات وإجراءات تشكل كلها فكرة الجماعة العلمية. مفاد ذلك أن البراديغم العلمي يوحي إلى ذلك الاتجاه أو التيار الذي تنخرط فيه جماعة علمية تؤمن بمسلماته وأهدافه ومعايير البحث العلمي؛ وهو الأمر الذي أكده الباحث "T Kuhn"[14] في اعتقاده أن الجماعات العلمية داخل المجال الواحد قد تختلف في بعض المسلمات والإجراءات العلمية إلا أنها تتكامل وتتحد لتشكل براديغم أو منظومة علمية خاصة بمجال محدد.

انطلاقا من هذا المنظور يمكن القول أن البراديغم العلمي يشكل الإطار العلمي الذي يجمع جملة من النظريات المعتمدة لدى جماعة من الباحثين في مجال علمي معين، حيث توحدهم طرق البحث المميزة و الأساليب العلمية التي توظف لحل الإشكاليات البحثية المطروحة وفق الواقع التجريبي.

**3. الأطروحة " thèse "**: يعود أصل مصطلح الأطروحة إلى اللغة اللاتنية " thése " التي تم اشتقاقها من الكلمة الإغريقية " thesis" حيث تتضمن في معانيها طرح قضية معينة أو إثارة موضوع ما للنقاش والمجادلة، فيتبنى كل طرف موقف دفاعي ومؤيد للقضية أو الموضوع الذي يقتنع به.[15]

يتضح أكثر معنى الأطروحة في المفهوم الفلسفي لها، إذ تشير إلى تلك القضية"thése " المؤكدة التي تتبناها جماعات منظمة، يتم من خلالها طرح الموضوع انطلاقا من فرضيات وتقديم البراهين وصولا إلى

[14] Juignet, Patrick. Les pradigmes scientifiques selon Tomas Kuhn ,philosophie science et société, en ligne 6 mai 2015 : https://philosciences.com/philosiphie -et- sciences/methode-scientifique-paradigme-scientifique/113-paradigme-scientifique-Thomas-Kuhn. Date de consultation 2/11/2020.
[15] Larousse, dictionnaire encyclopédie, opcite,1562 .

النتيجة النهائية التي يفترض أن تكون مقنعة للطرف الآخر الذي قد يطرح بدوره نقيظا للقضية " anti thése "بافتراضات وبراهين جديدة[16].

تشير الأطروحة في المجال العلمي والأكاديمي إلى تلك الأعمال البحثية الجامعية التي يتم مناقشتها علنا أمام لجنة علمية قصد نيل شهادة أكاديمية عليا كرتبة الدكتوراه مثلا، حيث تتضمن الأطروحة الجامعية موضوع قابل للدراسة العلمية وفقا لخطوات منهجية تتلاءم مع مجال البحث الذي ينبثق منه الموضوع قيد الدراسة، إذ ينطلق الباحث من طرح الإشكالية الجوهرية التي يبحث عنها موضوع بحثه فيفعلها في الميدان على عينة مختارة وفق منهج ملائم ليتمكن من الخروج بنتائج دقيقة تثبت متغيرات الدراسة التي تعتمد بدورها على مختلف النظريات الثابتة التي تعتبر ركيزة يستند إليها الباحث[17].

وعليه يمكن القول أن الأطروحة العلمية تتبنى موضوع بحاجة إلى الدراسة العلمية وفق منهج معين ليتمكن الباحث من الخروج بنتائج مقنعة ومؤكدة بحجج وبراهين علمية تقوي علاقة الباحث بالموضوع المبحوث فيه، الأمر الذي يولد لدى الباحث طرح إشكاليات جديدة وإنجاز أطروحات أخرى في نفس المجال العلمي الأكاديمي.

[16] محمد أحمد شحاتة حسين، القضايا الكلامية وأثرها في ضبط العقلية العلمية والجدل الأصولي، مجلة الشريعة والقانون العدد الرابع والثلاثون الجزء الأول، جامعة فاروس بالإسكندرية، ص 87.

[17] Donald Long, Définir une problématique de recherche, Agent de recherche, 2004, p18 .

## 4. المدخل:

اشتقت كلمة مدخل في اللغة العربية من الفعل دخل الذي يعني المرور من الفضاء الخارجي إلى الفضاء الداخلي[18]. يشير المدخل في مفهومه الاصطلاحي إلى النقطة الجوهرية التي يتم من خلالها إلقاء نظرة شاملة تمكن من الدخول في بنية مادية أو الخوض في موضوع ما[19].

يعني ذلك أن المدخل يمثل نقطة الانطلاق لدخول في حيز قصد أدراك محتوياته و محاولة وصفه. و قد يكون هذا الحيز مادي كان نقول: "مدخل البناية، مدخل الملعب، مدخل المدرسة..." أو قد يكون حيز معنوي يتمثل في موضوع قضية أو إشكالية معينة.

في حين يقصد بالمدخل في البحث العلمي تلك الوجهة التي ينطلق منها الباحث لإلقاء نظرة شاملة عن الموضوع قيد الدراسة[20]. يعني هذا أن المدخل العلمي يمثل مجموعة من المبادئ، و المسلمات و الافتراضات وثيقة الصلة بالموضوع المرغوب في دراسته. حيث يعتمد عليها الباحث كمنطلق لتحديد إشكاليته البحثية و المنهج الملائم لدراستها.

و عليه فالمدخل العلمي عبارة عن وصف شامل للموضوع المدروس من خلال تحديد المفاهيم القاعدية المنهجية منها و النظرية قصد الوصول إلى الدراسة الميدانية. لذلك يشكل المدخل العلمي معبر

---

[18] ابن منضور، قاموس لسلن العرب، دار العراق، ص 455 .

[19] المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

[20] مروة مصطفى مصطفى شميس، الاتجاهات الأساسية في نظرية التسويق الاجتماعي دراسة استطلاعية، م س ذ، ص 227.

منظم من المبادئ الأساسية المتفق عليها وفق علم أو ابستمولوجية معينةيستند عليها الباحث في تسطير خطة عمله المنهجي التي يبرز منها المحاور الأساسية التي تعكس متغيرات البحث.

هذا مفاده أن المدخل العلمي يمثل النظرة العامة، المبدأ الذي ينطلق منه الباحث، أو واضع المنهاج و المدرس ليحدد و يوضح محتويات الموضوع المبحوث فيه أو المادة الدراسية.

إلى هنا يمكن القول أن المدخل العلمي يعكس الأرضية الأساسية التي تتضمن مجموعة المبادئ القاعدية الدقيقة المشكلة للمنطلق الأساسي للباحث أو المدرس في دراسة و فهم الأطر التنظيمية للمحتويات المنهجية و النظرية

للموضوع المدروس، فهو بمثابة حامل مفاهيمي يؤطر الباحث و يقيده

يجدر بنا بعد التطرق الى هذه المفاهيم المنهجية السابقة الذكر الإقرار بان هناك تداخل كبير بينها، كونها تمثل القواعد المنهجية التي تاطر الباحث و تساعده في تحديد إشكالية بحثه و اختيار المنهج المناسب لمعالجتها. إلا إن هذه المفاهيم و المصطلحات المنهجية تختلف في جوهرها عن بعضها البعض. حيث لكل منها خصوصياتها العلمية و المنهجية التي يستند إليها الباحث في مختلف العلوم، فالمقاربة تمتاز بكونها أداة منهجية لمقاربة الموضوع قيد الدراسة و معالجته، اما النظرية العلمية تنفرد بدقة نتائجها المتحصل عليها بعد إخضاع الافتراضات لالتجربة و التحليل.

يختلف النموذج عن البراديغم في الجوهر، حيث يمثل النموذج القالب المنهجي الذي يتبعه الباحث في دراسة موضوعه أما البراديغم يمثل الطيار الفكري الذي يقتنع به الباحث و ينخرط فيه و يخضع دراسته لمسلمات هذا التيار.

يظهر الفرق بين كل من الأطروحة و المدخل العلمي في طريقة تناول الموضوع المدروس، حيث تعتمد الأطروحة العلمية على دراسة قضية معينة و إثباتها منهجيا بينما يقتصر المدخل على تقديم نظرة شاملة لشرح محتويات الموضوع المدروس كقاعدة للانطلاق في البحث و التحليل.

رغم هذه الفوارق و الاختلافات الواردة بين هذه المفاهيم المنهجية إلا إن الباحث العلمي لا يمكن له أن يستغني عن أي منها، كونها تشكل نظام منهجي متكامل و لا متناهي، فغياب أي مفهوم من هذه المفاهيم يخل بهذا النظام و يصعب سيرورة البحث العلمي.

## المحاضرة الثالثة: المفاهيم النظرية المتعلقة بالوسائط الجديدة للاتصال.

سنحاول من خلال هذا العنصر التطرق إلى المفاهيم النظرية الأساسية التي تتعلق بمقياس مدخل لمقاربات الوسائط الجديدة، إذ تعتبر بمثابة كلمات مفتاحية يعتمد عليها الباحث في علوم الإعلام والاتصال لفهم التأسيس النظري للمقاربات العلمية الموظفة في دراسة الوسائط الجديدة للاتصال. ونجد فيما يلي أهم المفاهيم والمصطلحات النظرية المعتمدة في هذا المجال:

### 1 – مفهوم الوسائط الجديدة nouveaux medias : قبل التطرق إلى

معنى مفهوم الوسائط الجديدة للاتصال تجدر بنا الإشارة إلى معنى الوسيط " media " الذي تعود أصوله إلى الكلمة اللاآتنية" medium "[21] التي تعني الوساطة، يشير الوسيط إلى ذلك الرابط الذي يصل طرف بطرف آخر. لقد تم إطلاق كلمة الوسائط على وسائل الإعلام الجماهرية " les

[21] المرجع نفسه، الصفحة نفسها

médias" المتمثلة في كل من الصحافة المكتوبة ، الإذاعة والتلفزيون باعتبارها وسائط اتصالية ناقلة للأخبار والمعلومات من المرسل إلى المتلقي.

يقصد بالوسائط الجديدة للإعلام والاتصال تلك الوسائل والتقنيات الحديثة التي ظهرت مع التطور المذهل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال التي اقتضت بروز وسائط اتصالية مثل الحواسب واللوحات إلكترونية والهواتف الذكية المختلفة عن وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة المكتوبة، الإذاعة والتلفزيون.

تعتمد الوسائط الجديدة للاتصال على مجموعة من تطبيقات الحاسوب الآلي التي تمكن من تخزين المعلومات بأشكال متنوعة حيث تتضمن النصوص، الصور، الرسوم الساكنة والمتحركة، الأصوات والفيديوهات. كلها تشكل وثائق إلكترونية يتم عرضها بطريقة تفاعلية [22]يعني ذلك أن مفهوم الوسائط الجديدة الاتصال يركز على الجمع بين النص، الصوت والصورة بتأثيراتها الخاصة التي تزيد من قوة العرض وتفاعل المتلقي بأوقات وكلفة ممكنين.[23]وعليه تشكل الوسائط الجديدة للاتصال كل متكامل بيم الوسائل التقنية الحديثة المتاحة ونمط تفاعل جمهور المستخدمين مع مختلف أشكال المضامين الاتصالية لهذه الوسائل التي تكون على شكل نصوص إلكترونية، أصوات أو صور تهدف إلى نقل المعلومات والأخبار بأقصى سرعة ممكنة وأبعد مجال جغرافي ممكن[24].

---

[22]محمود تيمور وآخرون، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والإتصال والتوثيق الإعلامي، القاهرة ، 2003 ، ص 429 .

[23]حسين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، رحمة للطباعة والنشر، القاهرة ، 2006 ،ص13 .

[24] مراد شلبيه وآخرون، تطبيقات الوسائط المتعددة، ماهر للنشر والتوزيع والطباعة، ط1 ، 2002 ، ص 18.

لذلك تعرف الوسائط الجديدة للاتصال بأنها تجمع بين أكثر من وسيط اتصالي إلكترونيكونها تتيح للمستخدم فرصة دمج التقنيات المتاحة لمعالجة الوثائق النصية، السمعية والبصرية وفق ما يحتاجه المستخدم والمتعامل مع هذه الوسائط الاتصالية، الأمر الذي يجعل المرسل في هذه الوسائط الرقمية يقدم أكثر من رسالة اتصالية، ناهيك عن قدرة المستخدم الإلكتروني في التحكم في تدفق المعلومات هذا ما يجعل الوسائط الجديدة للاتصال فريدة عن وسائل الإعلام التقليدية ذات الاتجاه الواحد[25] والذي يقتصر على عمليتي الإرسال والاستقبال والتفاعل على المدى البعيد بينما الوسائط الرقمية الجديدة للإعلام والاتصال تتميز بكونها ذات الاتجاه الثنائي، بحيث لا تكتفي هذه الوسائط بعمليتي الإرسال والاستقبال فحسب، إنما تتيح الفرصة لمستخدمها للتحكم في الرسالة الاتصالية بكل حرية .

هي الفكرة التي أكدها " جاك سي " في تعريفه للوسائط الجديدة للاتصال غلى أنها وسائط الاتصال التفاعلية التي تختلق، تبدع، تخزن وتنقل المحتوى بطرق مختلفة من خلال وسائط سمعية أو بصرية. [26]

انطلاقا مما سبق يمكن القول أن الوسائط الجديدة للاتصال تشمل جميع التكنولوجيات الحديثة للاتصال من أقمار صناعية، أجهزة الاستقبال، حواسب ولوحات إلكترونية، إذ تشكل كلها الأنظمة التقنية لهذه الوسائط التي بدورها تتيح للمستخدم الإلكتروني فرصة التدوين الإلكتروني على اختلاف أشكاله من تدوين نصي، سمعي وبصري. ومن ثم إرسال هذه الوثائق المدونة على شكل رسائل اتصالية في أقصى

---

[25] محمد جامع فلحي، النشر الإلكتروني والوسائط المتعددة، دار المناهج للنشر، عمان، 2006 ،ص 99.

[26] عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد،م س ذ ،ً 129

سرعة ومدى ممكنين. الأمر الذي عزز الممارسة والتفاعل الإلكتروني وظهور ما يسمى بالترتيبات الاجتماعية من خلال المواقع والمدونات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي.

للتعمق أكثر في هذا المفهوم لابد من التطرق إلى المفاهيم المتعلقة بالوسائط الجديدة للإتصال والمتمثلة فيما يلي:

### أ- الوسائط المتعددة Multimédia :

يشير هذا المفهوم في معناه اللغوي إلى مدلولين " multi " يعني تعدد و " média " يعني الوسائل أو الوسائط.

يوحي هذا المفهوم اللغوي إلى مفهوم اصطلاحي للوسائط المتعددة مفاده استخدام أكثر من وسيطين اتصاليين في آن واحد وجهاز واحد. حيث يتم الجمع بين الوسائط السمعية البصرية البصرية والنصية، ذلك من خلال عرض، دمج ومعالجة النصوص، الرسومات، الصوت والصورة بروابط، أدوات أو تطبيقات تسمح للمستخدم باستقصاء المعلومات أو الوثائق على اختلاف أنواعها سواء كانت مكتوبة، سمعية أو بصرية ويجعلها مادة اتصالية يعتمدها القائم بالاتصال للتواصل والتفاعل مع المتلقي عبر وسيط إلكتروني.[27]

[27] ، خالد محمد فرجون، الوسائط المتعددة بين التنظير والتطبيق، دار الفلاح للنشر والطباعة، ط1 ، الكويت2004 ،ص 141 .

يعرف في هذا الصدد " Fred. T Hofsteher " الوسائط المتعددة على أنها تلك الأجهزة الإلكترونية ( الحواسب، اللوحات الإلكترونية، الهواتف الذكية...) التي يتم استخدامها لدمج النص، الرسوم، الصوت ولقطات الفيديوبتطبيقات تجعل المستخدم يبحر، يبدع، يتواصل ويتفاعل.[28]

يعني هذا أن الوسائط المتعددة تجمع بين الأجهزة الإلكترونية كدعامة اتصالية، التطبيقات الرقمية لمعالجة المعلومات، المادة الاتصالية التي تمثل محتويات الرسالة الإلكترونية وشبكة الأنترنيت كطاقة للإرسال والاستقبال.

وعليه تمثل الوسائط المتعددة ذلك التكامل بين تطبيقات متعددة في أداء العملية الاتصالية على مستوى جهاز واحد. مفاد ذلك أن الوسائط المتعددة تستخدم النص المكتوب، المسموع مع الصورة الثابتة أو المتحركة في توصيل الأفكار على اختلاف أغراضها التي تعزز تفاعل المتلقي مع مضامين الرسالة الاتصالية.

انطلاقا مما سبق يمكن القول أن الوسائط المتعددة للاتصال الحديث هي عبارة عن نسيج متداخل ومتكامل من مجموعة عناصر والمكونات التقنية والإلكترونية التي يوظفها المستخدم والمتفاعل الإلكتروني لمعالجة وعرض مزيج من المادة الإعلامية المكونة من النص، الصوت والصورة ، فضلا عن قدرة المستعمل على التحكم في تدفق المعلومات وصياغتها، هو الأمر الذي يميز الوسائط الاتصالية الرقمية عن وسائل الإعلام الجماهيري التقليدية.

28

**ب- الوسائط الفائقة Hypermédias**:يتركب هذا المفهوم لغة من كلمتين:" hyper "

"فائقة " التي تعني السرعة والخفة و " médias " التي تعني الوسائط كما سبق وأن أشرنا.

إذا حاولناالتعمق في المدلول الاصطلاحي لمفهوم الوسائط الفائقة للاتصال وجدناها لا تختلف عن مفهوم الوسائط المتعددة "multimédias " التي تجمع عدة تطبيقات إلكترونية في معالجة وتقديم المادة الاتصالية. إلا أن الوسائط الفائقة أضيفت لها صفة الفائقة أو السرعة في معالجة المعلومات على مستوى الحاسوب الإلكتروني، فهذا النوع من الوسائط عبارة عن بيئة برمجية اتصالية تساعد على الربط بين المعلومات في شكل غير خطي. الأمر الذي يساعد المستخدم الإلكتروني على تصفحها، التنقل بين عناصرها، التحكم في عرضها والتفاعل معها حتى يحقق أهدافه الاتصالية.

لقد أوضح نضال عبد الغفور أن الوسائط الاتصالية الفائقة تقوم باستخدام ترابط النصوص المكتوبة، لقطات الفيديو، الرسومات والصور وفق ما تسمح به حلقة الربط بين هذه الوسائط ليتمكن المستخدم من تقديم الأفكار والمعلومات.[29]

يتضح من خلال هذا التعريف أن الوسائط الفائقة للاتصال تتضمن جملة من الروابط والوصلات التي تمتاز بالخفة والنشاط في أداء مهامها الإلكتروني، حيث تمكن المستخدم من الوصول إلى الوثيقة التي يطلبها من الحاسوب دون تصفح كل الوثائق المخزنة على مستوى الجهاز. وهو ما يفسر الربط غير الخطي بين عناصر المعلومات الإلكترونية سواء كانت نصية أو سمعية بصرية.

29

انطلاقا ماما سبق يمكن القول أن الوسائط الفائقة تشمل في جوهرها الوسائط المتعددة كون هذين النوعين من الوسائط يعتمدان على الاستخدام المتعدد للعمليات الاتصالية على مستوى الجهاز الواحد، إلا أنه تصبح هذه الوسائط فائقة عندما يزود محتوى العرض بوصلات لربط العناصر لتسهيل عملية تصفح المحتوى، الأمر الذي يظهر التكامل والتداخل بين هذين المفهومين.

## ج – الوسائط الرقمية Digital média:

قبل الغوص في هذا المفهوم لابد أن نعرج على معنى كلمة " Digital " التي تنبثق من اللغة الإنجليزية " Digital " تعني العدد، الرقم ( nombre, chiffre )[30]و تم تعميم المصطلح ليستعمل أكثر في المجال الإلكتروني.

في حين ترجم مفهوم " Digital " في اللغة الفرنسية إلى لفظة " numérique" الذي يعني الرقمية، فالمصطلح الإنجليزي "Digital " يحيل في اللغة الفرنسية إلى بصمة الأصبع " Empreinte Digital ". وعليه تستعمل لفضة " Numérique " أو الرقمية للتعبير عما يمثل بالأعداد او الأرقام. وهو المصطلح الذي ارتبط أكثر بتكنولوجيات الإعلام والاتصال التي انبثقت منها وسائل الإعلام الرقمية " Les médias numériques " باللغة الفرنسية، " Digital média " بالغة الإنجليزية. يعني المفهوم الأول وسائل الإعلام الرقمية التي تتعلق بكل الوسائط التكنولوجية الحديثة للاتصال، أما المفهوم الثاني يتعلق باستخدام هذه التكنولوجيات الرقمية[31].

30

31 محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، مركز الأهرام القاهرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2012، ص 12.

يتضح من هاذين المصطلحين أن وسائط الإعلام الرقمية تلك الوسائل التي تعتمد على استخدام التكنولوجيات الحديثة للاتصال في إطار بنيوي ومنظم. يعني هذا ان الوسائط الرقمية تعمل في إطار الاتصال الشبكي المنظم، يربط بين مجموعة من المرسلين والمتلقين في آن واحد وبشكل متواصل مما يعزز التفاعل والانسجام. لقد تطورت تقنية "الديجتال" حتى غزى استعمالها مختلف مجالات الحياة وخاصة الاقتصادية منها إذ أصبحت رهينة ثقافة " الديجتال" في عصر الرقمنة الإلكترونية. حيث تضمن هذه التقنية حضور المؤسسات الاقتصادية على الواب.

نخلص في هذا السياق إلى القول أن وسائط الإعلام الرقمية " Digital médias " تشمل التقنيات الاتصالية السمعية البصرية التي تمتاز بالنشاط والسرعة، تمكن من نشر كم هائل من المعلومات على اختلاف أشكالها على شاشات الأجهزة الاتصالية المتعددة الوسائط من نصوص، رسومات، صور ثابتة أو متحركة، فيديوهات...حيث يتحكم فيها المرسل ونشرها في الزمن المناسب على شبكة الأنترنيت. تمثل هذه الميزات التي تتسم بها الوسائط الاتصالية الرقمية عوامل تحويل وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل الإعلام الرقمية، حيث تحولت الصحافة المكتوبة الورقية إلى صحافة إلكترونية تنشر على صفحات الواب وانتقلت الإذاعة من جهاز المذياع إلى الحواسب واللوحات الإلكترونية أو الهواتف الذكية وكذلك انتقل التلفزيون من جهاز التلفاز إلى شبكة الأنترنيت من خلال الوسائط الجديدة للاتصال. بذلك يمكن القول أن تقنية الديجيتال أو الرقمية ساهمت في انتشار بث وسائل الإعلام الرقمية المختلفة عبر أنحاء العالم وعززت تفاعل المتلقي مع الرسالة الإعلامية الرقمية بحرية مطلقة وأقصى سرعة ممكنة.

## المحاضرة الرابعة: خصائص الوسائط الجديدة.

تشكل الوسائط الجديدة للاتصال محور هام في مختلف مجالات الحياة اليومية في عصرنا الحالي، يعود ذلك إلى ما ولده انتشار التكنولوجيات الحديثة للاتصال والاستخدام الوظيفي لها في جميع المؤسسات الرسمية، الاقتصادية والخدماتية. ناهيك عن المردودية في العمل وسرعة الأداء. ويرجع هذا إلى جملة من الخصائص المميزة لهذه الوسائط الاتصالية الجديدة التي منحت هذه المزايا للاتصال الحديث، إذ سنحاول حوصلت أهمها فيما يلي[32]:

**1 – التفاعلية " inter activité "**: تتحدد هذه الخاصية للوسائط الاتصالية الجديدة في الأفعال وردود الأفعال بين المستخدمين انطلاقا مما يتم تبادله من رسائل اتصالية ، تفاعلات، تعليقات واشتراكات. إذ يتم ذلك من خلال برامج الوسائط الجديدة التي تمارس عبرها العملية الاتصالية التشعبية التفاعلية التي تنتشر على مستوى الشبكة العنكبوتية.

**2 – التكامل** : تتحقق هذه الخاصيةللوسائط الاتصالية الجديدة كونها تتيح للمستخدم استعمال أكثر من وسيطين في الايطار الواحد بشكل تفاعلي.

**3 – التنوع**: تظهر ميزة التنوع عند الوسائط الجديدة للاتصال على مستويين يتحدد الأول في المستوى التقني، حيث تتنوع هذه الوسائط وفقا لمستحدثات تكنولوجية الإعلام والاتصال التي صتفرض تعدد هذه الوسائل منت حواسب ولوحات إلكترونية، الهواتف الذكية وغيرها. في حين يتجلى المستوى الثاني

[32] ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015، ص21.

في الجانب المعلوماتي، حيث تعمل الوسائط الجديدة للاتصال على توفير مجموعة من العناصر التي تساعد على تقديم الأخبار، المعلومات والمعارف على اختلاف أنواعها وفقا لرغبات المستخدم ويتم تدعيم ذلك بدمج النص، الصوت والصورة.

**4 – الإلكترونية والرقمنة:** تتسم الوسائط الجديدة للاتصال بهذه الخاصية كونها تعتمد على الأجهزة الإلكترونية في اتناجها وتقديمها للمعلومات وفق شبكة منظمة ومحكمة. تتحقق ميزة الرقمية أو الرقمنة في إمكانية تحويل العناصر التي تتضمنها هذه الوسائط إلى الشكل الرقمي إذ يمكن تخزينه، معالجته وتقديمه على الكمبيوتر.

**5 – التوافق:** توحي هذه الخاصية إلى تناسب وتوافق العناصر المختلفة الموجودة في البرامج الإلكترونية مع سرعة العرض وقدرات المستخدم. يظهر ذلك مثلا في تناسب النص المكتوب مع الصوت والصورة أثناء العرض الإلكتروني.

**6 – السعة و الإيستعاب:** تتميز الوسائط الجديدة للاتصال بالقدرة على اختزان كميات ضخمة من المعلومات في أشكال مختلفة، هذا ما يتيح للمستخدم الإلكتروني فرصة التعامل مع مستودعات ضخمة من المعلومات المختلفة.

**7 – المرونة:** يقصد بهذه الميزة سهولة الوصول إلى المعلومات المطلوبة من المستخدم، يتحقق ذلك من خلال ما تحتويه الوسائط الجديدة للاتصال من برامج، روابط و وصلات تحقق الاستجابة الفورية للطلبات البحثية على مستوى الجهاز.

**8 – السرعة:** تمتاز الوسائط الجديدة للاتصال بكونها نظام شبكي يضم مجموعة من المحطات المترابطة فيما بينها بطريقة تسهل الوصول إلى أية محطة من أي موقع بالبرنامج بشكل سريع. حيث تقوم هذه النظم على تسهيل الوصول إلى المعلومة المرغوب بها بسرعة فائقة.

**9 – اللاتزامنية:** يقصد بهذه الخاصية عدم تزامن تلقي العروض الإلكترونية مباشرة مع الزمن الفعلي للنشر أو العرض. يعني ذلك أن المستخدم الإلكتروني يتلقى الرسالة الاتصالية في أي زمن يتاح له، عكس الوسائل التقليدية التي تحتم تلقي الرسالة الاتصالية لحظة بثها أو نشرها.

**10 – اللامكانية:** تمتاز الوسائط الجديدة للاتصال بكونها تستقطب أكبر قدر ممكن من المستخدمين في أقصى مجال جغرافي متاح. يعني هذا أن الوسائط الجديدة للاتصال لاتتموقع في مكان معين، فهي قابلة للنقل من مكان لآخر.

**11 – الكونية واللامركزية:** تكتسب الوسائل الجديدة للاتصال صفة العالمية انطلاقا من الخاصيتين السابقتين (اللاتزامنية، اللامكانية )، اللتان جعلتا هذه الوسائط لا تتمركز في رقعة جغرافية واحدة، فهي شبكة عالمية من الاتصالات يتعامل معها المستخدمين في كل أنحاء العالم وعلى مدى 24 ساعة.

**12 – اللاجماهرية:** تشمل هذه الخاصيةنمط استخدام الوسائط الجديدة للاتصال، حيث يتم استخدامها بشكل فردي، ويكون بذلك للفرد الحرية في اختيار كما يتعرض له. كما يتلقى المستخدم الرسائل الاتصالية على البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي أو الهاتف بشكل فردي، هذا

عكس وسائل الإعلام الجماهيرية التي تبث المعلومات على ملأ من الجماهير فتكون بذلك الرسالة جماهيرية لا شخصية أو فردية.

إلى هنا يمكن القول أن الوسائط الجديدة للاتصال تتسم بعدة خصائص تميزها عن وسائل الإعلام الجماهرية التقليدية، الأمر الذي جعلها تقدم خدمات لا يستهان بها ليس فقط على الصعيد الإعلامي، إنما تعدت ذلك لتشمل الصعيد المؤسساتي وخاصة الإقتصادية منها. حيث أصبح المنتوج والمردود العالمي مرهون بالتدفق المذهل للمعلومات الذي تفرضه الثورة التكنولوجية العالمية.

## المحاضرة الخامسة: الوسائط الجديدة وظواهر فضاءات الاتصال الجديد.

ساهمت الوسائط الجديدة للاتصال في التغيير الجذري لنمط التواصل البشري وكذا الفضاء الذي يحتضن العملية الاتصالية. فبعدما كان الفضاء الاتصالي يتحدد في المجال الزماني والمكاني الذي يؤطر سيرورة العملية الاتصالية أصبح مع التطور المذهل للتكنولوجيات الحديثة للاتصال يتخطى هاذين الحدين، إذ انتقل من الفضاء الواقعي المحسوس إلى الفضاء المجرد أو ما يسمى بالفضاء الإفتراضي. لنتعمق أكثر في هذا المفهوم لابد من التطرق إلى مدلول الفضاء الاتصالي الجديد وظواهر الاتصال في هذا الفضاء.

**مفهوم فضاء الاتصال الجديد:** قبل الغوص في معنى هذا المفهوم يجدر بنا الانطلاق من مدلول كلمة فضاء، حيث يشير الفضاء " espace " في اللغة الفرنسية و " sphère " في اللغة الإنجليزية إلى

ذلك المجال أو المساحة التي يمكنها أن تحتوي الأشياء المادية[33]. فالفضاء بهذا المعنى يمثل الحيز المكاني الذي يمكن تعميره بما يتسع له ذلك وفق الحاجات المختلفة.

تطور مفهوم الفضاء من المعنى المكاني والفيزيائي ليدخل المفهوم المجرد اللامحسوس مع ما ولدته تطور العلوم الفلسفية، السياسية والاجتماعية[34]. حيث تعتبر هذه العلوم أي حيز يتضمن تضارب الأفكار، المعتقدات والإيديولوجيات التي تخضع للنقاش بمثابة فضاء فكري يتسع لاحتضان ما أمكن من القضايا المطروحة للمجادلة، وهو ما اصطلح عليه تسمية الفضاء العمومي " espace publique " حيث أخذت كلمة " publique " من اللغة اللاتينية " publicos " التي تعني "الجميع" ، " tout le monde " [35] وتوحي كذلك كلمة عمومي إلى ما يتشارك فيه الجميع كونه يتضمن القضايا المهتمة بالشؤون العامة التي تثير الرأي العام.

تعود صياغة مفهوم الفضاء العمومي إلى الفيلسوف الألماني " Jurgen habermas " الذي استند في تأصيله الفكري إلى مرجعية " Emanuel kant " في نظرية الاستعمال الخالص والاستعمال العمومي للعقل.[36] فاعتمد " هابرماس" في نهاية القرن السابع عشر و منتصف القرن الثامن عشر على دراسة فضاء الطبقة البرجوازية في دول أوروبا الغربية كفضاء خاص وفضاء الطبقة الكادحة كفضاء عام. فأثبتت دراسة هابرماس أن الفضاء العام يظهر من خلال الرأي العام الذي يعارض السلطة والطبقة البرجوازية.[37] حيث يمثل هذا الفضاء مجال النقاشات حول القضايا المطروحة ويشكل بذلك الوسيط

[33] Larousse, dictionnaire encyclopedie, opcite, p 566 .
[34] Idem
[35] Serge CACA LY et autres, dictionnaire de l'information, édition armand colin, 2006,p 148 .
[36] Idem
[37] Idem

أو الرابط بين المجتمع المدني والسلطة الحاكمة.[38] لذلك يعتبر مفهوم الفضاء العمومي نتاج عصر الأنوار، حيث امتاز هذا العصر بالنهضة الفكرية، النقد السياسي والتهييء للتأسيس الديمقراطي في أوروبا قصد دحض الأنظمة السلطوية المنغلقة. وهي الفكرة التي أكده"Jean Marc virey " باعتقاده أن الفضاء السياسي المعاصر يتحدد في المجال العام الذي يتضمن المعايير الأخلاقية للتحرر.[39]

مفاد ذلك أن الفضاء العمومي مهد لانتشار الحريات الفردية في الأفكار، المعتقدات وإمكانية التعبير عنها من خلال المناقشات والتناظرات الفكرية والسياسية.

تعزز الفضاء العمومي أكثر مع تطور وسائل الإعلام وتدفق التكنولوجيات الحديثة للاتصال التي أتاحت اتساع هذا المجال بصفة لا متناهية من الاتصالات. حيث قامت الوسائط الجديدة للاتصال بنقل الفضاء العمومي من شكله الواقعي المعايش إلى فضاء افتراضي " espace vertuel " الذي يشير إلى ذلك المجال اذ تبدع فيه التكنولوجيات الحديثة للاتصال خيال وتصور يساعد على إدراك الواقع، حيث تستوحى تمظهرات هذا الأخير مما هو معاش ويتم إدراكه من خلال الوسائط الجديدة للاتصال.[40]

يفيد ذلك أن الفضاء الافتراضي حيز تفاعلي ينغمس فيه الفرد من جراء الخضوع لمؤثرات التكنولوجية على الرسالة الاتصالية والمستخدم في ذات الوقت، الأمر الذي جعل هذا الفضاء الاتصالي الجديد يزيد من فعاليات المجتمع المدني ومساهمته في خلق وتطوير الديمقراطية الإلكترونية.[41]

---

[38] Serge cacaly et autres, dictionnaire de l'information, opcite, p148.
[39] Idem
[40] Idem

[41] محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، م س ذ، ص11.

يؤكد في هذا السياق كل " Rodert kropf " تقاطع الفضاء العمومي التقليدي مع الفضاء العمومي الافتراضي، حيث يعتبر هذا الأخير إعادة تشغيل الفكرة الجوهرية لمفهوم الفضاء الاتصالي التقليدي الذي تحدث عنه هابرماس باعتباره بؤرة إنبثاق الديمقراطية.

يتضح من خلال ذلك 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 ممكن من التفاعل. الأمر الذي جعل " Yongue " يعبر عن الفضاء الاتصالي الجديد بأنه مجال يعتمد على التبادل المجاني للأفكار والآراء بين المستخدمين. وعليه يمكن القول ان الفضاء الاتصالي الجديد يشكل مجالا رمزيا مفعلا بالاتصال السياسي، الاجتماعي والثقافي، يساهم في قمع الأنظمة السلطوية التقليدية ذلك يعود لما يفسحه هذا المجال من تفاعل وتشارك في الآراء والمعتقدات.

**ظواهر فضاءات الاتصال الجديد:**

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 التي تشكل وتؤطر الفضاء الرقمي، وتتحدد أبرز ظواهر الفضاء الاتصالي الجديد فيما يلي:

أ- **المدونات الرقمية" Blog numerique "**: تشير المدونة الرقمية إلى موقع على الواب يتضمن مجموعة من المعلومات، الأخبار والأفكار، يتم عرضها وفق تسلسل زمني لوقوع الأحداث وتكون مسحوبة بتعاليق مستخدمي الشبكة العنكبوتية.[42]

يعني هذا أن المدونة الرقمية بمثابة سجل يومي يتم من خلاله تدوين وعرض المعلومات على الواب، الأمر الذي يتيح للمتصفح الإطلاع على أحدث المعلومات والأخبار بشكل مستمر. فالمدونة الرقمية تماثل بذلك الجريدة الشخصية، يعدها أحد مستخدمي شبكة الواب ويسمى بالمدون " Blogueur " ويعرضها لتكون متاحة للعامة.[43]

ظهرت المدونة الرقمية في تسعينات القرن العشرين، إلا أنها عرفت تطورا وانتشارا أوسع مع مطلع الألفية الثالثة، ذلك راجع للتطور المذهل لتكنولوجيات الاتصال الحديثة وغزوها للعالم من جهة ومن جهة أخرى تصاعد موجات النقد السياسي والاجتماعي الذي تجده المدونات الرقمية مادة يافعة لنشاطها وتحقيق أكبر قدر ممكن من التفاعل.[44]

لا يقتصر استعمال المدونات الرقمية على الصعيد الشخصي فحسب إنما يتعدى ذلك ليشمل الصعيد المؤسساتي على اختلاف أنواعها، إذ أصبحت هذه المدونات وسائل اتصالية استراتيجية لهذه المؤسسات، وهو الأمر الذي أدى إلى خلق ما يسمى بفضاء المدونات "Blogosphére "[45] باعتباره نظام توصيل المحتوى الاتصالي وتأريخه.

---

[42] Serge Cacaly, dictionnaire de l'information, op cite, p36

[43] حسن مظفر روزو، الفضاء المعلوماتي، مركز دراسات الوحدة العربية، طبعة 1 ن بيروت، 2007 ، ص 125 .

[44] ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد – الدولة الافتراضية الجديدة- ، دار البداية للنشر والتوزيع، ط1، بغداد، 2014 ،ص 342.

[45] Serge Cacaly, opcite, p36

لذلك تعتبر المدونة الرقمية فضاء اتصالي يتيح للمستخدمين فرصة ممارسة حرية التعبير من خلال ما يتم نشره على صفحات الواب من نصوص، صور وروابط لإيصال المعلومات المعبر عنها وتسمح بذات الوقت بالتفاعل من خلال الرد على المناشير والمشاركة في النقاشات حول المواضيع المطروحة.[46]

وعليه تشكل المدونة الرقمية مجال افتراضي عام يتم من خلالها اختراق الحواجز المقيدة لحرية التعبير في ضل وسائل الإعلام التقليدية، إذ يقوم هذا الفضاء بتفعيل دور الجماهير في نقد السياسات العامة في أية دولة من جهة وتمكن من التعبير عن الذات الثقافية والاجتماعية من جهة أخرى.

**الشبكات الاجتماعية " Réseaux sociaux "**: تعتبر الشبكة الاجتماعية الرقمية إحدى فضاءات الاتصال التي فرضتها الوسائط الاتصالية الجديدة، حيث تضم مختلف مواقع التواصل الاجتماعي وخدمات البريد الإلكتروني. إذ يعود لها الفضل في تحويل فضاء الاتصال من شكله التقليدي إلى شكله الحديث من جهة وساهمت من جهة أخرى في خلق إعلام موازي للإعلام التقليدي الذي اصطلح عليه بالإعلام الجديد أو البديل.[47]

تتميز الشبكات الاجتماعية عن الإعلام التقليدي بكونها تعزز التفاعلية بين المستخدمين من خلال سرعتها في نشر المعلومات وردود الأفعال الافتراضية ويتعلق ذلك بمختلف الرسائل الاتصالية التي يتم نشرها على اختلاف أشكالها، سواء كانت نصوصا، صورا، فيديوهات، موسيقى وغيرها من المضامين.

---

[46] ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد – الدولة الافتراضية الجديدة-، م س ذ، ص 342.
[47] محمد عواد، مدخل إلى الإعلام الجديد، الطبعة الإلكترونية، ص 19 .

ظهرت الشبكات الاجتماعية في الجيل الثاني للواب " web. 02 " في نهاية القرن العشرين وشاع استخدامها مع مطلع القرن الواحد والعشرين، حيث تستقطب أكبر قدر ممكن من المستخدمين باعتبارهم يمثلون البنية الموازية للبنى التحتية لهذه الشبكات والمتمثلة في التكنولوجيات المسخرة لضمان سيرورة الرسالة الاتصالية الرقمية التي من خلالها يتم تقديم الخدمات الاتصالية بين العناصر المشكلة للشبكة الاجتماعية كالتعارف، الصداقة، المراسلة والمحادثة الفورية، إنشاء صفحات للأفراد والمؤسسات وخلق مجموعات ذات الاهتمام والأهداف المشتركة.[48]

ألحق بهذه الشبكات صفة الاجتماعية انطلاقا من الاستعمال الاجتماعي لها، حيث يتعرض لها أفراد وجماعات بشرية متعددة تتكتل على الشبكة وتتفرق ذلك حسب رغبة المستخدم الإلكتروني. نلاحظ في هذا السياق أن مصطلح الشبكات الاجتماعية يتضارب مع وسائل الإعلام الجماهيرية، إذ قامت الوسائط الاتصالية الجديدة بنقل الاهتمام من وسائل الإعلام الجماهيرية إلى الشبكات الاجتماعية باعتبار هذه الأخيرة أعادت تفعيل الجماعات الاجتماعية الواقعية التي عرفتها المجتمعات البشرية قبل وسائل الإعلام الجماهيرية إلا أنه بشكل مستحدث وعلى الشبكة الافتراضية لكن بنفس المبادئ والغايات.

يتضح من خلال هذه الفكرة أن الشبكات الاجتماعية الرقمية تمكن الأفراد من التجمع وإنشاء علاقات على أساس الاهتمام والقيم المشتركة ذلك من خلال استبدال البنية التقليدية الاجتماعية للأفراد بالبنية التكنولوجية الرقمية وإحلال الاتصال الرقمي مكان الاتصال الشخصي وفي ذات الوقت

---

48 المرجع نفسه، الصفحة نفسها

تحول الفضاء المكاني، الواقعي المعايش إلى الفضاء الافتراضي الرمزي والمدرك، فهو يمثل بيئة فعالة في تشكيل الأنساق الاجتماعية والثقافية ويعمل على ترسيخها في الفضاء الرقمي.

انطلاقا مما سبق يمكن القول أن الفضاء الجديد للاتصال يمثل المجال العام الذي يعتمد على مختلف التكنولوجيات الاتصالية كبنى تحتية لقيامها، إذ تمكن هذه الأخيرة المستخدم من الوصول إلى مختلف المعلومات والوثائق والتماس مختلف الخدمات الاتصالية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة الموصولة بشبكة الأنترنيت. ينتج عن ذلك شبكة متشعبة من الاتصالات التي تتيح تبادل الخدمات على مختلف الأصعدة بوتيرة سريعة ومتفاعلة. كما ساهم هذا الفضاء الجديد للاتصال من تفعيل المحادثات والنقاشات حول القضايا الشائكة والتي تشكل محور اهتمام الرأي العام، الأمر الذي دعم الديمقراطية الرقمية من خلال أخلاقيات النقاش على الشبكة العنكبوتية.

## المحاضرة السادسة: خصوصيات وإشكاليات التنظير للوسائط الجديدة للاتصال

لقد ساهمت الثورة التكنولوجية التي عرفها العالم منذ نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين في تغير وسائط الاتصال من الوسائل الإعلامية التقليدية إلى الوسائط الجديدة، استبدال نمط الاتصال الجماهيري بالاتصال الرقمي التفاعلي وكذلك تحول الفضاء الاتصالي الواقعي إلى فضاء افتراضي مجرد. الأمر الذي أدى بالأبحاث في علوم الإعلام والاتصال تأخذ منحى آخر في دراسة سيرورة العملية الاتصالية الرقمية. إذ تختلف عن الدراسات الإعلامية التقليدية وفقا لمستجدات عصر الاتصال التفاعلي

الذي قضى على بعض المفاهيم النظرية التقليدية وطور بعضها وفي نفس الوقت أسفرت الأبحاث الاتصالية الحديثة على وضع مفاهيم ونظريات جديدة اقتضتها مستحدثات الاتصال الجديد.

ولنتمكن من فهم الفكرة أكثر سنحاول في هذا العنصر أن نتطرق إلى ما يميز التنظير العلمي في ظل الوسائط الاتصالية الجديدة التي تتسم بسرعة التفاعل ونسعى في نفس الوقت إلى فهم بعض الإشكاليات والصعوبات التي تواجه الباحثين في دراسة النمط الاتصالي الجديد في ضل التدفق اليومي للتكنولوجيات الحديثة.

## 1 – خصوصيات التنظير في ضل الوسائط الجديدة للاتصال:

عرف البحث والتنظير العلمي في علوم الإعلام والاتصال مراحل عدة، حيث اتسمت كل مرحلة بحثية بخصوصيات تميزها عن باقي المراحل ويعود ذلك إلى نوعية الوسيلة الإعلامية السائدة في الفكرة المدروسة وما تحده من تأثير وتأثر على جمهورها. يبدأ ذلك منذ الدراسات الأولى لبحوث الإعلام والاتصال التي تعود إلى عشرينات وثلاثينات القرن الماضي، بعد انتشار الإذاعة وما أحدثته من تأثير على المتلقين. لذلك تم تصنيف الدراسات الإعلامية الأولى ضمن بحوث التأثير، التي تنقسم بدورها إلى ثلاث مستويات يتمثل المستوى الأول في التأثير المطلق لوسائل الإعلام ويكمن المستوى الثاني في التأثير المحدود لوسائل الإعلام، في حي يتجسد المستوى الثالث في التأثير على المدى البعيد لوسائل الإعلام إذ ظهر هذا الاتجاه بعد انتشار التلفزيون.

بعد ثمانينيات القرن الماضي أخذت الدراسات الإعلامية مجرا آخر، إذ دخلت مرحلة ثانية تتحدد في دراسة المتلقي ودوره في اختيار مضامين الرسالة الاتصالية التي يرغب بها، ذلك انطلاقا من الدراسات الإثنوغرافية التي فعلت في الولايات المتحدة الأمريكية البحث عن مستويات وشروط عملية تلقي الرسالة الإعلامية ذلك من خلال دراسة الفروق الفردية، سلطة اتخاذ القرار، الإدراك الانتقائي للمتلقين، كلها عوامل تؤطر عملية تلقي الأفراد للمضامين الإعلامية.[49]

دخلت الأبحاث العلمية في علوم الإعلام والاتصال حقبة ثالثة تختلف عن المرحلتين السابقتين إلا إنها قد تجمع بينهما في بعض الأحيان. فبعدما أحدثته التكنولوجيات الاتصالية الحديثة من تطور على كل من وسائل الاتصال، مرسل الرسالة الاتصالية والمتلقي وما أسفرت عنه ميزات الوسائط الاتصالية الجديدة من سرعة انتشار الرسالة الاتصالية وقوة التفاعل معها، أصبح التنظير العلمي في هذا المجال لا يبحث عن دراسات تأثير الوسائط الجديدة للاتصال أو دراسة أنماط تلقي مضامين الرسائل الاتصالية لهذه الوسائط فحسب إنما تجاوزت هذه الإشكاليات لتشمل دراسة المستخدم الإلكتروني لهذه الوسائط كمرسل ومتلقي في آن واحد[50].

هذا يعود لما تتيحه الوسائط الاتصالية الحديثة للمستخدم من إنتاج، تخزين ونشر المعلومات في أقصى سرعة ومجال ممكنين. الأمر الذي جعل التنظير في هذا المجال ينتقل من دراسة تأثير الرسالة الإعلامية على الإبعاد الاجتماعية و الثقافية للمتلقي إلى دراسة هذه التكنولوجيات كحتميات أو بالأحرى ضرورة

---

[49] مخلوف بوكروح، التلقي في الثقافة والإعلام، ( د.م.ن. مقامات للنشر والتوزيع، 2011)، ص 110

[50] المرجع نفسه، الصفحة نفسها

ملحة لمختلف مجالات الحياة. ذلك ما أكده الباحث الكندي ماغشال ماكلوهان " Marshall Mcluhan " في نظريته "الحتمية التكنولوجية" التي يعتقد فيها أن لا رجوع للكون عن التكنولوجيات الاتصالية الحديثة التي جعلت العالم قرية صغيرة.و تحدث في مؤلفه" comprendre les médiaspour " 1964 عن الامتداد الحتمي لوسائل الإعلام السمعية البصرية من خلال ما تحدثه التكنولوجيات الاتصالية من تطور على مختلف الجوانب، سواء تعلق الأمر بالوسيلة في حد ذاتها أو الرسالة. كما ظهرت في نفس الوقت أعمال و جهود "ادغارد موران،EdgardMorin " في فرنسا من خلال مؤلفه "المنهج، La méthode" الذي يعتبر كأرضية لبداية دراسة المرحلة الاتصالية الجديدة المتمثلة في العصر الرقمي[51].

تعتبر كذلك الأبحاث الاتصالية للعصر الرقمي التعامل مع"التكنولوجيات الحديثة للاتصال ثقافة ممثلة لهذا العصر، إذ تشكل الثورة التكنولوجية حسب "توفلر، Alvin Toffler" الموجة الثالثة بعد الثورة الزراعية و الصناعية التي عرفها التطور البشري. فبعدما كانت المجتمعات البشرية تعتمد على الأرض كمادة أولية للزراعة و تبحث المجتمعات الصناعية على المواد الخام المعدنية، الغازية و العضوية كمواد أولية لقيام الثورة الصناعية تعتمد مجتمعات ما بعد الصناعة " Société poste industriel " كما اسماها "دانيال بيل" عن التكنولوجيات الاتصالية الحديثة كبنى تحتية لقيام الثورة البشرية الثالثة المتمثلة في الثورة التكنولوجية المعلوماتية و الاتصالية، التي جعلت المجتمعات تنقل اهتمامها من آلات تصنيع المواد الخام إلى آلات إنتاج المعلومات و نشرها على نطاق أوسع.

[51] Abd elkarim forati, essai sur une novelle théorie des médias,

تجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن بعض الباحثين والمنظرين في للوسائل الاتصالية الجديدة ارتأوا ضرورة الاعتماد على البراديغمات الكلاسيكية أمثال البراديغم الوظيفي، التفاعل الرمزي والنقدي وكذا ضرورة التجديد في طرح المداخل النظرية التقليدية ومحاولة تطبيقها على الوسائط الاتصالية الجديدة كدراسة تأثير هذه الوسائط على المستخدمين. فظهرت دراسات حديثة للاستخدامات والإشباعات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كما ظهرت جهود علمية في دراسة نشر المبتكرات ناهيك عن المحاولات العلمية لدراسة تلقي المضامين الاتصالية في العصر الرقمي.

نضيف في هذا الطرح أن التنظير العلمي للوسائط الاتصالية الجديدة ركز في نفس الوقت على صياغة مقاربات علمية لدراسة سيمات وخصائص الوسائط الجديدة للاتصال، يظهر ذلك في أعمال كل من " نيكولاس نيغرو بونيتي "، " بافلاك" وآخرون.[52]

كما اهتم التنظير الاتصالي الحديث بدراسة مستخدمي الوسائط الجديدة للاتصال، يتجلى ذلك في الجهود العلمية التي تم صياغتها في عدة نظريات نذكر منها: نظرية الاختيار، نظرية الثراء ونظرية الوساطة. هذا دون أن ننسى أن التنظير الحديث للاتصال الجديد اهتم بدراسة مضامين الرسالة الرقمية في ظل عصر الاتصال التفاعلي الذي يجعل سيرورة الرسالة الاتصالية في ديناميكية مذهلة وسرعة فائقة في الانتشار مستقطبة أكبر قدر ممكن من مستخدمي الواب.

---

[52] عباس مصطفى صادق، مظاهرالتنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد، من فانفر بوش إلى نيكولاس نيغروبونتي، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة..لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، 2009 ، ص31.

## 2 – صعوبات واشكاليات التنظير في ظل الوسائط الجديدة للاتصال:

تعتبر الدراسات العلمية في عصر الاتصال الرقمي من أصعب الدراسات التي عرفتها علوم الإعلام والاتصال منذ بداية التنظير له ويعود ذلك إلى مميزات الظاهرة الاتصالية بصفة عامة وما يمتاز به الاتصال الرقمي التفاعلي على وجه الخصوص. فالتنظير العلمي في هذا المجال يطرح إشكاليات بالغة الأهمية تتوافق مع متطلبات عصر الاتصال الرقمي وتطلعاته، إلا أن الإجابة على هذه الإشكاليات العلمية يتطلب دراسات وأبحاث تستجيب لهذه المستجدات الرقمية، التي تطرأ على العملية الاتصالية من حين إلى آخر.

إنه من المعلوم أن الظاهرة الاتصالية الرقمية في حركة دائمة وتطور مستمر على مدار الساعة وعلى أقصى حدود مكانية ممكنة، أدى هذا إلى تواجد فضاء رقمي غير محدود، الأمر الذي يصعب على الباحث رصد حيثيات هذا الفضاء في عينة ممثلة لمجتمع البحث. يرجع ذلك إلى الاستخدام الفردي للوسائل الاتصالية الجديدة من جهة واتخاذ المستخدم الإلكتروني في أغلب الأحيان هوية غير هويته الحقيقية.فبالتالييصعب على الباحث ملامسة الحقيقة العلمية في هذه الحالات. علما أن هذه الأخيرة تتجنب الشك وما هو افتراضي، بل تتعامل مع ماهو يقيني وواقعي.

من أجل ذلك مازال التنظير العلمي في ظل الوسائل الجديدة للاتصال يبحث على القواعد المنهجية التي ستساعد الباحث في هذا المجال على تطبيق الأسس النظرية التي تم وضعها من قبل عدة باحثين أمثال " نيكولاس نيغرو بوتيتي" الذي وضع مقاربة علمية لدراسة السيمات وخصائص الوسائط الجديدة

وكذلك ما تم وضعه من نظريات لدراسة مستخدمي الوسائط الجديدة للاتصال ترمي لدراسة محتوى هذه الوسائط.

تجدر الإشارة في هذا الصدد إلى أن الدراسات الإعلامية الاتصالية كانت تعتمد على البحوث الكمية، كونها تهتم أكثر بدراسة الجمهور، إلا أنه بعد ذلك أخذت الأبحاث الاتصالية تبتعد عن الدراسات الكمية لتنخرط في الدراسات الكيفية. يرجع ذلك إلى ما يتيحه هذا النوع من الدراسات من تحليل، تعقيب ومناقشات علمية تثري الأبحاث الاتصالية، تفسرها وتمنح الباحث الفرصة لنقد المحتوى والظاهرة الإعلامية على وجه العموم ولاسيما في عصر الاتصال التفاعلي الذي امتاز بتشابك وتشعب الرسالة الاتصالية القابلة للتحليل والنقاش العلمي[53].

بناءا على ما سبق يمكن القول أن التنظير العلمي في ظل الوسائط الجديدة للاتصال يمثل امتداد للتنظير الإعلامي التقليدي فيما يتعلق بدراسة الجوانب المتعلقة بالتأثير الوسائط الجديدة على الجوانب السيكولوجية، الاجتماعية والثقافية للمستخدم الإلكتروني. إلا أن الباحثين في عصر الاتصال الرقمي سجلوا مستجدات على مستوى دراسة سيمات الوسائط الجديدة للاتصال ومستخدميها باعتبارهم يختلفون عن كل من المرسل والمتلقي في النظريات التقليدية لوسائل الإعلام دون أن ننسى الجهود العلمية المبذولة في دراسة ما تحمله الوسائط الجديدة من مضامين اتصالية. ننوه في هذا السياق إلى أن التنظير العلمي في مجال الإعلام الجديد يبقى فتي، لا يزال الباحثين يثابرون لفهم أكثر ظاهرة الاتصال الرقمي

---

[53] نصر الدين العياضي، الأسس الإبستيمولوجيا والفكرية للمنهج الكيفي، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة..لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، 2009 ، ص 12.

ومؤثراته الإيجابية والسلبية على مختلف أصعدة الحياة اليومية، ومازال البحث العلمي في هذا الحقل يتنبا لمصير المجتمعات العالمية في ظل الثورة التكنولوجية والتدفق المذهل للمعلومات.

## المحاضرة السابعة: مجتمع ما بعد الصناعي والموجة الثالثة لكل من " دانيال بيل وتوفلر"

لقد عرف التطور البشري ثلاث مراحل كبرى أطرت النمو الاقتصادي، الاجتماعي والثقافي له، تعتبر كل حقبة جسر انتقال المجتمعات البشرية من مرحلة إلى مرحلة أكثر تطورا، نفعا وتعلما. بدأ من الثورة الزراعية مرورا بالثورة الصناعية وصولا إلى الثورة التكنولوجية المعلوماتية التي نقلت المجتمع من الاهتمام بما هو مادي لقيام اقتصاده وحضارته إلى الاهتمام بما هو معنوي مجرد والمتمثل في المعلومات والمعارف كمواد أولية لقيام هذا الاقتصاد. هو المجتمع الذي أسماه "دانيال بيل" بالمجتمع ما بعد الصناعي " Société poste industriel " واعتبره "توفلر" الموجة الثالثة " La troisième vague" التي سنحاول في هذا العنصر التطرق إلى المنطلقات النظرية التي اعتمد عليها الباحثين لدراسة المجتمع الحديث في ظل تكنولوجيات الاتصال الجديدة وما أحدثته من تغيرات على مستوى العملية الاتصالية.

### 1- أطروحة مجتمع ما بعد الصناعي ل" Daneil Bel ":

تعتبر نظرية " دانيال بيل " من النظريات الرئيسية التي أسست لمجتمع ما بعد الحداثة، ذلك انطلاقا من عدة أبحاث منذ خمسينات القرن الماضي التي تنبأ واستشرف من خلالها الباحثين في العلوم الاجتماعية أن المجتمع البشري سيدخل مرحلة جديدة مغايرة لما كان عليه سابقا،هذا راجع لما يصاحب التطور المذهل للتكنولوجيات الاتصالية الحديثة.

لقد أوضح "دانيال بيل " [54] ذلك في مؤلفه " Ver la société poste industrielle " ، " إلى مجتمع ما بعد الصناعي " باعتباره مرجع أساسي للباحثين، إذ تم الاعتماد عليه في دراسة تطور المجتمعات الغربية ذلك لأن نظرية دانيال بيل حول مجتمع ما بعد الصناعي تتركز على دراسة عدة مبادىء علمية تتحدد في الأبعاد التكنولوجية، الديموغرافية، الاقتصادية، السياسية والاجتماعية.

حيث تشكل هذه الميادين حقول للبحث ودراسة هذه المجالات المتأثرة بالتطور التكنولوجي كقوام المجتمع، فبتأثرها هذا حولت المجتمع من طابعه الصناعي إلى ما بعد الصناعي. يرى دانيال بيل أن ظهور هذا المجتمع الجديد يعود إلى عدة عوامل أساسية تتمثل فيما يلي:[55]

- **تطور اقتصاد الخدمات " Economie des service "**: 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 وبارعين في علوم الإعلام الآلي.**
- **تصاعد المعارف النظرية المطبقة في مجال الإعلام الآلي والتكنولوجيات الحديثة للاتصال.**
- **التخطيط والتنبؤ لما سينجر وراء هذا الانفجار التكنولوجي.**
- **بروز ما يسمى بتكنولوجيات المعلومات التي تمكن من إنتاج، تخزين وتقديم المعلومة لمن يحتاجها.**

[54] Daniel Bil, ver la société poste industrielle, revue futuribl, n 300, entreprise de travaille, 1973, p68 .
[55] Ibid, p69

تمثل هذه المعايير السابقة الذكر عوامل أساسية لظهور مجتمع ما بعد الصناعة الذي يسمى كذلك يسمى كذلك بالمجتمع الرقمي، مجتمع المعلومات ومجتمع المعرفة.[56]

لقد وافق عدة باحثين دانيال بيل في نظريته في مجتمع ما بعد الصناعي حيث تم اعتماد هذا الفكر لدى كل" Raymond Aron "، " Alain Touraine " و " André Gorz " الذين طوروا بالدراسة والتحليل هذه المرحلة من التطور البشري.[57] حيث تم الإجماع أن مجتمع ما بعد الصناعة يمثل فترة انتقال اهتمام المجتمعات المتطورة من الاقتصاد الذي يعتمد على إنتاج وتمويل السلع إلى اقتصاد يقدم ويعرض خدمات.

هذا مفاده أن مجتمع 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 بناه 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.[58]

إلى هنا يمكن القول أن أطروحة ما بعد الصناعي يمثل تيار علمي تبناه كل من " دانيال بيل " في الولايات المتحدة الأمريكية و " ألان توغلن" في فرنسا، حيث إتفقا على ظبط هذه الأطروحة السوسيولوجية التي لقيت رواجا وصدا في الساحة الفكرية لعصرهما. حيث اجتمع الباحثان على أن

---

[56]Alvin Toffler , La 3ème vague, DENOEL ,paris , 1984 , p 75

[57] Daniel bille, ver la société poste industrielle, robret lafon, paris, 1977, pp 37-70

[58] Comprendre les éléments clés d'une société poste industrielle , 30 mai 2019 .

مجتمع ما بعد الصناعي انتقل من تكنولوجيا الآلة إلى تكنولوجيا المعلومات، من إنتاج السلع إلى عرض وتقديم الخدمات، من تنمية رؤوس الأموال إلى تنمية المعارف. تشكل هذه التحولات جملة من العوامل التي لم تكتفي بتغيير الجانب الاقتصادي والاجتماعي للمجتمع فحسب، إنما أدت بتغيير الأنماط السياسية والثقافية لها جراء الإنتشار الواسع لوسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال التي حولت المجتمع الحديث إلى ما بعد الحداثة الذي تجاوز مبدأ التشييء إلى إعادة الاعتبار لمعارف الإنسان ودوره في الإنتاج، التطور والتجديد.

## 2 – أطروحة الموجة الثالثة ل " Alvin Tofleur " :

تدور الفكرة الجوهرية لأطروحة الموجة الثالثة " la troisième vague " عند "ألفين توفلر" في دراسة المرحلة الحضارية الثالثة التي توصل إليها تطور المجتمع البشري بعد الثورة الزراعية والصناعية باعتبارهما تمثلان مظاهر الحضارات البشرية الأولى، المجسدة لما أنجزه تطور المجتمعات وما يميز مرحلة عن أخرى. يتضح ذلك من خلال تعاون المجتمع مع مستحدثات الزراعة حين اكتشافها، وكذا ما إنجر من انعكاسات اجتماعية واقتصادية بعد ظهور الثورة الصناعية كالنزوح الريفي وظهور الطبقات الأمبريالية البرجوازية المالكة لوائل الإنتاج.

ظهرت ثورة ثالثة في نهاية القرن العشرين تتمثل في الثورة التكنولوجية المعلوماتية التي عبر عنها الباحث السوسيوجي " Alvin Tfleur " بالموجة الثالثة " la troisième vague "[59] الذي يعتبر بمثابة قاعدة علمية للتيار الذي يميز بين المجتمع الزراعي، المجتمع الصناعي ومجتمع المعلومات والمعرفة الذي يرتكز على الاتصال والتطور التكنولوجي. باعتبارها تشكل مصدر القوة الاقتصادية والعسكرية في مختلف دول العالم إذ غيرت بذلك مفهوم وتوزيع موازين القوى في العالم، مهي الفكرة التي وضحها أكثر توفلر في كتابه " Guère anti Guère "[60] إذ أكد أن العالم بعد أن كان يعيش في صراع إديولوجي يتخلله السباق نحو التسلح في ظل الحرب الباردة، أصبح هذا الأخير يعيش في صراع معلوماتي

[59] Alvin Tofleur, la troisième vague, édition de noël, paris, 1980, p206 .
[60] Alvin et Heidi Tofleur, Guére et contre guére, traduction française par François géré, fayéite, 1994, p 865.

يتخلله السباق نحو امتلاك التكنولوجيا في ظل الثورة الاتصالية الحديثة. يضيف توفلر في هذا السياق أن مظاهر الموجة الثالثة تتفعل أكثر في المجتمعات المتطورة المتنافسة على الرتب الاقتصادية العالمية الأولى والحفاظ عل القوة العسكرية في الساحة الدولية.[61]

لقد صاحبت الموجة الثالثة للتطور البشري حسب توفلر ظاهرة العولمة " mondialisation " وظهور المؤسسات العابرة للقارات " transe national " ذلك بفضل البتطور التكنولوجي للاتصال والمعلومات التي فرضت خريطة جيو إعلامية جديدة " geo information " التي أصفرت بدورها على تغيير الخرائط جييو اقتصادية " geo économique"، جييو سياسية " geo politique " و جييو استراتيجية " geo stratégique ".[62]

تشكل هذه المتغيرات سابقة الذكر العوامل التي جعلت أفين توفلر يصف الموجة الثالثة للتطور البشري بصدمة المستقبل " le choc du future "، يعود ذلك لما تنبأ توفلر مما ستحمله طيات هذه المرحلة الجديدة انطلاقا من التغير الذي يمس السيرورة الاجتماعية للمجتمعات البشرية، حيث تفتح الموجة الثالثة حسبه المجال لبنى حضارية جديدة ترتكز على التوازن، عدم التمركز 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 " Techno sphère " باعتباره يتضمن نظام الإنتاج والتوزيع، الفضاء الإعلامي " info sphère " يمثل انتاج ونشر المعلومات، الفضاء الاجتماعي" socio sphère " يتحدد في التنظيم الاجتماعي ; فضاء السلطة " la sphère du pouvoir "[63].

يوضح توفلر فضاءات الموجة الثالثة مؤكدا أن تكنولوجيات هذه الحضارة الجديدة تماثل المصادر الطاقوية المتجددة وغير الملوثة، عكسما اعتادت عليه المجتمعات الصناعية، فنظام الموجة الثالثة شجع

---

[61] Ibid, p 866.
[62] Ibid, p 867 .
[63] Réchard Gagnion, production et politique agricole dans les payes industrielles du de dans ou dehor, volume 12, N1, 1981, p150.

سيرورة إنتاجية غير متمركزة، تكنولوجية من الدرجة الأولى, الأمر الذي يسهل فعاليات الإنتاج والاستهلاك وبالتالي تفعلت المبادلات الاقتصادية. يشير 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 دورا أساسيا وفعالا في تسيير 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 كالتعليم، العمل حتى المعتقدات.

لقد منح "ألفين توفلر" اهتماما كبيرا في تنظيره للتطورات التي طرأت على المجال السياسي في عصر الموجة الثالثة، حيث نوه إلى تلاشي مفهوم دولة الأمة " état nation " الذي شكل مبدأ محوري في المجتمعات الصناعية خصوصا الاقتصاديات الداخلية وترك المجال لظهور مفاهيم جديدة كالوعي العالمي " conscience planitaire " التي تتبناها تنظيمات عابرة للقارات ومؤسسات سياسية وطنية.

انطلاقا مما سبق يمكن القول أن أطروحة الموجة الثالثة لألفين توفلر لا تشكل القاعدة النظرية العلمية لدراسة مجتمع ما بعد الحداثة فحسب، إنما تعتبر بمثابة كاشف المستقبل بالنسبة لباحثي نهاية القرن العشرين. باعتباره حاول التنبء لمختلف التغيرات التي ستطرأ على المرحلة الثالثة من تطور المجتمع البشري جراء التطور التكنولوجي المذهل والتدفق المستمر للمعلومات التي أصبحت عصب الحركة في هذا العصر.

## المحاضرة الثامنة: أطروحة المجتمع الشبكي لمانويل كاسترز "ManuelCastells

لقد حظيت مرحلة ما بعد الحداثة التي واكب مطلعها نهاية القرن العشرين اهتماما بالغا لدى عدة باحثين في مختلف المجالات العلمية، ذلك يعود لمختلف التحولات التي شاهدتها المجتمعات على مختلف المستويات. حيث تشكل تكنولوجيات المعلومات والاتصالات العامل الأساسي في أحداث هذه التحولات، الأمر الذي أدى بشلة من الباحثين في علوم الاجتماع وعلوم الإعلام والاتصال إلى دراسة هذا المجتمع الجديد تحت مصطلح مجتمع ما بعد الصناعي لدى " دانيال بيل " أو الموجة الثالثة لدى " ألفين توفلر "كما عبر عنه " مانويل كاسترز " بالمجتمع الشبكي في أطروحته التي خصصها لدراسة المجتمع الجديد المنخرط في غمار تكنولوجيات المعلومات والاتصال. سنحاول من خلال هذه المحاضرة التطرق لأهم أفكار "كاسترز" المؤطرة لدراسة المجتمع الشبكي في ظل التكنولوجيات الاتصالية الحديثة.

لقد أسس " إمانويا كاسترز " أطروحته حول دراسة مجتمع ما بعد الحداثة " sociéte poste moderne " مركزا على عوامل ظهور ما أسماه علماء الاجتماع بمجتمع المعلومات " sociéte de l'information " ، الذي كان وليد التطور المذهل لتكنولوجيات المعلومات والاتصال باعتبارها تشكل فاعل أساسي في تحصيل المعارف العلمية من جهة وتمثل من جهة أخرى ركيزة المؤسسات الإقتصادية وعوامل نجاحها في تحقيق الربح المادي والمعنوي. يؤكد "كاسترز "أن اقتحام التطور التنكنولوجي المجال المعرفي والاقتصادي لابد أن يكون له أثر على الصعيد الاجتماعي، فالباحث

يضع علاقة وطيدة بين الاقتصاد الذي يعتمد على المعلومات " l'économie de l'information " وشمولية الاقتصاد " la globalisation de l'économie ".[64]

يعني هذا حسب "كاسترز" أن التطور التكنولوجي 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 من المعلومات ، إذ تتخذ من هذه التكنولوجيات الاتصالية بناها التحتية التي يقوم عليها الاقتصاد المعتمد على المعلومات داخل نظام شبكي تسيره يد بشرية.

يقر "كاسترز" في أطروحته أن تغير نظام العمل والإنتاج الاقتصادي من المحسوس إلى اللامحسوس بمعنى انتقال نمط العمل الاقتصادي من الحيز المكاني إلى حيز افتراضي على شبكة الأنترنيت أدى إلى ظهور مجتمع جديد اصطلح عليه المجتمع المصغر " micro société " على الشبكة العنكبوتية التي لابد أن لا ينحصر وجودها على مستوى المجال الاقتصادي فحسب، إنما توسع وجود هذا المجتمع على شبكة الأنترنيت 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 " communication de masse " إلى شبكة من الاتصالات " réseau de

[64] Kasterz manuel, société en réseau l'ère de l'information, traduit par Philip Delamar, fayard, tom1, paris, 1998,p 206.

communication " التي تحمل رسائل مختلفة وتكون في آن واحد مجموعة من العلاقات المتبادلة، الأمر الذي أدى إلى ظهور نوع من الاتصال الاجتماعي والثقافي على الشبكة الافتراضية ذلك وفق اهتمامات وإيديولوجيات الأطراف المتواصلة والمتفاعة. يشكل هذا المظهر الجديد حسب كاسترز ما أسماه بالمجتمع الشبكي " société en réseau ".[65] بحيث لم يتم انتقال الأعمال الاقتصادية إلى الشبة العنكبوتية فحسب بل انتقلت كل اهتمامات المجتمع بأسرها إذ تمثل الشبكة الافتراضية الفضاء الرمزي الذي يتسع للممارسات الاجتماعية، السياسية والثقافية على اختلاف أنواعها، كما يمثل هذا الفضاء مجال للتسويق، الإشهار والتجارة الالكترونية.

وعليه تمثل الشبكة العنكبوتية حسب كاسترز مجال تدفق اللامتناهي من المعلومات والوثائق المختلفة، فعبر عنها بالمدينة الإعلامية أو المعلوماتية " cité informationnelle "[66]إذ يؤكد مانويل كاسترز في هذا السياق أن شبكة الأنترنيت تمثل الشكل المرفولوجي لمجتمع ما بعد الحداثة، حيث وضح في أطروحته " المجتمع الشبكي" مختلف التحولات التي عرفها المجتمع من المرحلة الصناعية إلى ما بعد الصناعية وأشار في ذلك إلى أنماط التنظيم الاقتصادي وتطور الممارسات الاجتماعية. تمثل هذه الظواهر الجديدة حسب الباحث عوامل تطور علاقة المجتمع البشري مع الفضاء والزمن ، حيث زادت قوة تكنولوجيات الإعلام والاتصال من ديناميكية الظاهرة الاجتماعية على ما كانت عليه سابقا فأعادت هيكلت البنى الاجتماعية. فالمجتمع الشبكي وفق كاسترز تطور بوتيرة مغايرة للمجتمع الواقعي فيتخذ أشكالا متنوعة ذلك حسب الثقافات والسياقات التي يتأسس عليها هذا المجتمع إلا أنه ينبني

[65] Ibid, p 207.
[66] Pascal Chauchefoin, la société en reseau l'ére de l'information, Imanuel kasters, fayard, 1998 , p38 .

على أساس موحد على المستوى العالمي، يتم قوامه على الدعائم التكنولوجية التي تسمح بخلق الفضاء الجديد الذي يحتضن هذا النوع من المجتمعات. أين تعتبر المعلومات نظام تكنو اقتصادي " techno économique "[67] التي تجمع بين تفاعل وتلاحم تكنولوجيات الإعلام والاتصال مع أنماط تنظيم الأنشطة الاقتصادية التي تلتف حولها المجتمعات البشرية كونها تمثل مصدر قوة وتطور. باعتبار التطور في عصر المعلومات يعتمد على كمية المعلومات المحصلة والموثقة على الشبكة العنكبوتية وفق اهتمامات المؤسسات الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية والثقافية التي تمثل المواد الخام لإنتاج ونشر المعلومات والمعارف.

انطلاقا مما سبق يمكن القول أن أطروحة المجتمع الشبكي لمانويل كاسترز لا تبتعد في الطرح عن أطروحة كل من "دانيال بيل و ألفين توفلر " في اعتماد علاقة التطور التكنولوجي بتفعيل المجال الاقتصادي الذي كان له الوقع على مختلف مجالات الحياة البشرية الأخرى، إلا أنه أصر على انتقال اهتمامات المجتمع بأسرها إلى الشبكة العنكبوتية فتحول بذلك من مجتمع واقعي ملموس إلى مجتمع شبكي غير ملموس يمتاز بحركية وديناميكية أكبر، وتفعل الأنشطة البشرية بشكل أسرع إذ تشكل تكنولوجيات المعلومات والاتصالات قوام هذه الأنشطة الاتصالية الافتراضية الأعصاب المحركة لها.

[67] Ibid , p 39 .

# المحاضرة التاسعة: أطروحة الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان " Marshall Mcluhan"

لقد مرت المجتمعات البشرية بسلسلة من التطورات التي جعلت أفرادها يتكيفون مع كل المراحل التي يمرون بها.علما أن كل مرحلة تلي مرحلة سابقة لها تأتي باختراعات وابتكارات جديدة تساعد الفرد على تحقيق أكبر قدر ممكن من مساعيه، ابتداء من التكنولوجية الميكانيكية وصولا إلى تكنولوجيات المعلومات والاتصالات التي أصبحت قوام عصر ما بعد الحداثة كما عبر عنها "مارشال ماكلوهان" في أطروحته "باالحتمية التكنولوجية" وهي الأطروحة التي سنحاول فهم بناها الفكرية التي اعتمد عليها الباحث خلال هذه المحاضرة.

**مراحل التطور البشري حسب "مارشال ماكلوهان ":**

عرف تطور المجتمع البشري حسب "ماكلوهان" أربع مراحل كبرى هي:

- **المرحلة الشفوية:** تمثل هذه المرحلة الفترة التي كان يعتمد فيها الجنس البشري على الاتصال اللفضي الشفوي كان ذلك قبل ظهور الكتابة.
- **مرحة الكتابة:**تبدأ هذه المرحلة منذ ظهور الكتابة ذلك بعد 3200 قبل الميلاد، أين انتقل المجتمع البشري من المرحلة الشفوية إلى الكتابة والنسخ وانتهت بذلك فترة ما قبل التاريخ وبدأت المرحلة التاريخية.

- **عصر الطباعة:** بدأت هذه المرحلة بعد اختراع المطبعة على يد الألماني " Guten Berg " في أوساط القرن السادس عشر، فتحولت الكتابة من شكلها اليدوي إلى شكلها الآلي.
- **مرحلة وسائل الإعلام الإلكترونية:** بدات مع ظهور وسائل الإعلام الإلكترونية مع مطلع القرن العشرين بعد ظهور السنما ثم الإذاعة فالتلفزيون ومازال مستمرا لغاية اليوم. حيث يرى مارشال ماكلوهان في نظريته أن كل وسيلة من هذه الوسائل تؤطرها تكنولوجيات اتصالية متاحة في عصرها وكل وسيلة تلي سابقتها تشكل امتدادا وتطورا لها.

قسم مارشال ماكلوهان وسائل الإعلام الإلكترونية إلى نوعين:

- **الوسائل الإعلامية الباردة:** يقصد بها تلك الوسائل التي تتطلب من المتلقي جهدا للمشاركة، المعايشة، الاندماج والانسجام مع مضامين الرسائل الاتصالية كالصحافة المكتوبة والإذاعة.
- **الوسائل الإعلامية الساخنة:** يقصد بها تلك الوسائل الإعلامية التي لا تكلف المتلقي بذل أي جهد لاستيعاب وفهم مضامين الرسالة الاتصالية والمعايشة معها كالسنما والتلفزيون اللتان تقدمان الرسالة الاتصالية بشكل جاهز تجعل المتلقي ينغمس في ثناياها، إذ يقدم هذا النوع من وسائل الإعلام مشاهد حظورية دون الحاجة إلى تخيلها مثلما كان عليه الحال عند التطلع غلى صحيفة ما أو الاستماع إلى الإذاعة باعتبارهما تجبران الذهن البشري على التخيل لرسم المشاهد في مخيلات المتلقي.

**يؤكد مارشال ماكلوهان في أطروحته** أن وسائل الإعلام التي يتعرض لها المجتمع تحدد طبيعة هذا الأخير وتغير اهتماماته، حيث ساهمت وسائل الإعلام الجماهيرية في نقل المجتمعات من أشكالها التقليدية ( جماعات اجتماعية، حشود...) إلى مجتمعات جماهيرية كبرى تلتف حول وسائل الإعلام الجماهيرية . كما حولت وسائل الإتصال الرقمية بدورها هذا المجتمع إلى مجتمع افتراضي رقمي يتواكب ويتكيف مع مستحدثات تكنولوجيات الاتصال والمعلومات، الأمر الذي جعل مارشال ماكلوهان يقول أن "الوسيلة هي الرسالة" . بمعنى أنه لا يمكن النظر إلى مظمون الرسالة الإعلامية بشكل مستقل عن تقنيات الإعلام والجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية، حيث يؤكد الباحث أن السيرورة الجيدة للرسالة الاتصالية تتوقف على الوسيلة الاتصالية الإعلامية المعتمدة، فالرسالة الإعلامية وحدها لاتحقق شيء من الصدى الإعلامي دون اختيار الوسيلة الإعلامية الملائمة لإيصالها إلى المتلقي. لذلك أجزم ماكلوهان أن فاعلية الرسالة الإعلامية لا تتحقق إلا في ظل فعالية الوسيلة فبالتالي حسبه الوسيلة هي الرسالة.

تأكد هذا الطرح أكثر حينما تحدث ماكلوهان عن تطور تكنولوجيات الاتصالية الحديثة التي أدت إلى ظهور وسائط اتصالية جديدة وموازية لوسائل الإعلام التقليدية ، التي أصبح استخدامها لدى الأفراد والمؤسسات حتمية وضرورة ملحة يفرضها تطور المجتمعات التي تتماشى مع التطور والتدفق المعلوماتي: الأمر الذي يوطد العلاقة أكثر بين المستخدم والوسائط من جهة وبين الرسالة الاتصالية والوسيلة من جهة أخرى وهي العلاقات التي جعلت الاتصال يتشعب حتى جعل الكرة الأرضية تتقلص من حيث الزمان والمكان ليسميها ماكلوهان ب "القرية العالمية، village globale " [68]يعود ذلك

[68] Naim Kattan, Marshall Mc . Luhan, collectif liberté, 1967, p 17.

إلى ما أحدثته الوسائط الجديدة للاتصال من اختراق وتجاوز الحدود الزمكانية التي أجبرت الأفراد على استخدام هذه الوسائط، التعمق والمشاركة في بناء مضامين الرسالة الرقمية.

تحدث مارشال ماكلوهان عن مخلفات وسائل الإعلام الإلكترونية على الثقافات الشعبية " culture populaire " في ظل الثقافة الجماهيرية " culture de masse "[69] التي تستقطب أكبر قدر ممكن من الأفراد، فحسب ماكلوهان إن ما حدث من إزياح ثقافي بعد الثورة الصناعية تضاعف عدة مرات بعد الثورة التكنولوجية المعلوماتية التي جعلت أفراد المجتمعات العالمية تنكمش في قرية أو كتلة واحدة خاضعة لمؤثرات وسائل الإعلام والوسائط الاتصالية الجديدة، الأمر الذي أدى بتيار من الباحثين إلى إثارة إشكاليات بحثية تتناول بالدراسة هذه الثقافات الجديدة التي ستتبناها المجتمعات العالمية ومصير الثقافات المحلية في ظلها، إلا أن مارشال ماكلوهان يرى أن إنخراط هذه المجتمعات في هذه الثقافة الجديدة حتمية فرضتها الحتمية التكنولوجية التي لا مناص منها بحكم أن تطور المجتمعات البشرية واكب مستحدثات كل مرحلة مر بها، فتكيف مع التغييرات التي طرأت عليه وتنازل عما أمكن التنازل عنه ذلك ليتمكن من مواكبة العصور.

إلى هنا يمكن القول أن "مارشال ماكلوهان" اعتمد في دراسته لتطور المجتمعات البشرية على المتغيرات الاتصالية والثقافية، يعود ذلك لكونهما متغيران متكاملان ومتداخلان. بحيث يشكل المتغير الاتصالي الحامل الأساسي للمتغير الثقافي، لذلك رصد ماكلوهان في أطروحته مراحل تطور المجتمعات البشرية وفق مراحل الاتصال البشري وأكد على تأثر هذه المجتمعات بالتطورات التي تأتي بها كل مرحلة

[69] Idem.

إلى أن استقر في دراسته الإستشرافية لفترة ما بعد الحداثة عند فكرة أن التكنولوجيات الاتصالية تمثل حتمية أو ضرورة مفروضة بتأثيراتها الإيجابية والسلبية على هذا المجتمع، إذ أصبحت اليوم تشكل عماد مختلف قطاعات الحياة البشرية سواء السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، وعليه تمثل التكنولوجيات الاتصالية حسب ماكلوهان حاجة من حاجات الإنسان التي يحقق ويشبع بها رغباته.

## المحاضرة العاشرة: الفضاء العمومي عند "هابرماس".

ترتكز فكر "هامبرماس" في الأساس على العقل التواصلي الذي يفترض الحوار و النقاش بين الأفراد من اجل الوصول إلى حقيقة مشتركة، و من اجل التخلص من السيطرة و الهيمنة عن طريق العقل التواصلي، يقول: "الفعل التواصلي يمثل في الوضع المثالي خطابا ناجحا حتى في حالة انعدام أي ممارسة لا تستند إلى أي اجتماع".

هذا ما يشكل فضاء النقاش والتحاور بين الأطراف المتواصلة حيث تعتبر أخلاق النقاش شرطا أساسيا في فكر هابر ماس التواصلي، تخضع قواعدها للمجادلة المنطقية من اجل استنباط جملة معايير تضمن لها طرق تنظيم التواصل في المجتمع.

بمعنى أن " فلسفة التواصل النقدية عند هامبارماس تفهم الوعي الأخلاقي الحديث متحررا من أي مضمون قد يقصي مضامين أخرى، و تتحرر من إيصال الماورائيات و الرؤى الميتافيزيقية، و تتجنب قضايا والمعتقدات الروحية الخاصة على أهميتها. فالأخلاقيات عنده ليست أوامر تصدر و محرمات بل هي جملة معايير تنضم ممارسة التواصل في المجتمع و تبلور قواعد تعمل على الوصل بين اعضاءه."

مفاد هذا أن نظرية هابرماس  هذه متحررة من كل القيود والرؤى والأديان والعقائد التي قد تقيدها أو تزج بها في نقطة واحدة وهي أيضا ليست مرتبطة برؤية خاصة بفرد معين، أو القوة التي يملكها شخص ما بحيث تجعله يسيطر، ولكنها مرتكزة على المحاججة والإقناع.

إذ بإمكان الأشخاص إقامة حوار فيما بينهم وتقديم رأيهم بشجاعة في مواجهة آراء أخرى وبالتالي يمكن أن نفهم أنه يريد الوصول إلى حوار ليس فيه تعصب لأي شيء أو أي نوع من الارتباط ويقوم على العقل.

ولكن يمكن ننقد خاصة النقطة المتعلقة بالعقائد المختلفة ذلك أن بعض مجتمعات العالم على سبيل المثال،تعتبر الديانات منهج حياة لا يمكن أن نفصله عن حياة الإنسان العادية أو نظام الحكم، أو أي نشاط يقوم به الإنسان، ولذلك فإن هذا المعيار يمكن أن يتغير في تحليلنا للفضاء العمومي لما نتحدث عن المجتمعات العالمية ذلك أن إقحام كل ما هو رمزي اجتماعي ثقافي وكل ما هو حجة وبرهان من التاريخ البشري لا يعتبر خروج عن العقلانية والحجاج.

لم تبنى فلسفة التواصل عند هابرماس انطلاقا من قيم عليا مستلهما من عوالم الخير والشر، كما بلورها الفلاسفة الميتافيزيقيون بل تبنى انطلاقا من مقاربة نسبية نسميها إيتيقا المناقشة، إيتيقا ليست متناقضة مع الأخلاق ولكنها أيضا ليست متولدة عنها فهي تستند إلى مبدأ المحاججة والحوار كنقطة انطلاق أولانية لكل ما يمكن أن تفضي إليه، ومن هنا ربطه الوظيفي لخاصية المحاجة بالمناقشة[70].

[70] جان مارك فيري، فلسفة التواصل، تر: عمر مهيبل، ط1 ،منشورات الإختلاف،2006 ، ص17 .

ويرى هابرماس أن يقوم الحوار والنقاش على مبدأ البرهنة لأن رفض هذا المبدأ يعني أننا نبتعد عن العقل، ويحدد شروط التواصل السليم في: الصدق والمصداقية، الصحة والمسؤولية، لأنها إحدى مميزات البرهان اللغوي والعناصر المكونة لفلسفة التواصل.

وتجدر الإشارة إلى ركائز النظرية النقدية التي تعود بالأساس إلى تحرير العقل من الاستبداد الذي وصل إليه العالم اعتقادا منه أنه قد تحرر " فالمعرفة العلمية التي سخرت لفهم الطبيعة والتحكم فيها تم استخدامها أيضا للتحكم في الإنسان، بمعنى أن منطق النظام الذي تصوره الإنسان للسيطرة على الطبيعة تم نقله بالكامل للتحكم بالأفراد والجماعات[71].

وغايتنا من التطرق إلى النظرية النقدية التواصلية لهابرماس هي معرفة أسس الفكر الذي يستند عليه مفهوم الفضاء العمومي، فهو ليس مفهوما مبتورا ومفصولا ولكنه مرتبط بفلسفة التواصل لدى هابرماس وكذا باعتبارها هي النموذج الجديد الذي قامت عليه المدرسة النقدية في جيلها الثاني، والتي تقوم على التواصل والعقل، البرهان والمحاججة من أجل الوصول إلى حقيقة مشتركة بما أننا لا نستطيع الوصول إلى الحقيقة الكاملة، وبالتالي أن الشروط التي نجدها تشكل النظرية النقدية التواصلية هي أيضا شروط قيام الفضاء العمومي عند هابرماس.

[71] حسن مصدق، مرجع سبق ذكره، ص 36 .

يرى هابرماس من جهة أخرى أن الحل العقلاني للتقنية التي طبقت على العالم المعاش واستفردت به من جميع الجهات، فهو يقر بأننا نعيش في عصر الرأسمالية المتقدمة القائمة على التقنية بل إن شرعيتها مستمدة منها.[72]

إن نظرة هابرماس بنيت على نقد للتقنية والبيروقراطية التي تميزت بمظهرين: مظهر أنتروبولوجي وآخر أداتي، فالمظهر الأنتروبولوجي يتمثل من خلال العلوم الإنسانية، التاريخية، الأثرية والعلوم التكنولوجية الحديثة التي أدت إلى اختراع أدوات وتقنيات اعتبرت شعلة الحضارة الإنسانية التي ربطت التقنية بالحضارة ومشروع الألسنة وأنه لا يمكن تقييمها إلا بربط مساهمتها في تطور الثقافة الإنسانية.

ويظهر الطابع الأداتي من الطابع الأنثروبولوجي نفسه، من خلال جعل التقنية أداة للإنسان من أجل الوصول إلى غاياته وتحقيق منفعة، لكن هذا التصور انتقد من طرف الفيلسوف هيدجر( من فلاسفة القرن العشرين) حيث انتقد أن تكون التقنية تحت مراقبة الإنسان بل هي تتحكم به بطريقة ما دون أن يشعر بذلك إذ يقول:" التقنية في كينونتها شيء لا يستطيع الإنسان التحكم فيه"[73]، وهو ينكر بذلك الإيديولوجيا المهيمنة في الديموقراطيات الغربية التي تؤكد على سيطرة الإنسان على التقنية ويعتبر هذا نظرة هيدجر للحداثة.

وبالتالي فإن هذا الافتتان بالتكنولوجيا الجديدة والتقنية يجعل الإنسان يغفل عن التفكير والتأمل، بل ذهب هيجر إلى اعتباره شكلا من أشكال العبودية، ويواصل هابرماس في نقده للتقنية على غرار

---

[72] حسن مصدق، مرجع سبق ذكره، ص 107 .
[73] المرجع نفسه، ص100 .

هيدجر، لكنه يقدم الحل من خلال العقلانية التواصلية، إن النقطة المحورية في نظرية هابرماس هي أن الخطاب يمكن أن يقوم بوظيفته الاجتماعية والبراغماتية بشكل أفضل لأنه عملية ثنائية الحوار تؤلف بين الناس في حجة هادفة.[74]

فالحوار الذي يقوم على إعطاء الكلمة لكل أفراد المجتمع من دون ضغط يساهم في ما يسمى بجمعنة المجتمع( التنشئة الاجتماعية ) فتحقق بذلك ميثاقا اجتماعيا يحتكم إليه الجميع بحيث تمنح السلطة للخطاب البرهاني وليس لأحد سواه، فهابرماس يقدم الحماية اللازمة للإنسان من سلطة التقنية، البيروقراطية والعقلانية الأداتية من خلال العقلانية التواصلية التي تكفل شروط التفاعل السليم والحوار المتبادل. يقوم ذلك على نقد فلسفة الوعي الذاتي، وهو يعتمد على اللغة كوسيلة للتواصل وكحمولة ثقافية واجتماعية تحيط بالفرد المتكلم. وما يجعل للحوار فاعلية كبرى، تمكن المتحاورين من رؤية الحقيقة من موقع كل شخص، هو بقاء الخطاب أو اللوغوس ( الرمز) مشتركا بين ذاتية المتخاطبين أو المشاركين في الحوار.

## المحاضرة رقم 11: المداخل النظرية التقليدية المفسرة للظاهرة الإعلامية وتطبيقاتها على الوسائط الجديدة:

تعرف 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

[74] فينليسون جيمس غوردن، يورغن هابرماس : مقدمة قصيرة جدا، تر: أحمد محمد الروبي، ط1 ، مؤسسة هنداوي، مصر، 2015، ص90 .

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 لا نجد فيها تناقضا فكريا بل تكاملا معرفيا مساهما في فهم وتفسير الفعل الإعلامي والاتصالي مع العلم أن الفترة الزمنية لعبت دورا أساسيا في تحديد هذه النماذج وتصنيفها ، وتعكس هي الأخرى الاتجاهات الفكرية والمعرفية السائدة في علوم الإعلام والاتصال في الفترات المميزة لكل مدخل – من جهة– والاتجاهات النظرية في العلوم الإنسانية والاجتماعية باعتبارها مهدا لهذا العلم الموسوعي الذي لم يستقل كعلم قائم بحد ذاته إلى 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، واخترنا أهمها، والتي لا بد من الاطلاع عليها لفهم سيرورة البحث في علوم الإعلام والاتصال، وآليات تطبيق المناهج البحثية الخاصة بهذا العلم، ومن أبرز هذه المداخل نجد:

**أولا، مدخل التأثير في الدراسات الإعلامية والاتصالية:**

يعرف مدخل التأثير بكونه أقدم الأطر المعرفية التي تم الإتيان بها لتفسير الظاهرة الإعلامية والاتصالية، وهي المميزة للمنظور المعرفي الأول الذي تم الإتيان به لمقاربة الفعل الإعلامي والاتصالي في

البدايات الأولى للدراسات الإعلامية والاتصالية والتي لم تعرف في فتراتها الأولى استقلالها عن العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكذلك العلوم السياسية، بل كانت امتدادا لها، وتعتبر المواضيع المعالجة جزءا لا يتجزأ من الظاهرة النفسية، أو الاجتماعية أو السياسية، الشيء الذي يجعلنا نؤكد أن معظم الباحثين في هذا المدخل علماء نفس واجتماع، وباحثين في السياسة.

يركز هذا المدخل على فكرة أساسية تتجلى في التأثير، بمعنى، تأثير الرسالة الإعلامية على الجمهور، ويسعى في الأساس إلى البحث عن إجابة لإشكال جوهري يتجلى في:" **ماذا تفعل الوسيلة الإعلامية بالجمهور؟ وما هو الأثر الناتج عنها؟** ويحدد هذا الإشكال الإطار العام الذي سارت فيه جل البحوث المفعلة في هذا الإطار، ومنها: **تأثير الدعاية على الجمهور؟ تأثير الإذاعة على الجمهور؟** .

حينما نتوقف عند الفترة الزمنية لهذا المدخل، نجده قد ظهر تزامنا مع ظهور الوسائل الإعلامية الأولى، ويتعلق الأمر بكل من:" **الصحافة المكتوبة، التلقراف، الإذاعة، السينما**"، كما ظهر في الوقت ذاته مع ظهور الدعاية في أوروبا، خلال الثورة البرشلفية 1917 أو أثناء الحربين العالميتين الأولى والثانية، وامتد 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:" **بول يوزف قوبلز**" والذي أتى به " **هيتلر**" لدعم الدعاية كسلاح إيديولوجي مدعم للسلاح العسكري، وكذلك الشأن بالنسبة للبحوث والدراسات النفسية والسلوكية في علم النفس، والتي تأثرت بتجارب :" جون واطسون" على

الحيوانات وتطبيقاتها على الإنسان وانتهت أن سلوك الفرد يكون في الغالب استجابة لمثير خارجي وهي النظرية المعروفة بالسلوكية bhaviorism ومفاذها أن للجهاز العصبي دوره الكبير في توجيه السلوك الإنساني، عالجت هذه النظريات أساس عملية التعلم واكتساب الخبرات، ومنها جاءت المصطلحات الأساسية بالتعلم الشرطي، والمأخوذة من تجارب بافلوف المعروفة على لعاب الكلب وارتباطه بصوت الجرس، وطورت هذه النظرية من قبل علماء النفس وعلماء النفس الاجتماعي ، لتسمى بعدها بنظريات المثير والاستجابة ، أو نظريات التعلم ، وتهتم في مجملها بالسلوك الفردي علاقته بالمثيرات الخارجية ، ومن مظاهر التأثر بهذه النظريات ما يلي:

- تطبيق نظريات التعلم التقليدي على الدعاية خلال الفترة ما بين الحربين وأثناء الحربين العالميتين وبعدها ، ويتجلى ذلك من خلال تفعيل الأساليب الكفيلة بتهييج النفس واستحضار عاطفة الجماهير نحو تدعيم اتجاه أو معسكر وتشحينه نفسيا ليكره المعسكر المعارض، ولعبت الصورة والإيديولوجيا دورا أساسيا في هذه العملية، وأظهرت فعاليتها من خلال تشكيل الرأي العام في كل معسكر حيال الآخر، وكذلك الشأن بالنسبة لتذهيب العقول لاقتحام الحرب وجعلها هدفا أساسيا بشكل قوي وآلي وتلقائي.
- الإعتقاد البالغ بقوة تأثير وسائل الإعلام وقدرتها على تشكيل الرأي العام وبالتالي التأثير على أفكار الجماهير واتجاهاتهم، وتوليد سلوكيات ناتجة عن ممارسات إعلامية، وهنا درست الدعاية كظاهرة استثنائية مؤثرة نفسيا وسلوكيا ومولدة لردة فعل لدى الجمهور المتلقي، وعكس الإطار ( التأثير) في الوقت ذاته الأسس النظرية الأولى في علم النفس.

ينطوي هذا النموذج على العديد من النظريات المؤطرة والمكملة له، وتتسلسل زمنيا وفق فترة ظهورها وتطور الإجراءات النظرية، المنهجية والميدانية المفعلة لتفسير الظاهرة المدروسة، والتي تركز على التأثير الناتج عن الفعل الإعلامي والاتصالي، ومن أبرزها نجد ما يلي:

- **نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام**: تعرف كذلك بنظرية **"الطلقة السحرية"** في كتابات ولبور شرام" والحقنة تحت الجلد في كتابات دايفيد بيرلو، والمثير استجابة في كتابات ميلفين ديفلور ، يتحدد المغزى الأساسي لهذه النظرية في أن وسائل الإعلام تؤثر بشكل قوي وفعال ومباشر ومطلق على الجمهور، ويتم ذلك بواسطة رسائلها التي تعتبر مؤثرات معبرة بقوة، ومن شأنها أن تولد استجابات فورية ناتجة عن التعرض لهذه الوسائل، 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 الخاص بغزو المكوكات الفضائية أكثر الدلائل على صحة هذه النظرية خلال فترة ظهورها، حيث أنه، وبمجرد بث هذا الخبر في الإذاعة، خرج الأفراد خائفين وهرعين ينظرون إلى السماء ترقبا للغزو المعلن عنه.
- **نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين** :تتحدد الفكرة الأساسية لهذه النظرية في أن تأثير الوسائل الإعلامية ليس مطلقا على الجمهور إنما هو محدود، كما تؤمن في الوقت ذاته أن تدفق الاتصال لا يتم مباشرة من وسائل الإعلام إلى الجمهور، بل يتم عبر مرحلتين ، تتمثل الأولى في التدفق من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي، وتتجلى الثانية في تدفق الرسائل من قادة الرأي إلى الجمهور وهي الخاصية التي وسمت هذه النظرية ب:" **تدفق الاتصال على مرحلتين**".

ظهرت هذه النظرية بعد انتخابات 1940 في الولايات المتحدة الأمريكية، والتي أثمرت بنجاح "فرانكلين روزفلت" في انتخابات الرئاسة للمرة رغم معارضة الإعلام له، وساهمت نتائج هذه الانتخابات في التساؤل حول قوة الوسيلة الإعلامية، والتشكيك في هذه الأخيرة ، وبالتالي سعى الباحثون إلى التعمق في العوامل التي أدت إلى هذه النتائج رغم ما كان سائدا حول القوة السحرية للوسيلة الإعلامية.

أشرف على هذه الدراسات الباحث " بول لازسفيلد" بالإضافة إلى مساعديه في علم الاجتماع ومركز البحوث الاجتماعية في جامعة كولومبيا، نشرت أبحاثهم في كتاب " اختيار الشعب عام 1947 م"، وكانت الفرضية الأساسية القوة الفعلية للوسيلة الإعلامية آنئذ، ويتعلق الأمر بالصحافة والراديو،لكن النتائج أثمرت أن التأثير القوي قليل، بينما لعب الاتصال الشخصي والاقناع المواجهي دورا كبيرا في هذه العملية، وهنا، افترضوا ان الاتصال يتم على مرحلتين، تتحدد الأولى من وسائل الإعلام إلى الجمهور النشط، أي قادة الرأي، وتتجلى الثانية من قادة الرأي إلى عامة الناس ( قطاعات واسعة من الشعب)، وبالتالي ، أرجعت هذه النظرية للإنسان إنسانيته، من خلال الإقرار بقدرته على التفكير، واختلاف فئاته بالإضافة إلى كونهم ليسوا أفراد منفصلين عن بعضهم البعض، إنما هم متواصلون فيما بينهم عبر قنوات الاتصال الشخصي والذي يعتبر أكثر تاثيرا من تأثير الوسائل الإعلامية.

- **نظرية الأجندة سيتينق seeting**: ظهرت هذه النظرية في بداية الخمسينيات، وتزامن ذلك مع تنامي أهمية الإعلام وتطور المواد الإعلامية في الصحف والإذاعة ثم التلفزيون، تم استقاء أفكارها

وفرضياتها من ما أتى به " **والتر لبمان**" حول دور وسائل الإعلام في تشكيل الصور الذهنية للرأي العام، وكذلك الشأن بالنسبة لأفكار **لانج ولانج** حول قدرة وسائل الإعلام وقوتها في إثارة الانتباه إلى قضايا معينة في المجتمع، فهي مرآة السياسة،وتقدم موضوعات مقترحة حول ما يجب أن يفكر فيه الأفراد، ويصبح محورا لاهتمامهم، وشغلا أساسيا لهم فوسائل الإعلام- حسب هذه النظرية- تؤثر بشكل قوي على الجمهور، ويتجلى ذلك من خلال تحديد الموضوعات التي يفكرون فيها، وتصبح محورا أساسيا لاتجاهات الرأي العام، فترتيب أولويات الوسيلة الإعلامية يساهم تبعا في تحديد أولويات تفكير الجمهور، وهو ما أكده " **برنارد كوهين**" بقوله أن وسائل الإعلام تحرك اهتمامات الجمهور بالقضايا الموضوعات لتتفق في ترتيبها لديهم مع الترتيب الذي تضعه وسائل الإعلام في شبكتها البرامجية، وتم اختبار هذه الفرضيات ميدانيا من قبل العديد من الباحثين أهمهم " **ماكومبس وشو**" و" **فانكوسر**".

- **نظرية تدعيم الصمت** ( **لولب الصمت**): تشترك هذه النظرية مع الأجندة في قدرة الوسيلة الإعلامية في التأثير القوي على المتلقي وبالتالي تشكيل الراي العام وتوجيهه، ففي الوقت الذي تهتم فيه وسائل الإعلام ببناء صورة عامة حول القضايا وتحريك الرأي العام للاهتمام بها، نجدها في الوقت نفسه تضغط على الآخرين لإخفاء آرائهم ووجهات نظرهم والتي يرون أنها لا تتفق مع صور الرأي العام الذي تجسده وسائل الإعلام، وهنا، تم الإقرار أن وسائل الإعلام تعمل على تغذية الصمت وتدعيمه أثناء إحساس الأفراد بتباين آرائهم مع آراء الوسائل الإعلامية فالفرد – حسب النظرية- يميل إلى

إبداء الصمت وإخفاء وجهة نظره عند الإحساس باختلافه مع الآخرين خوفا من العزلة الاجتماعية، وهو ما أكدته الباحثة "**إليزابيت نوال نيومن" في** دراساتها الميدانية في السبعينيات ، وطبقتها في ألمانيا .

والجدير بالذكر أن مدخل التأثير لا ينحصر في هذه النظريات، بل يشتمل نظريات أخرى تركز على محور التأثير، ويدور أفقها البحثي حول التأثير، اشكاله، أنماطه، وحدوده، والتي تعمل بها الوسيلة الإعلامية عبر أساليبها وتقنياتها، وتتحدد كلماتها المفتاحية في:" **التأثير، الأثر التأثر، السلوك، المرسل الاستجابة، الرأي العام، الاتصال، الصمت**...." ويلتزم هذا الاتجاه بالبحوث الميدانية المرتبطة بدراسات تأثيرات الوسيلة على الجمهور، وتجرب فروضا علمية تندرج ضمن هذه النظريات لتؤكدها أو تنفيها, وعلى الرغم من قدمها إلا أنها صالحة للتفعيل في أي إشكالية بحثية حالية مرتبطة بتأثير الوسيلة على الجمهور.

## محاضرة رقم 12: المدخل الوظيفي في تفسير الإعلام الجديد

### أ- المدخل الوظيفي

يعتمد المدخل الوظيفي على المسلمات الخاصة بنظرية البنائية الوظيفية ، والتي ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة ومتكاملة وظيفيا وبنائيا، وتتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينهم والتي تقوم بدورها بالمحافظة على استقرار النظام، وتعتبر هذه الأنشطة ضرورية لاستقرار المجتمع وهذا الاستقرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته.

فالمقاربة الوظيفية تبنى على تشبيه المجتمع بالكائن الحي العضوي ، إذ يتكون من مجموعة من العناصر الأجزاء ، وكل عنصر يؤدي وظيفة ما في إطار الجهاز المجتمعي، وبهذا يترابط كل عنصر مع النسق بوظيفة ما، فالمجتمع نظام متكامل ومترابط ومتماسك، يهدف إلى تحقيق التوازن والحفاظ على المكتسبات المجتمعية.

## 1- البنائية الوظيفية:

تعتبر البنائية الوظيفية من النظريات السوسيولوجية التي شغلت حيزا كبيرا في أدبيات علماء الاجتماع،خاصة في بداية القرن العشرين، واحتلت مكانة مرموقة بين نظرياته، ولم تأت هذه النظرية نتيجة جهد عالم بعينه،بل تظافرت في تحديدها جهود العديد منهم من مجالي علم الاجتماع، الأنثروبولوجيا الاجتماعية، وينظر أصحاب هذا الاتجاه على رأسهم " تالكوت برسنز" إلى المجتمع باعتباره نسقا اجتماعيا مترابطا ترابطا داخليا، ينجز كل جزء من أجزائه أو مكون من مكوناته وظيفية محددة، بحيث أن كل خلل أو تغيير في وظيفة إحدى مكوناته ينجر عنه تغيير في باقي أجزاء النسق.

تقوم النظرية على أن تنظيم المجتمع وبنائه هم ضمان استقراره، وذلك نظرا لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن يحقق الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر.

فالبنائية نشير إلى تحديد عناصر التنظيم والعلاقة القائمة بين هذه العناصر والوظيفة تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالكل، وفهم مساهمته في النشاط الاجتماعي الكلي، والذي يحقق الثبات والاتزان من خلال توزيع الأدوار على العناصر في شكل متكامل وثابت، وهنا نجد أن التنظيم غاية بناء كل مجتمع حتى يحافظ هذا البناء على استقراره وتوازنه، ولا يسمح التنظيم بوجود أي خلل في هذا البناء سواء من حيث العلاقات أو الوظائف إذ يؤثر هذا الأخير على التوازن والاستقرار.

يتفق الباحثون في هذه النظرية على المسلمات التالية:

- النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة وتنظيم نشاط هذه العناصر بشكل متكامل .
- يتجه المجتمع في حركته إلى التوازن ومجموع عناصره تضمن استمرار ذلك بحيث لو حدث أي خلل في هذا التوازن فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادته.
- كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة في المجتمع تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام.
- الأنشطة المتكررة في المجتمع ضرورية لاستمرار وجوده وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته.

والجدير بالذكر أن هذه المسلمات تطبق عل وسائل الإعلام بحيث يفترض أن وسائل الإعلام هي عناصر الأنشطة المتكررة التي تعمل من خلال وظائفها على تلبية حاجات المجتمع

وتقوم العلاقة بين هذه العناصر على الاعتماد المتبادل بين العناصر والأنشطة لضمان استقرار المجتمع وتوازنه.

## محاضرة رقم 13 : براديقم التفاعلية الرمزية

يتفق علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي على أن الاتصال لم يكن ممكنا بين البشر دون الاتفاق على معان موحدة للرموز الموجودة بالبيئة، ويترتب على هذا الاتفاق تشابه الاستجابات بين الناس فيزداد التفاعل بينهم بازدياد خبراتهم الاتصالية المرتبطة بإدراكهم لهذه الرموز ومعانيها.

وفق هذا المنحى، يعتبر إدراك الرموز وتحديد المعنى العملية العقلية التي ينظر الأفراد من خلالها إلى الأشياء والأشخاص في المواقف الاتصالية المختلفة وفي هذا الإطار يتم الربط بين العمليات العقلية وعمليات الاتصال الإنساني.

لذلك تهتم النظرية بطبيعة اللغة والرموز في شرح عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي، حيث تتحدد الاستجابات من خلال نظام الرموز والمعاني التي يبنيها الفرد للأشياء والأشخاص والمواقف، وبالتالي كلما اتسع إطار المعاني المشتركة ، تشابهت الاستجابات نحو الأشياء والأشخاص أو المواقف المختلفة في إطار الثقافة الواحدة نتيجة إدراك الفرد للمعاني المشتركة في هذه الثقافة.

تدور فكرة التفاعلية الرمزية حول مفهومين أساسيين هما :" الرموز والمعاني في ضوء صورة معينة للمجتمع المتفاعل ، وتشير التفاعلية الرمزية إلى معنى الرموز على اعتبارها تتضمن القدرة التي تمتلكها الكائنات الإنسانية للتعبير عن الأفكار باستخدام الرموز في تعاملاتهم مع بعضهم البعض.

فالحقيقة في الواقع لا تتوافر بمعزل عن تفاعل الناس وتأويلهم لها ، ويتذكر الناس ويشكلون معرفتهم بالعالم بناء على ما يرونه نافعا ومفيدا، ويعرفون الموضوعات الاجتماعية والطبيعية وفق ما يتصورونه فيها من منافع ويرتبط فهمنا للتفاعل الرمزي بناء على ما نقوم به فعلا.

**التفاعلية الرمزية ووسائل الإعلام**

مع تعدد البحوث والدراسات التي تناقش دور وسائل الإعلام في بناء الحقائق الاجتماعية، ومع تباين آرائها وتعدد المداخل التي تدرس خلال هذا الدور، فإننا نرى أن هذا الدور يقوم على عدد من الفرضيات التالية:

- تعاظك دور وسائل الإعلام إذ أصبحت تتصدر الأدوار الأولى في نشر المعلومات وتوزيع المعرفة .
- لأسباب هادفة أو غير هادفة، فن عرض هذه المعلومات أو المعارف لا يتحقق في حالات كثيرة مع الواقع الحقيق ، وينتج عن ذلك نشر صور زائفة وحقائق محرفة عن هذا الواقع.

- نظرا لتعاظم دور وسائل الإعلام وسيادتها في مجال عرض الحقائق ونشرها،فإن الأفراد في المجتمع يعتمدون عيها في نشر الصورة الطذهنية لهذه الحقائق المحرفة والمتحيزة دون بذل جهود إضافية لمقارنة هذه الصور الذهنية مع الواقع الحقيقي.

## محاضرة رقم14 : مراجعة للنماذج التقليدية المفسرة للفعل الإعلامي والاتصالي

تعددت وتنوعت النماذج المفسرة للعملة الإعلامية والاتصالية على حد السواء، ووضح كل نموذج زاوية ارتكاز الباحث في تفسيره للعلمية الإعلامية والاتصالية، وطبيعة الممارسة الناتجة عنها وبما أنه من الصعب حصر كل هذه النماذج، ارتأينا اختيار أبرزها وهي كالتالي:

**أولا، النماذج الخطية للاتصال ( أحادية الاتجاه):**

تشرح هذه النماذج الاتصال بكونه العملية التي تتم بشكل خطي، يقتصر مفهومه على إيصال الرسالة الاتصالية من الطرف الأول ( المصدر) إلى الطرف الثاني ( المستقبل)، عبر وسيلة إعلامية معينة، في سياق اتصالي محدد، وتهمل هذه الأخيرة التفاعلية التي تتم بين طرفي العملية الاتصالية( المرسل والمستقبل). ولعل أبرز هذه النماذج الآتي ذكرها:

- **نموذج أرسطو:**

يعتبر أرسطو من الأوائل الذين ركزوا على الاتصال والإقناع والكفاءة الاتصالية، ويتجلى ذلك في إسهاماته العلمية في ما يسمى بالبلاغة، والمرادفة – حسبه–للاتصال الفعال la communication efficace ، ووضع من خلال محاضراته حول البلاغة أسس الاتصال

والإقناع، والتي ركز من خلالها على الدور الفعال للخطيب( القائم بالاتصال) في صياغة رسالة اتصالية فعالة قادرة على التأثير والإقناع من خلال تضمنها أساليب حجاجية مخاطبة للعقل ومقومات جمالية ونفسية محركة للمشاعر، والتي تجعل المتلقي يتأثر بالمضمون الاتصالي ويقتنع به ، ولا يجد الحاجة إلى أي استفسار في شأن المضمون، والذي يكون قويا ومؤثر ، وكذلك الشأن بالقائم بالاتصال، والذي يتعين عليه أن يتمتع بالكفاءة الاتصالية ( la competence communicative )، وتضم هذه الأخيرة فصاحة التعبير، قوة الحضور، قوة الشخصية، الصورة الذهنية الإيجابية، الثقة والمصداقية لدى المتلقي، بالإضافة إلى سعة الاطلاع بالموضوع الاتصالي.

وفق هذا المنحى، نجد أن أرسطو قسم الفعل الاتصالي إلى ثلاث عناصر أساسية هي كالتالي:

1- **الخطيب أو المرسل**: اشترط أن يكون ذا شخصية قوية، فصيحة اللسان، حذقة التفكير قادرة على ممارسة الاتصال ومتحكمة في الموضوع الاتصالي، وفي الوقت نفسه قريبة من الجمهور المتلقي.

2- **الخطبة أو الرسالة**: واشترط فيها أن تكون موحدة ومحددة الموضوع، والذي يجب أن ينصب ضمن اهتمامات المستقبل لكي يتوفر لديه الاستعداد للتلقي.

3- **الجمهور أو المستقبل**: يجب أن يدرس بفعالية من قبل القائم بالاتصال من خلال الاطلاع على خصائصه وسماته والعوامل المؤثرة فيه.

يؤكد أرسطو أن الرهان الأساسي للقائم في عملية الاتصال الوصول إلى الفعالية فها، ويتجلى ذلك من خلال تحقيق التأثير والإقناع، وهي المهمة الأساسية التي يسعى إلى تحقيقها عبر أسلوبه

الاتصالي الذي يراعي فيه عدم ترك الإبهام لدى المستقبل ( المتلقي) من خلال الإجابة تلقائيا عن كل التساؤلات التي يمكن أن تتبادر في ذهنه حول الموضوع الاتصالي.

- **نموذج هارولد لاسويل :**

قدم عالم السياسة الأمريكي " **هارولد لاسويل**" نموذجا للاتصال ، بين من خلاله خصوصية العملية الاتصالية، والتي ركز على كونها تقوم على خمس عناصر أساسية لذلك اصطلح على هذا النموذج تسمية "**نموذج الأسئلة الخمس للاتصال**" **05 W Model** ، وتعرف بكونها الأسئلة التي يجب الإجابة عنها في العملية الاتصالية ،ويعرف النموذج بكونه شموليا باعتباره صالحا للتطبيق على كل مجالات الإعلام والاتصال والدعاية والإشهار ، ويتحدد المغزى الأساسي لهذا النموذج في أنه ، ولفهم علمية الاتصال الجماهيري ، فأنه لا بد الإجابة عن الأسئلة الخمس التي تؤسس لعملية الاتصال، ويتعلق الامر بما يلي:

**Who ? من ؟**

**What ? ماذا يقول؟**

**To Whom ? لمن ؟**

**In Which Channel ? بأي وسيلة ؟**

**With what effect ?؟ بأي تأثير**

تسمح الإجابة عن هذه الأسئلة بتحديد عناصر عملية الاتصال، والتي يجب أن تنطوي عليها كل علمية بغض النظر عن خصوصيتها ومستوياتها وأشكالها، وتتحدد هذه العناصر فيما يلي:

1- **المرسل أو القائم بالاتصال** : يتحدد في كونه المسؤول عن صياغة الرسالة الإعلامية، ويمكن أن يكون صحفيا أو مذيعا أو أي شخص مماثل يحاول صياغة وتوجيه رسالة إعلامية معينة.

2- **الرسالة**: وتعرف بكونها المضمون الاتصالي، وتشكل مجموع الأفكار والمعاني والمضامين المراد توصيلها إلى الجمهور المستقبل لها، وتتحدد طبيعتها بحسب طبيعة الرسالة الإعلامية، فيمكن أن تكون مطبوعة أو مسموعة أو مرئية.

3- **الوسيلة**: وتعرف بكونها قناة الاتصال ، ومن خلالها يتم تمرير الرسالة والمضامين الاتصالية تتنوع وتتعدد منها: الصحف، المجلات، الراديو، التلفزيون، السينما، الأنترنيت وغيرها.

4- **المستقبل** : وهي الفئات المختلفة من الجمهور التي توجه لها الرسالة الإعلامية ويقوم باستقبالها وفهمها.

5- **الأثر**: يتحدد في كونه الناتج النهائي للجهود الاتصالية، وتتجلى في زيادة المعلومات وتدعيم الاتجاهات أو تغييرها أو خلق آراء حول موضوعات جديدة .....

والجدير بالذكر أن هذا النموذج قد قدمت له العديد من الانتقادات، لعل أبرزها ما يلي:

1- اهتم لاسويل بالقائم بالاتصال باعتباره قادرا على الإقناع ، وتجاهل المجال أو المناخ الاجتماعي الذي يتم فيه الاتصال ، كما تناسى العامل الإيديولوجي لممارسة الفعل الإعلامي، وكل ما يؤثر على العملية الاتصالية.

2- حذف عنصر الاستجابة أو التغذية الرجعية في نموذجه الاتصالي، الشيء الذي يجعل من الاتصال يسير في اتجاه واحد – حسبه- مع العلم أن المستقبل بلعب دورا أساسيا في فهم وتأويل الرسالة وتحويلها من عملية إلى سيرورة مستمرة للتبادل والمشاركة والتحاور.

3- أغفل لاسويل عنصر التشويش في العملية الاتصالية على الرغم من أهميته في تحديد مسار الرسالة الاتصالية، إذ أن تواجده ( التشويش الميكانيكي ، التشويش الدلالي) يلعبان دورا في توجيه الرسالة وتلقيها وتحديد مستويات الفهم المرتبط بها.

- **نموذج " شانون وويفر" :**

يصنف النموذج ضمن النماذج الأساسية التي تطورت منها دراسات الاتصال ، ويتحدد جوهر هذا النموذج في كونه يرى أن الاتصال عملية يتم بموجبها نقل الرسالة من المصدر إلى المستقبل، وركزا اهتمامهما على الوسيلة من خلال دراسة قدرتها على نقل المعلومات بكفاءة وفعالية.

والجدير بالذكر أن اهنمام " شانون وويفر" بدراسة الوسيلة الإعلامية يعود إلى نتائج البحث الذي أجرياه لشركة بيل للهاتف والمتعلقة بدراسة المشكلات الهندسية لإرسال الإشارات، ووضحا في ذلك أن الاتصال يمكن أن يطبق بصورة واسعة على كل سؤال يتعلق بالاتصال الإنساني سواء المكتوب

أو المنطوق ،بالإضافة إلى الموسيقى والفنون التصويرية والمسرح، مع العلم أن جوهر هذا النموذج قيام الاتصال بشكل خطي من خلال ست عناصر أساسية هي كالتالي:

1- **مصدر المعلومات**

2- **المرسل**

3- **القناة أو وسيلة الاتصال**

4- **المستقبل**

5- **الهدف أو الغاية**

6- **التشويش أو الضوضاء**

وبحسب هذا النموذج، يصيغ مصدر المعلومات رسالته التي يستهدف إرسالها في جهاز الإرسال الذي يحول الرسالة إلى إشارات تتفق مع خصائص الوسيلة المستخدمة، ويستقبل جهاز أو وسيلة الاستقبال الإشارات ويحولها إلى رسالة تصل إلى الهدف الذي يستقبلها وركز الباحثان على حقيقة مفادها أن الاختلاف بين الرسالة التي تدخل جهاز الإرسال وتلك التي تخرج من جهاز الاستقبال يعود إلى التشويش.

فعملية الاتصال وفق هذا المنحى تسير وفق اتجاه واحد ( خطي) إذ لم يطرأ على تلك العملية عنصر التشويش، ويرى الباحثان أن التشويش من العناصر الأساسية التي تعيق عملية الاتصال ، ويقف حائلا أمام وصول المضامين الاتصالية، وهنالك نوعان من التشويش هما:

1- **التشويش الميكانيكي**: ويتحدد في الخلل الميكانيكي الذي يحدث في جهاز الإرسال أو الاستقبال – الخاص بالرسالة الاتصالية، ويعرقل وصولها إلى الطرف الآخر، ومن ذلك: الضجيج، الضوضاء، الخلل التقني وغيرها.

2- **التشويش الدلالي**: يتجلى هذا النمط من التشويش في عدم وضوح دلالات الألفاظ والمعاني بين المرسل والمستقبل، الشيء الذي يؤدي إلى عدم وصول الرسالة كاملة إلى المستقبل، وبالتالي عدم وصول المعنى ( عدم وضوح الالفاظ والمفردات)

الجدير بالذكر أنه، وعلى الرغم من أهمية هذا النموذج ( الرياضي) في شرح العملية الاتصالية، إلا أن الباحثين قد قدموا العديد من الانتقادات، أبرزها:

1- يرى الباحثان أن الاتصال يتم وفق شكل خطي باتجاه واحد ، ولم يشيرا إلى كونه عملية ( سيرورة ) دائرية، فالاتصال يتضمن عمليات تبادلية تفاعلية بين المرسل والمستقبل.

2- يعتبر هذا النموذج العملية الاتصالية عملية ميكانيكية آلية، الشيء الذي أدى إلى إهمال الجانب الإنساني والاجتماعي فيها ،كما اهتم بالوسيلة الاتصالية وأهمل الرسالة التي تلعب دورا أساسيا في نجاح العملية الاتصالية.

3- تجاهل النموذج حقيقة قيام الاتصال بين الأفراد والجماعات، وبالتالي تغافل عن العوامل النفسية، الاجتماعية، الثقافية المرتبطة بصياغ الرسالة الاتصالية.

- **نموذج ديفيد بيرلو** :

ركز هذا الباحث اهتمامه على العوامل التي تؤثر في نجاح أو فشل الاتصال، وبلور في الوقت ذاته العلاقة الرابطة بين كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية، مشيرا أن وجود هذه العناصر أو غيابها يحدد بشكل مباشر مصادر التشويش في عملية الاتصال أو في اتجاهاته، والذي يؤدي إلى عدم إدراك المعنى المتماثل لدى كل من المرسل أو المتلقي.

والجدير بالذكر ان هذا النموذج قد اهتم بالدرجة الأولى بالاتصال المواجهي، بيد أن هذا لا يمنع من تطبيق أفكاره على بقية أنماط الاتصال، مع العلم أنه أهمل في الوقت ذاته رجع الصدى، واكتفى بالإشارة ‘إلى العديد من الشروط أو الاعتبارات المحددة لنجاح العملية الاتصالية، وهي كالتالي:

أ- **الاعتبارات الخاصة بكل من المصدر والمتلقي**: وهنا، أشار أن نجاح الاتصال يتوقف على وجود الاعتبارات التالية في كل المصدر والمتلقي وهي كالتالي :

- **المهارات الاتصالية**: ويقصد بها مهارات الكتابة والتحدث إلى جانب مهارات القراءة والإصغاء، ومفادها قدرة الكاتب أو المتحدث بوصفه المرسل أو المصدر على اختيار الرموز اللفظية وغير اللفظية المعبرة عن المعاني الخاصة برسالته الاتصالية، وقدرة المتلقي أو المستقبل على القراءة أو الإصغاء وبالتالي تحويل الرموز التي يتلقاها إلى معان يفهمها ويدركها وقد أطلق على هذه المهارات بمهارات الترميز بالنسبة للمرسل ومهارات تفكيك الرموز بالنسبة للمتلقي ويشكل إتقان اللغة وفهمها، والقدرة على التعبير، والتفكير السليم شروطا أساسية لتدعيم هذه المهارات لدى الطرفين معا.

- **الاتجاهات:** ويراد بها أن اتجاهات المصدر والمتلقي تؤثر بشكل مباشر على الموقف الاتصالي، وتحكم في الوقت ذاته على نجاح العملية الاتصالية، ولعل أبرز الاتجاهات ما يلي:

1- **اتجاه الفرد نحو نفسه:** ويقصد به اتجاه كل من المصدر أو المستقبل حول نفسه أو ذاته، والذي يجب أن يكون إيجابيا لدى الطرفين معا كي تتحقق الفعالية في العملية الاتصالية، فالاتجاه الإيجابي يعكس الثقة في الذات والتي تلعب دورا في نجاح العملية الاتصالية، بينما أن الاتجاه السلبي يؤدي إلى ضياع هذه الثقة ومن ثم عدم نجاح العملية الاتصالية.

2- **اتجاه الفرد نحو موضوع الاتصال:** ويترجم اقتناع الفرد بما يقوله في سياقه الاتصالي والذي يعكس اهتمامه بالموضوع وصدق التعبير عنه، ويبرهن في الوقت ذاته على القدرة على فهمه ومن ثم إيصاله للآخر وإقناعه به.

3- **اتجاه كل واحد منهما نحو الآخر:** لنجاح العملية الاتصالية لا بد من توفر قبول واتجاه إيجابي بين طرفي العملية الاتصالية، الشيء الذي يدعم الإصغاء للموضوع الاتصالي.

- **مستوى المعرفة عند كل واحد منهما:** يؤثر مستوى المعرفة لدى المصدر في القدرة على صياغة الرسالة الاتصالية الناقلة للأفكار الواضحة والقدرة على اختيار البدائل الاتصالية المساهمة في الشرح والتبسيط ليستطيع المتلقي فهمها وإدراكها، وهو الشيء نفسه لدى المتلقي، إذ يجب أن يتوفر على مستوى معرفي معين لتلقي الرسالة الاتصالية وتفكيكها وفهم معناها.

- **السياق الاجتماعي والثقافي:** يتأثر كل من المرسل والمستقبل بالنظم الاجتماعية والثقافية الدينية والسياسية التي يعمل في إطارها، وتصاغ فيها الرسالة الاتصالية ليتم تلقيها، الشيء الذي

يجعل من هذه النظم معايير أساسية لصياغة المحتوى الإعلامي – من جهة – وتحديد اتجاهات المتلقي إليه واستهلاكه له – من جهة أخرى- .

ب- **الاعتبارات الخاصة بالرسالة الاتصالية:** ويقصد بها وضوح الرسالة في صياغتها ومحتواها سواء تعلق الأمر بطبيعة الموظفة فيها، أو خصوصية الأسلوب الاتصالي المتداول في شأنها، وكذلك الشأن بالنسبة لجماليتها والتي تثير انتباه المتلقي وتؤثر فيه، وتدفعه إلى تلقيها.

- **الاعتبارات الخاصة بالوسيلة الإعلامية:** وتتلخص في اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة للموقف الاتصالي ، والمناسبة في الوقت ذاته للمتلقي، من حيث مراعاة ميله إلى هذه الوسيلة وتفضيله لها وقدرته على استخدامها.
- **الاعتبارات الخاصة بالمعنى ودلالات الرموز الاتصالية:** ويقصد بها كفاءة المرسل في الترميز من خلال صياغة الرموز المناسبة للرسالة الاتصالية سواء كانت لفظية أو غير لفظية وكذلك الشأن بالنسبة لتفكيك الرموز وتفسيرها ومن ثم تحقيق الاستجابة المطلوبة، وهنا يلعب إتقان الطرفين معا للغة اللفظية وغير اللفظية دورا هاما وأساسيا في نجاح العملية الاتصالية من خلال وصول المعنى إلى المتلقي وفهمه.

**ثانيا، النماذج الدائرية ( التفاعلية):**

تعددت النماذج التفاعلية للاتصال، والتي تأخذ بعين الاعتبار العلاقة التفاعلية بين الفواعل الأساسية في العملية الاتصالية، الشيء الذي يعزز التبادل والحوار والمشاركة، على اعتبار أن الاتصال

لا يقتصر في ظل هذه النماذج على التبادل الميكانيكي للرسائل والمضامين ومن أبرز النماذج التي نجدها في هذا الصدد:

- **نموذج ولبور شرام** : استلهم هذا النموذج من أفكار :" تشارلز أسجود" والذي بلور نموذجه في الخمسينيات مركزا على الجانب النفسي اللغوي في العملية الاتصالية، وقد صاغ ولبور شرام نموذجه عام 1954 ليتولى عملية تطويره عام 1971 ، ويتحدد فحواه في الربط بين كل من المرسل والمتلقي عبر سلسلة من الرسائل المتبادلة خلال العملية الاتصالية، الشيء الذي يغير من منظور الاتصال في هذا النموذج، إذ تحول إلى عملية تفاعلية بين كل من المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية، ومن خلال هذه العملية التفاعلية، يقوم كل واحد منهما ( المرسل والمستقبل) بنشاطه الخاص في السياق الاتصالي، ويتعلق الأمر بكل من التشفير codage، وفك التشفير décodage ومن خلالهما، يقوم المرسل بإرسال مجموعة من الرسائل التعبيرية المشفرة إلى المستقبل ويتولى هذا الأخير عملية تفكيكها ومن ثم ترجمتها إلى منومة لغوية مفهومة .

وفق هذا المنحى، تلعب التجربة الإدراكية، والخبرة الواسعة دورا أساسيا في العملية الاتصالية التفاعلية، حيث أن تفسير الفرد للرموز يأتي استنادا على المدركات المختزلة في العقل، وهي التي تتداعى في المعنى الممنوح للرسالة والمضمون الاتصالي وتعكس التجربة الإدراكية للفاعلين في العملية الاتصالية، ولنجاح هذه الأخيرة، ركز : " **ولبور شرام**" على ضرورة اشتراك كل من المرسل والمستقبل في مجال الخبرة المكتسبة لكي تكون عملية الاتصال متوافقة بين الطرفين ومتماثلة في الوقت ذاته، حيث أشار إلى أن فهم الرسالة الاتصالية، وبالتالي فهم المقصد

الاتصالي للمرسل من قبل المستقبل يتوقف على التفسير المتماثل للمضمون، ولا يمكن لذلك أن يحدث دون أن يشترك كل منهما في الحقل الدلالي، والتجربة الإدراكية، إذ من خلال هذه العملية تدرك الرموز بنفس العملية، وبالتالي يصل الاتصال إلى الفعالية .

أكثر من ذلك، أكد **ولبور شرام** على ضرورة اشتراك الفواعل في العملية الاتصالية في المنظومة الرمزية، حيث يساعد ذلك على تبادل الرموز وفق سيرورة مفهومة بينهما الشيء الذي جعله في الوقت ذاته يؤكد على ضرورة أن يتم الاتصال الإنساني وفق اتجاهين ليتحقق المعنى الحقيقي للاتصال، وهنا، أكد على أهمية رجع الصدى والذي يحدد نطاق التفاعلية في العملية الاتصالية.

- **نموذج أليكس تان للاتصال التفاعلي:**

قدم هذا النموذج من قبل أليكس تان" في الثمانينيات ، وسماه ب:" النموذج التفاعلي للاتصال" ويتحدد جوهره في العلاقة الإنسانية والتفاعلية بين اطراف العملية الاتصالية من خلال الترميز وفك الترميز، ويسمح ذلك بتبادل الآراء والأفكار بينهما. أكثر من ذلك، أكد الباحث علىأن الاتصال نشاط انساني، وبما أنه كذلك، فإنه نشاط هادف، فالاتصال – حسبه– يتم حينما يستجيب فرد أو مؤسسة اجتماعية إلى مثير في البيئة الخارجية، ويتحدد هذا المثير في أي موضوع يتواجد في مجال اهتمام هذا الفرد أو المؤسسة ،وقد يكون هذا المثير نتاج الخبرة الماضية أو التجربة الفردية أو الاجتماعية للفاعلين في العملية الاتصالية.

ووفق هذا المنحى، تكون الاستجابة محددة الهدف، وبالتالي مقصودة، الشيء الذي يجعل القصدية في تبليغ الهدف والتعبير عن الهدف شرطا أساسيا في العملية الاتصالية، وهنا يكون الاتصال عملية منظمة لا عشوائية، هادفة لا مجوفة الهدف، ولإدراك أهداف العملية الاتصالية، وبالتالي القصدية الأساسية لهذه الأخيرة لا بد من الخبرة، وتستقى هذه الأخيرة من ثقافة الفرد ونظام معتقداته وقيمه ورموزه اللغوية ، بالإضافة إلى الأنماط المختلفة للسلوك والمعايير الاجتماعية التي يشترك فيها مع الفاعلين في العملية الاتصالية، وهنا، يكون الإدراك والثقافة المشتركة عنصرا هاما وأساسيا في العملية الاتصالية – حسب هذا النموذج-لأنهما يحددان معا **أي رسالة سوف يتم إرسالها، ولماذا ترسل؟ وكيف سيتم إرسال هذه الأخيرة؟**

أشار الباحث في الوقت ذاته إلى أهمية اللغة غير اللفظية في العملية الاتصالية إذ لا ينقل المضمون الاتصالي عبر الألفاظ والمفردات – فحسب- بل تلعب كل من ال من الإيماءات، الإشارات، الحركات دورا أساسا في نقل المعنى وشرحه ومن ثم توضيح المواضيع والأهداف المقصودة من العلمية الاتصالية.

فالعملية الاتصالية بالنسبة له، تبدأ حينما بشرع المرسل في تحديد أهدافه الاتصالية وتحويلها إلى رموز codes ليتوجه بها إلى المتلقي، ويتولى هذا الأخير عملية استقبالها وتحويلها إلى أهداف ومواضيع مفهومة – وفق توجهات المرسل- décodage، وبعد عملية تفكيك الرموز وتفسيرها، يقوم المستقبل بتحويلها إلى معان وفق ثلاث بدائل ( اختيارات ) أساسية

تحدد مستوى التفاعلية في العملية الاتصالية وأهمية الموضوع الاتصالي لدى المستقبل – على حد السواء– وتتحدد هذه الأخيرة في :

1- **تجاهل الرسالة الاتصالية وعدم التفاعل معها وبالتالي توقف عملية الاتصال.**

2- **استجابة المستقبل للرسالة الاتصالية حينما يتأثر بشكل ما بها، وهنا تحقق الرسالة تأثيرها في المستقبل.**

3- **يقوم المستقبل بتفسير الرموز وإرسال رسالة إلى القائم بالاتصال يطلق عليها رجع الصدى feed Back وعلى إثرها، يتحول المستقبل إلى قائم بالاتصال مرة ثانية، ويون رجع الصدى ناجحا وهادفا.**

لم يهمل الباحث التشويش الذي يلعب دورا في تحديد هذه المستويات، إذ يمكن أن يعرقل عملية الاتصال –كما يعمل في الوقت ذاته على عدم فهم الأهداف ، وتحوير الرسالة أو تحريفها من خلال عرقلة وصول المضامين الاتصالية المقصودة كاملة إلى الفواعل الأساسية في الاتصال.

- **البعد الاجتماعي في عملية الاتصال:**

الجدير بالذكر أن النماذج الاتصالية الهادفة في الأساس إلى فهم وتفسير العملية الاتصالية عكست سيرورة الدراسات في ميدان علوم الإعلام والاتصال، وبالتالي، كانت مرآة للعديد من النظريات المفسرة للفعل الاتصالي، لتكون النماذج الأولى نتاجا للنظريات السلوكية المفعلة في فهم الاتصال في بداية الدراسات الخاصة بهذا المجال، ومن ذلك نظرية : "منبه استجابة" ، أو المنعكس

الشرطي، أو ما يطلق عليها ب :" الطلقة السحرية" ، والتي ظهرت حينما سادت الأفكار الخاصة بالجمهور المنعزل والسلبي، لكن، مع تطور الدراسات، توسع نطاق فهم الاتصال كنشاط وسيرورة تتم في البيئة الاجتماعية، وبالتالي تتأثر بالبعد والنظام الاجتماعي، وبالعلاقات التي تتم بين الأفراد في هذا النظام، لتظهر وفقها نماذج مؤكدة على أهمية هذه العلاقات الاجتماعية في صياغة الرسالة الاتصالية وفهمها كذلك في بيئتها الخاصة بها، وتزامن ذلك مع ظهور نظريات ناتجة عن أبحاث :" **لازسفيلد"، وبيرلسون وكاتز ومورتون** ، والتي تمت بعد الحرب العالمية الثانية ، وخلال الخمسينيات، مؤكدة على أن الاتصال يتم عبر مرحلتين وأن قادة الرأي وشبكات العلاقات الاجتماعية تلعب دورا هاما وأساسيا في صياغة الرسالة الاتصالية وفهمها وتلقيها، وأكدت في الوقت ذاته على أن الجمهور ليس منعزل في تلقيه للمضمون الاتصالي ، بل هو في الواقع جماعات اجتماعية تلعب اتجاهاتها وعلاقاتها وأفكارها دورا أساسيا في فهم المضمون الاتصالي .وهنا، ظهر نموذج الاتصال الجماهيري ل " ولبور شرام" والذي ركز على جمهور وسائل الإعلام على أساس توزيعهم إلى وحدات وجماعات غير معروفة لذواتهم، إنما لسماتهم الاجتماعية واتجاهاتهم ، وبالتالي يتأثر أفرادها بمعايير هذه الجماعات وأحكامها وأفكارها، في تأويلهم للرسالة الاتصالية، اكثر من ذلك، ركز على أهمية الاتصال الشخصي في قلب الاتصال الجماهيري، حيث أن الأفراد في إطار علاقاتهم الاجتماعية يتلقون رسائل الاتصال الجماهيري من قادة الراي أو الجماعات المرجعية، والتي تتولى عملية تفسير المضامين وإعادة إرسالها إلى الأفراد الآخرين في المجموعة نفسها عبر الاتصال

الشخصي، ومن شأن هذا أن يتحكم في فهم وتأويل الرسالة وبالتالي في رجع الصدى، وهو ما يعرف ب " **تدفق الاتصال على مرحلتين**".

ومن شأن هذه النماذج أن تستحضر أهمية البيئة الاتصالية في عملية الاتصال، وتحدد هذه الأخيرة، وبالإضافة إلى شبكة العلاقات الاجتماعية، القيم، المعايير، النظام الاجتماعي والجماعات المرجعية التي تقود الرأي وتتحكم في المعنى الاجتماعي، وبالتالي في المضامين الاتصالية وتلقيها، وهو ما يعكس فهم الفرد للرسالة الاتصالية ،والذي لا يكون نتاج تجربته الادراكية – فحسب- بل وكذلك تنشئته الاجتماعية، وانتمائه الاجتماعي، والفكري الإيديولوجي والعقائدي، ومن شأن هذه العناصر مجتمعة أن تحدد اتجاهاته ( الإيجابية، السلبية أو المحايدة ) نحو المضامين الاتصالية.

- **النموذج التكاملي للاتصال الافتراضي:**

يعكس هذا النموذج خصوصية الاتصال عبر التقنيات الحديثة للاتصال، وابرزها شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تتيح بخصوصيتها وخصوصية البيئة التي تميزها إمكانية إرسال واستقبال عدد لا متناهي من المضامين والرسائل الاتصالية، وبشكل آني، فوري، بغض النظر عن الحواجز المكانية أو الزمانية، وحتى الإيديولوجية، ووفق هذا النموذج ( التكاملي) ، يمكن أن يكون المرسل أو مجموعة من المرسلين مستقبلين في الوقت ذاته، مع إمكانية اختيارهم التواصل وفق هويات افتراضية – الاتصال الافتراضي- مستعارة وفق اختياراتهم الخاصة، الشيء الذي يجعل كل من المرسل والمستقبل في هذا الفضاء أنظمة افتراضية لا يعرف الأفراد فيها لذواتهم إنما لشخصيتهم

المستعارة في البيئة الافتراضية، وانتمائهم إلى الجماعات التفاعلية في هذه البيئة، ودرجة تفاعلهم ونشاطهم فيها بالإضافة إلى اهتمامهم واتجاههم إلى مختلف المواضيع المطروحة.

أكثر من ذلك، يتميز الاتصال وفق هذا النموذج بكونه لا يقتصر على الإرسال والاستقبال – فحسب– بل يمتد ليشتمل العديد من العمليات الاتصالية الأخرى التي يتيحها هذا الفضاء بتقنياته وخصوصيته، ويتعلق الأمر بكل من :" **التبادل، التحاور، النقاش المشاركة، التقاسم**"، ومن شأن هذا أن يؤدي إلى خلق أفكار وتوجهات جديدة في البيئة الاتصالية الافتراضية كثيرا ما تكون امتدادا للبيئة التقليدية، وسمة هذا الأفكار أنها تعكس كل الفئات المتفاعلة افتراضيا بغض النظر عن المستوى الفكري والمعرفي والاتجاه الإيديولوجي والانتماء المذهبي والاجتماعي .....كما تؤثر الممارسة الاتصالية في البيئة الافتراضية على الاتصال والتواصل في البيئة الواقعية الشيء الذي يخلق اتجاهات جديدة ، ويولد رأيا عاما افتراضيا سمته الامتداد وسرعة الانتشار وآنيته وقوة تأثيره وسرعة تغيره في الوقت ذاته.

يشمل النموذج التكاملي في الوقت ذاته وصفا شاملا لخصوصية الفضاء العمومي الافتراضي والذي يمتد هو الآخر عن الفضاء العمومي الواقعي، ويتوسع عليه في فعاليته وفاعليته وأبجدياته وأدبيات التواصل فيه، والتي تعكس خصوصية البيئة الافتراضية وتطبيقاتها المختلفة.

ينعكس التكامل في الوقت ذاته على الرسالة والمضمون الاتصالي، والذي تتعدد أشكاله وأنماطه إذ لا تتوقف عند حدود الرسائل المكتوبة، بل يمكن في ظل رسالة اتصالية واحدة أن نجد مضامين

مكتوبة ومسموعة ومرئية وفي الوقت ذاته متسمة بالحركية، وهذا يعكس خصوصية الرسالة الاتصالية في الفضاء الافتراضي والتي تكون متكاملة وتفاعلية وآنية ومتغيرة.

## محاضرة رقم15 : النماذج الحديثة لدراسة الإعلام الجديد:

استساغ الباحثون في علوم الإعلام والاتصال العديد من المداخل النظرية لفهم الإعلام الجديد، وانطلقت هذه الأخيرة في مجملها من خصائص الإعلام في البيئة الرقمية،ولكل مدخل اتجاهه الخاص به، والمستوحى من الدراسات الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، الثقافية، النفسية، ولعل أبرزها ما يلي:

### أولا ، مدخل نيغروبونتي لفهم الإعلام الجديد

الدارس لهذا المدخل، يجد أن الباحث يحصر المميزات الأساسية التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بالإعلام التقليدي ، وقد حددها في استبداله الوحدات المادية بالرقمية، كما مال إلى استخدام البيانات بدل الذرات كأدوات أساسية في حمل المعلومات والتي يتم توصيلها في شكل إلكتروني وليس وفق صيغة فيزيائية.[75]

أشار الباحث في الوقت ذاته إلى حقيقة أن الكلمات والصور والأصوات والبرامج والعديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة بدلا من توزيعها عبر الورق أو داخل صناديق مغلفة.

[75] ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد –الدولة الافتراضية الجديدة-، م س ذ، ص359.

أكد الباحث على حقيقة أن الإعلام الجديد يتحلى بميزة أساسية، ويتعلق الأمر بقدرته الفائقة على المخاطبة الرقمية المزدوجة، وشرح هذه الأخيرة باعتبارها نموذج تطور من عملية نقل المعلومات رقميا من كمبيوتر إلى آخر منذ بداية رقمنة الكمبيوتر نفسه بعد الحرب العالمية الثانية، إلى تطور تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض،ناهيك عن تلبية الاهتمامات الفردية والجماعية ، ومفاد هذا أن الرقمية تنطوي على ميزة خاصة تتجلى في قدرتها على المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات ، وهي الحالة التي لا يمكن تلبيتها بالإعلام القديم.

من زاوية أخرى، أكد الباحث على ميزة أساسية ، بل أكثر أهمية للإعلام الجديد، ويتعلق الأمر بكونه قد خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة والكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعا،وقد تحقق هذا بشكل جزئي عند ظهور مطبعة قوتنبورغ ، وعند ظهور التلغراف، وتحلى بسمته الكاملة بعد ظهور الأنترنيت التي أتت بتطبيق غير مسبوق على نحو حققت فيه نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس.

**ثانيا، النموذج الاتصالي الجديد : كروسبي**

يشترك فين كروسبي مع نيغروبونتي في الأفكار ذاتها، وقد استلهم نموذجه من المقارنة المتسلسلة بين الإعلام الجديد والقديم من خلال النماذج الاتصالية الكلاسيكية بناء من أول نموذج اتصالي بين البشر، أو حتى بين غير البشر من أحياء ، وهو اتصال لا يحتاج إلى رسائل تكنولوجية لكي يتم، وله حالتان أساسيتان تميزانه .

**النموذج الأول : الاتصال الشخصي**

يميز هذا النموذج النقاط الأساسية التالية وهي:

- **كل فرد واحد من طرفي الاتصال يمتلك درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين.**
- **المحتوى يحمل ترميزا يؤكد حالة الفردية التي تحقق احتياجات ومصالح صاحب المحتوى ، كما أن المنافع والأضرار متساوية بين الطرفين.**
- **التحكم المتساوي وميزة الفردية تنخفضان في حالة ازدياد عدد المشاركين في العملية الاتصالية.**

وفق هذا المنحى، يتميز هذا النموذج باستخدامه تطبيقات الاتصال بين شخصين فقط، وهو السبب الذي جعل خبرات الاتصال يطلقون عليه الاتصال من نقطة إلى أخرى أو من فرد إلى آخر.

**النموذج الثاني: الاتصال الجمعي:**

يتحدد في الاتصال الجماهيري أو الجمعي، وهو النوع الذي يخطئ به الكثيرون حينما يتصورون أنه يحدث نتيجة التطور التكنولوجي، ولكنه في الحقيقة شبيه بالاتصال الشخصي إذ يسبق التكنولوجيا، ويرجع هذا النموذج إلى طرف الاتصال الذي كان يتبعها قادة المجتمعات القديمة، والسلوك والزعماء الدينيون ، فيما وسعت التكنولوجيا من مداها إلى المستوى العالمي ومن أدواته التقليدية الأساسية الإذاعة

والتلفزيون والسينما، ويقوم على نمط الاتصال من نقطة أو فرد إلى المجموعة وهو الأمر الذي دفع الأكاديميين إلى تسميته ب:" **الاتصال من الفرد إلى مجموعة**[76]ويتميز بما يلي:

- **إن الرسالة نفسها تصل إلى كل الجمهور**
- **الذي قام بإرسال هذه الرسالة يكون بلا شك هو المتحكم في محتواها ، هذا معناه وفق هذا النموذج أن:**
- **المحتوى لا يمكن تفصيله لتلبية احتياجات ومصالح كل فرد على حدى**
- **الفرد لابد له من اتحكم فيما يصله من محتوى**

**النموذج الثالث: يتميز الإعلام الجديد – حسب كروسبي بما يلي:**

- **الرسائل الفردية يمكن أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر**
- **إن كل واحد من هؤلاء البشر له نفس درجة السيطرة ونفس درجة الإسهام المتبادل في هذه الرسالة.**

ومفاد هذا أن الإعلام الجديد يتميز عن النوعين المذكورين :" **الشخصي والجمعي**" بدون أن يحمل الصفات السالبة فيهما، فلا يوجد ما يمنع أي شخص 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 حدى.

99عبد المحسن حامد أحمد عقيلة، الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015، ص 39.

**تصورات كروسبي لإمكانيات الإعلام الجديد:**

يشير "كروسبي" :" لكي نفهم الإمكانيات التي تقف وراء الإعلام الجديد، علينا أن نتذكر أن ملايين الكيلوميترات التي تمثل شبكة الأنترنيت تقوم بالحصول على المعلومات وفرزها ونقلها لعدد غير محدد من البشر، وهؤلاء يمكنهم إجراء عملية اتصال بينهم في وقت واحد، وفي بيئة تسمح لكل فرد مشارك، مرسلا كان أو مستقبلا بفرص متساوية من درجات التحكم.

يضيف أنه ، وحينما يقوم أي واحد منا بزيارة موقع صحافي على شبكة الأنترنيت، فإننا لا نرى الأخبار والموضوعات الرئيسية فيه فقط، ولكننا نرى أجزاء من الموقع مخصصة لتلبية الاحتياجات الفردية الخاصة بالزائر، وهو الأمر الذي لا يلي هذا الزائر وحده، وإنما عملية التخصيص هذه تتم لملايين الزوار في وقت واحد، وهو الأمر الذي يتعسر ويستحيل تحقيقه في ظروف نظم الاتصال السابقة، وتتجلى القوة الصاعدة للإعلام الجديد في هذه النقطة، على اعتباره سيحفز ويشجع آليات جديدة كليا للإنتاج والتوزيع، سنخلق مفاهيم جديدة تماما للأشكال الإعلامية ومحتوياتها.

**ثالثا، مدخل ديفيس واوين : التصنيفات الثلاثة للإعلام الجديد :**

تتجلى الملاحظة الأساسية من التصورات المذكورة بالنسبة لميغلوبونتي وكروسبي، تصنيفها للإعلام الجديد ضمن حالتين :" **جديد مقابل قديم**" تماما كما يوحي التعبير نفسه، بين التمثيلية والرقمية ، وبين مرحلة ما قبل الأنترنيت ومرحلة ما بعد الأنترنيت ....الخ، وهو التصنيف الذي يظل غير واقعي طالما أنه لم يصطحب حالة التماهي بين الإعلام الجديد والقديم، والأشكال المتقاربة في التعبير في كليهما،

والتكنولوجيات المستخدمة فيهما، وطالما ظلت مجموعة الرسائل التقليدية هي ذاتها كوسائل رئيسية في الفضاء الإعلامي، خاصة وأن بعضها أصبح يحمل صفات الإعلام الجديد تكنولوجيا ووظائفيا.

فالراديو والتلفزيون لم يصبحا فقط رقميين، بل أصبحا كذلك وسيلتين تفاعليتين تعملان على منصة الكمبيوتر، وهي الميزة الأساسية التي تميز الإعلام الجديد فضلا عن تغييرهما لمفهوم الخبر من حدث إلى بحث بالتواجد الحي في مواقع الأحداث التي شكلت علامات بارزة في نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي.

إنه الأمر ذاته بالنسبة للصحافة الورقية، والتي غيرت طريقة الإنتاج تماما إلى وسائل تنتمي كليا إلى المرحلة الرقمية في جميع خطوات التحرير الصحفي ومعالجة الصور واستخدام الألوان والطباعة.

وللبحث عن مخرج لحالة التقابلية في تصنيف الإعلام الجديد، يضع ريتشارد ديفيس وديانا أووين في كتابهما المشترك:" الإعلام الجديد والسياسة الأمريكية" الإعلام الجديد وفق ثلاث أنواع أساسية وهي:

- **الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة**
- **الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة**
- **الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة**

ويمكن التوسع في شرحها وفق ما يلي:

**التوع الأول: الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة:**

يرى الباحثان أن نموذج الإعلام الجديد وفق هذا التصنيف يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحيحة في الإذاعة والتلفزيون والصحف، ويشيران إلى الراديو والتلفزيون والحوار الذي يرجع إلى حقبة الثلاثينيات من القرن الماضي، فقد كان الرئيس الأمريكي :" فرانكلين روزفلت" يستخدم الإذاعة كأداة أساسية للحديث إلى الناس، وكانت أحاديثه مسموعة بشكل اسع، وقد جدد التلفزيون نفسه مثل الراديو ببرامج حوارية ومجلات إخبارية وبرامج الصباح المعروفة :" مثل صباح الخير أمريكا" والبرامج المسائية وبرامج التابلووويد وغيرها.

**النوع الثاني: إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة**

وتمثله جل الوسائل التي نعايشها الآن وتعمل على منصة الكمبيوتر ، وتشمل شبكات الكمبيوتر المختلفة وعلى رأسها شبكة الأنترنيت والبريد الإلكتروني وغيرها، وهي الوسائل التي مكنت من إنقاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات ومن التواصل بين الطرفين، وحققت للمواطنين فرصة إيصال أصواتهم للعا لم أجمع، ومكنت في الوقت ذاته من دمج التكنولوجيا والوسائل المختلفة مع بعضها البعض، وتجاوزت العوائق المكانية والزمانية والحدود بين الدول التي كانت تعيق حركة الإعلام القديم، وتتصف هذه الرسائل بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيري.

**النوع الثالث: إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة:**

تزول في هذا الفرع الفوارق بين الإعلام القديم والجديد حيث أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية، وحدثت حالة تماهي وتبادل للمنافع بين الإعلام

القديم والجديد ،ويستخدم الكثير من ممارسي العمل الإعلامي ، والذين يستخدمون الوسائل التقليدية الوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية المختلفة،وبالتالي أصبحوا يستخدمون النوعين معا الشيء الذي جعل من الوسائل التقليدية تعترف بالحديثة منها وتعمل على تطبيقها للالتحاق بالموجة التكنولوجية .

مدخل ماتوفيتش للإعلام الجديد

يشير ليف ماتوفيتس:" لكي نفهم طبيعة الإعلام الجديد ، فإننا في أمس الحاجة لتجاوز الفهم السائد ، والذي يحدده بشكل عام في استخدام لكمبيوتر لتوزيع وعرض المعلومات،ضرورة النظر إلى الدور التكاملي للكمبيوتر في كافة عمليات الإنتاج ، وفي كل وسائل الإعلام التي أحدثت تغييرات هائلة في طبيعة الاتصال، والنظر إلى طبيعة الرسائل الجديدة الناتجة عن العملية الاتصالية الجديدة فكل الأشكال الفوتوغرافية والصور والمؤثرات والأصوات والنصوص أصبحت تتم بواسطة الكمبيوتر، وقد جاءت تكنولوجيا المعلومات بحالة التزاوج والاندماج بين صناعات كانت مختلفة جدا في السابق، وهي استخدام الكمبيوتر ووسائل الإعلام ونظم الاتصالات .

يحدد مانوفيتش الحالات الرئيسية للإعلام الجديد كالتالي :

- **التمثيل العددي**
- **حالة الانتقال**
- **حالة الأتمتة**

**– القابلية للتعبير**

**– الترميز الثقافي**

يشتمل التمثيل العددي على الطبيعة الرقمية للأجهزة الإعلامية أما مرحلة الانتقال فهي تعني أن الأجسام الإعلامية يمكن أن تندمج بين بعضها البعض بينما تحافظ على صفاتها المنفردة أو الخاصة وعذا ما تتمثله الخصائص التكنولوجية الأساسية للإعلام الجديد ، ومن هنا تأتي الحالتين اللاحقتين بدأ بالأتمتة حيث يخضع الإعلام أولا للمعالجة الحسابية بواسطة الكمبيوتر ، وثانيا يخضع لحالة القابلية للتغيير وتكون الأجسام الإعلامية في حالة تنوع ، أما المبدأ الأخير ، فهو الترامز الثقافي ، ويلخص الفهم الخاص لعملية التأثير الثقافي لاستخدام الكمبيوتر.

**خاتمة**

يتضح من خلال هذه المطبوعة العلمية المتعلقة بمحاضرات مقياس مدخل إلى مقاربات الوسائط الجديدة المبرمجة للسنة الأولى ماستر أن البحث والتنظير العلمي في مجال الاتصال الجديد مازال فتي، حيث أن التنظير الإعلامي الجديد في مرحلة التجديد والبحث عن أطر فكرية جديدة تتناسب مع مستحدثات الاتصال الحديث. وهي الأفكار التي أكدتها الجهود العلمية لعدة باحثين في علوم الإعلام والاتصال من خلال ما تطرقنا إليه من أطروحات فكرية، مقاربات ومنهجية، برادغمات ومداخل نظرية باعتبارها تشكل أسس قاعدية ومبادرات أولية في طرح إشكاليات ودراسات جديدة تسعى إلى تكييف البحث العلمي في هذا المجال مع البرامج التكنولوجية. بناء على ذلك يتمكن الطالب في علوم الإعلام والاتصال من تبني قضايا الإعلام الجديد وزيادة قدرته على التعامل مع الظواهر الإعلامية الحديثة

وتفسيرها بطريقة علمية انطلاقا مما حصله من معارف وأفكار بعد اطلاعه وفهمه للمقاربات والنظريات التي تدرس الوسائط الاتصالية الجديدة .

## المراجع المعتمدة:

**أ/ باللغة العربية**


1- إبراهيم ابراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق، عمان، 2008

2- ألفن توفلر ،ترجمة عصام الشيخ قاسم،حضارة الموجة الثالثة، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان،ط1 ،تونس، 1990

3- جان مارك فيري، فلسفة التواصل، تر: عمر مهيبل،ط1 ،منشورات الإختلاف،2006

4- حسن المصدق ،في نقد ايديولوجيا مجتمع الشبكات الرقمية، نقلا عن الموقع

5- حسن جعفر الطائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، دار البداية، ط1،عمان 2013،

6- حسن مظفر الرزو، الفضاء المعلوماتي، مركز دراسات الوحدة العربية،ط1،لبنان،2007.

7- حسين سعد، البراديغمات المسيطرة في علوم الإعلام والاتصال وإشكالياتها المعرفية

8- حسين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، رحمة للطباعة والنشر، القاهرة، 2006.

9- خليل محمد فرجون، الوسائط المتعددة بين التنظير والتعليق، دار الفلاح للنشر والتوزيع، ط1 ، الكويت

10- دارنباري،المجتمعالشبكي،ترجمةأنورالجمعاوي،المركزالعربيللأبحاثودراسةالسياسات،ط 1،بيروت،2015
11- روبر تهاسان، الإعلام والسياسة ومجتمع الشبكات، ترجمة بسمو ياسين، مجموعة النيل العربية، ط1،مصر 2010
12- السيديس، المعلوماتية وحضارة العولمة: رؤية نقدية عربية، ط1،دارالنهضة للطباعة والنشر، القاهرة، 2001
13- عباس معطفي صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم الوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1 رام الله، 2008 .
14- علي محمد رحومة، علم الاجتماع الآني، مقاربة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، عالم المعرفة، العدد 347، الكويت، 2008.
15- فينليس وبجيم سغوردن، يورغنها برماس : مقدمة قصيرة جدا، تر: أحمدمحمدالروبي،ط1 ،مؤسسة هنداوي، مصر، 2015 .
16- كميل الحاج: الموسوعة المسيرة في الفكر الفلسفي الاجتماعي، مكتبة لبنان،بيروت،ط1، 2000
17- محمد تيمور وعبد الحسين محمود، أساسيات تكنولوجيات المعلومات والاتصال والتوثيق الإعلامي، القاهرة، 2003
18- محمد جامع فلحي، النشر الإلكتروني والوسائط المتعددة، دار المناهج للنشر، عمان 2006
19- محمد عواد، مدخل إلى الإعلام الجديد، الطبعة الإلكترونية
20- محمود تيمور وآخرون، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق الإعلامي، القاهرة، 2003
21- مخلوف بوكروح، التلقي في الثقافة والإعلام، ( د.م.ن. مقامات للنشر والتوزيع 2011)،ص 110 ز

22- مراد شلبيه وآخرون،تطبيقات الوسائط المتعددة،ماهر للنشر والتوزيع والطباعة،ط1 ، 2002
23- منال هلا لمزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة، الأردن، 2012
24- موريس أنجلس، منهجية البحث العلميفي العلوم الإنسانية، تربوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006
25- ناريمان متولي، اقتصاديات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، ط1،مصر، 1995

**ب/ المراجع باللغة الأجنبية:**

1- Larousse, Dictionnaire encyclopédique, Thomson, Paris, 1998, p 86
2- Robert Neau, la nature des théories scientifiques, département de philosophie, université de Québec, jeunesse de préoccupation épistémologique contemporain
3- Marion Vorms, l'histoire et philosophie des sciences, 2013
4- Serge CACA LY et autres, dictionnaire de l'information, édition armand colin, 2006.
5- Abd elkarim forati, essai sur une novelle théorie des médias
6- Alvin Toffler , La 3ème vague, DENOEL ,paris , 1984

7- Géraldine PF liéger, de la ville aux réseaux/Dialogue avec manuel castells, presses polytechnique et universitaire romands, première édition, paris, 2006.
8- Manuel castelles, traduit par Margert Rigaud-Dray tom, Communication Et Pouvoir, 2eme Edition, maison des sciences de l'homme, Paris, 2013.
9- Michel Paquin, gestion des technologies de l'information, les éditions Agence d'arc, canada, 1990

**- المراجع الإلكترونية:**

1- http://www.paldf.net/forum/showthread.php ?t 449048 بتاريخ 2017/03/23 على الساعة 15:2
2-
3- https://ia601208.us.archive.org/27/items/oussamasba_yahoo_4/_4pdf