



www.
www.
www.
www.

Ghaemiyeh

.com
.org
.net
.ir

الطباطبائي
الطباطبائي

١٨

سلسلة مصطلحات معصرة

الميديا

مفهومها المعاصر
وعلقها بالعلام الظاهري

خضراب إبراهيم خضراب



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

سلسلة مصطلحات معاصرة

كاتب:

الشيخ مرتضى فرج

نشرت في الطباعة:

العتبة العباسية المقدسة

رقمي الناشر:

مركز القائمية باصفهان للتحريات الكمبيوترية

الفهرس

5	الفهرس
9	سلسلة مصطلحات معاصرة : الميديا المجلد 18
9	هوية الكتاب
9	اشارة
12	الفهرس
15	مقدمة المركز
17	تمهيد
21	الفصل الأول : بنية المفهوم
21	اشارة
22	المبحث الأول :
22	اشارة
25	الميديولوجيا أو علم الإعلام
33	ثلاثة عصور ميديولوجية
36	مقومات المفهوم
36	- الميديا.. أو ثورة إتصالات
37	السمات العامة لเทคโนโลยيا الميديا
40	أنواع الميديا
42	المبحث الثاني: العلامات الرمزية للميديا
42	اشارة
48	مفردات ومفاهيم مفتاحية
54	هندسة ثلاثة الأبعاد للميديا
57	النظام المنهجي لعمل الميديا
58	مستوى التوريق (التصفيح)

75	تكنولوجيات التحسين والازدياد وإعادة الهندسة
79	الفصل الثاني : بين الميديا والإعلام الكلاسيكي
79	إشارة
80	المبحث الأول : تاريخ الإعلام
80	إشارة
84	الإعلام في الحضارات القديمة
88	المبحث الثاني:
88	الإعلام في اللغة والإصطلاح والوظيفة
92	صفات الإعلام وأفعاله
93	مبادئ تأسيسية للإعلام
107	ثانياً: الإعلام التفاعلي Interactiv media
107	* التفاعل في اللغة
108	أنواع الإعلام التفاعلي :
113	خامساً الهاتف الذكي ومميزاته
117	المبحث الثالث: نظريات الميديا العلمية والأخلاقية
117	إشارة
117	أولاً: نظرية ترتيب الأولويات:
120	ثانياً نظرية «ثراء وسائل الإعلام»
126	ثالثاً: نظريات كلاجي لانج (Gladys Lang)
127	رابعاً: النظريات العلمية الحديثة
128	نظريّة المجتمع الجماهيري
128	نظريّة فرانكفورت
129	نظريّة الأثر المحملود لوسائل الاتصال الجماهيري
130	نظريّة الماركسية الجديدة

131	مدرسة الدراسات الثقافية الانكليزية
131	الاتجاهات النظرية الحالية
132	النظريات الأخلاقية
138	المشكلة الأخلاقية للإنترنت
145	الفصل الثالث : موقع التواصل الاجتماعي
145	إشارة
148	1 - فايسبوك Face Book
150	2 - «فايسبوك ماسنجر» :
153	3 - تويتر (Twitter) :
154	4 - هاشتاج خاصية تويتر
156	5-واتس آب (WhatsApp)
159	6-سناب شات (Snapchat)
164	7 - يوتيوب (YouTub)
164	8 - البريد الإلكتروني (EMAIL) :
165	9- موقع متوعة:
171	الفصل الرابع : الميديا والسياسة
171	إشارة
172	الميديا في خدمة المصالح السياسية
174	-نظريات التحشيد السياسي
177	من الميديولوجيا إلى الإيديولوجيا :
179	نظرتان متقاضستان للتلفزة الفضائية
189	نظريّة صناعة الخوف *
189	ثقافة الترهيب الإعلامية
195	الخاتمة
195	إشارة

هوية الكتاب

العتبة العباسية المقدسة

المَرْكَزُ الْإِسْلَامِيُّ لِلدِّرَاسَاتِ الْاسْتَرَاطِيجِيَّةِ

سلسلة مصطلحات معاصرة

الميدايا

مفهومها المعاصر

وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي

حضر إبراهيم حيدر

مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي

تأليف: حضر إبراهيم حيدر

الناشر : المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية

- العتبة العباسية المقدسة

الطبعة: الأولى 1439 هـ 2018 م

محرر الرقمي: محسن مرادي

ص: 1

إشارة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ص: 2

الكتاب: الميديا:

مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي

تأليف: خضر إبراهيم حيدر

الناشر : المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية

- العتبة العباسية المقدسة

الطبعة: الأولى 1439 هـ 2018 م

ص: 3

- مقدمة المركز ... 7
- تمهيد ... 9
- الفصل الأول : بنية المفهوم ... 13
- المبحث الأول: الدلالة اللغوية والاصطلاحية: ... 14
- الميديولوجيا أو علم الإعلام ... 17
- ثلاثة عصور ميديولوجية ... 25
- مقومات المفهوم ... 28
- الميديا.. أو ثورة إتصالات ... 28
- السمات العامة لتقنولوجيا الميديا ... 29
- أنواع الميديا ... 32
- المبحث الثاني: العلامات الرمزية للميديا ... 34
- مفردات ومفاهيم مفتاحية ... 40
- هندسة مثلثة الأبعاد للميديا ... 46
- النظام المنهجي لعمل الميديا ... 49
- الإنفورغات Inforgs) ... 64)
- تكنولوجيات التحسين والازدياد وإعادة الهندسة ... 67
- الفصل الثاني: بين الميديا والإعلام الكلاسيكي ... 71
- المبحث الأول: تاريخ الإعلام ... 72
- الإعلام في الحضارات القديمة ... 76

- صفات الإعلام وأفعاله ... 84

- مبادئ تأسيسية للإعلام ... 85

- ثانياً: الإعلام التفاعلي 99 Interactiv media ... 99

- التفاعل في اللغة ... 99

- أنواع الإعلام التفاعلي ... 100 100

- خامساً: الهاتف الذكي ومميزاته ... 105 105

- المبحث الثالث: نظريات الميديا العلمية والأخلاقية ... 109 109

- أولاًً نظرية ترتيب الأولويات : ... 109 109

- ثانياً: نظرية «ثراء وسائل الإعلام» ... 112 112

- ثالثاً: نظريات كلاجي لانج (Glady Lang) ... 118 118

- رابعاً: النظريات العلمية الحديثة ... 119 119

- نظرية المجتمع الجماهيري ... 120 120

- نظرية فرانكفورت ... 120 120

- نظرية الأثر المحدود لوسائل الاتصال الجماهيري ... 121 121

- نظرية الماركسية الجديدة ... 122 122

- مدرسة الدراسات الثقافية الانكليزية ... 123 123

- الاتجاهات النظرية الحالية ... 123 123

- النظريات الأخلاقية ... 124 124

- المشكلة الأخلاقية للإنترنت ... 130 130

1 - فايسبوك (Face Book) ... 140

2 - «فايسبوك ماسنجر» ... 142

3 - تويتر (Twitter) ... 145

4 - :هاشتاغ خاصية تويتر ... 146

5 - واتس آب (WhatsApp) ... 148

6 - سناب شات (Snapchat) ... 151

7 - يوتيوب (YouTube) ... 156

8 - البريد الإلكتروني (EMAIL) ... 156

الفصل الرابع: الميديا والسياسة ... 163

- الميديا في خدمة المصالح السياسية ... 164

- نظريات التحشيد السياسي ... 166

- من الميديولوجيا إلى الإيديولوجيا ... 169

- نظرتان متناقضتان للتلفزة القضائية ... 171

- نظرية صناعة الخوف * ... 181

- ثقافة الترهيب الإعلامية ... 181

الخاتمة : نقد الميديا إستعمار الصورة والصوت ... 187

إعصار الفضائيات ... 196

تدخل هذه السلسلة التي يصدرها المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية في سياق منظومة معرفية يعكف المركز على تطويرها، وتهدف إلى درس وتأصيل ونقد مفاهيم شكلت ولما تزول مركبات أساسية في فضاء التفكير المعاصر.

وسعيًا إلى هذا الهدف وضعت الهيئة المشرفة خارطة برامجية شاملة للعناية بالمصطلحات والمفاهيم الأكثر حضوراً وتدالواً وتأثيراً في العلوم الإنسانية، ولا سيما في حقول الفلسفة، وعلم الاجتماع والفكر السياسي، وفلسفة الدين والاقتصاد وتاريخ الحضارات.

أما الغاية من هذا المشروع المعرفي فيمكن إجمالها على النحو التالي:

أولاًً: الوعي بالمفاهيم وأهميتها المركزية في تشكيل وتنمية المعارف والعلوم الإنسانية وإدراك مبانيها وغاياتها، وبالتالي التعامل معها كضرورة للتواصل مع عالم الأفكار، والتعرف على النظريات والمناهج التي تتشكل منها الأنظمة الفكرية المختلفة.

ثانياً: إزالة الغموض حول الكثير من المصطلحات والمفاهيم التي غالباً ما تستعمل في غير موضعها أو يجري تفسيرها على خلاف المراد

منها . لا سيما وأن كثيراً من الإشكاليات المعرفية ناتجة من اضطراب الفهم في تحديد المفاهيم والوقوف على مقاصدها الحقيقة.

ثالثاً: بيان حقيقة ما يؤديه توظيف المفاهيم في ميادين الاحدام الحضاري بين الشرق والغرب، وما يترتب على هذا التوظيف من آثار سلبية بفعل العولمة الثقافية والقيمية التي تتعرض لها المجتمعات العربية والإسلامية وخصوصاً في الحقبة المعاصرة.

رابعاً: رفد المعاهد الجامعية ومراكز الأبحاث والمنتديات الفكرية بعمل موسعي جديد يحيط بنشأة المفهوم ومعناه ودلالة الإصطلاحية، و المجال استخداماته العلمية، فضلاً عن صلاته وارتباطه بالعلوم والمعارف الأخرى. وانطلاقاً من البعد العلمي والمنهجي والتحكيمي لهذا المشروع فقد حرص لامرکز على أن يشارك في إنجازه نخبة من كبار الأكاديميين والباحثين والمفكرين من العالمين العربي والإسلامي .

تتناول هذه الحلقة في سلسلة "مصطلحات معاصرة" مفهوم الميديا ويعرض له في دلالاته الإصطلاحية والمعنوية وطرائق الاستخدام، قضاياً عن نشأته التاريخية وعلاقته بالإعلام الكلاسيكي.

تبذر أهمية هذه الدراسة في أنها تلقى الضوء على المقدمات التي أسست لما سُمي بشورة المعلوماتية والآثار الاجتماعية والسياسية والثقافية التي ولّدتتها على اتجاهات الحضارة العالمية المعاصرة.

والله ولي التوفيق

ص: 8

مع ختام القرن العشرين إنطلق العالم الحديث إلى زمن جديد اصطلاح على تسميته بـ«زمن العولمة». وقد ساد مناخ ثقافي عارم عنوانه الطاغي تحول العالم إلى قرية كونية لم تعد الحواجز التقليدية للمجتمعات ولا الحدود الجغرافية للدول تشكل عائقاً أمام التواصل بين مواطنها. لكن العامل الأساسي الذي يقف وراء هذه التقلة الكبرى التي شهدتها الحضارة المعاصرة هو ثورة الاتصالات التي سميت اختصاراً وتكتيفاً بـ«ثورة الميديا».

وإذا كان لكل زمان ظواهره غير العادية فلا ريب أن الميديا هي ظاهرة استثنائية تحمل الكثير من الميزات والخصائص التي تختصر أمداء الزمان والمكان في آن. فلا يقوم تواصل فعال بدونها، ولا تُرسم سُم سياسات أو تُبني اقتصادات وحتى أن تنشب حروب وثورات للتغيير الاجتماعي إن لم تلقِ عليها تقنيات الصورة والصوت لمساتها الأثيرية، وتمدها بما ينبغي لها أن تبلغه من غايات.

إنها الميديا، ذلك التعبير السهل اللفظ، الممتنع الاستيعاب إن لم نسبر به غور الحياة بأدق تفاصيلها. بل هي كما وصفها الخبراء تلك الشبكة العنكبوتية التي جعلت العالم شبه خال من صناديق الأسرار، وأصبحت المعلومات تتدفق بكل اللغات كأمواج البحر في كل أنحاء المعمورة.

من هذه النظرة الإجمالية والمكثفة لظاهرة الميديا ينطلق هذا البحث ليضيء فضاءً أثيرياً رحباً، يعرض إلى تطوره على مر التاريخ ويستوضح مفهومه بجوانبه اللغوية والاصطلاحية والمعرفية كما ينظر في الأسباب التي جعلت الميديا أمبراطورية للسيطرة الناعمة على المجتمعات والدول، وصولاً إلى زمن بات الفرد فيه قادرًا على صناعة عالمه المعلوماتي الخاص يُنشئه أنيَ شاء ومتى أراد.

يتوزع هذا البحث على أربعة فصول وخاتمة نقدية :

- الفصل الأول: جاء بعنوان مفهوم الميديا، وقد جرى فيه تحليل الدلالة اللغوية والاصطلاحية، وعلم الإعلام (الميديولوجي)، حيث تم تحديد ثلاثة عصور ميديولوجية هي: الانتاج الخطي الانتاج المطبوع، والانتاج السمعي - البصري، كما تطرق إلى أنواع الميديا وعلاقتها بشورة الاتصالات والنظام المنهجي لعملها، ومستوياتها، وتحديد مفهومي وسائل الإعلام ووسائل الإعلام.

- الفصل الثاني: يبيّن الفروق الوظيفية بين الميديا والإعلام الكلاسيكي، وفيه عودة إلى تاريخ الإعلام، ووظيفته، وصفاته، وموقعه في الحضارات القديمة، ثم ينتقل إلى الظروف المعاصرة ليشير إلى الإعلام التفاعلي وأنواع التلفزيون، ودور الأقمار الصناعية، والهواتف الذكية، والمدونات الإلكترونية، كما يتناول أبرز النظريات المتعلقة بالميديا على المستويات السياسية والأخلاقية.

- الفصل الثالث: يتناول ظاهرة موقع التواصل الاجتماعي (social media)، وتحليل رموزها ووظائفها ومخاطرها مع جولة

على كل موقع، وتبين المغزى من تأسيسه، وتراحم الحكومات وكبريات الشركات العالمية على تملك هذه المواقع، لما لها من تأثير في سيرورة الحياة، وما تدرّه من أرباح في نطاق ما سمّي بأمبراطوريات المال الإعلامية.

دور

- الفصل الرابع: وهو بعنوان «الميديا والسياسة»، ويضيء على دور الميديا في خدمة المصالح السياسية، والنظريات المعتمدة في هذا المجال، وثقافة الترهيب الإعلامية، وتأثير التلفزة الفضائية، والتحول من الميديولوجيا إلى الأيديولوجيا.

- الخاتمة النقدية، جاءت تحت عنوان «تقد الميديا - استعمار الصورة والصوت»، وفي سياقها توضيح للكيفية التي استثمرت فيها الدول الكبرى تقنيات الصورة والصوت في السيطرة على مقدرات الدول والشعوب والتحكم بمختلف مناحي الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ولا سيما على سبيل المثال، ما فعلته الأمبراطوريات الإعلامية في الغرب حيث يتضح بجلاء الوجه الإعلامي للاستعمار المعاصر.

والله الموفق

حضر ا. حيدر

ص: 11

الدلالة اللغوية والاصطلاحية :

شاعت كلمة ميديا (Media) بزخم لافت في الثقافة العالمية المعاصرة. وقد حفلت السنوات الأخيرة من القرن العشرين وبدايات القرن الجارى بهذه الكلمة حتى بدت إحدى أبرز الكلمات المعبرة عن العالم الجديد الذي بدأ بالتشكل في ما عُرف بـ «صر العولمة». إلا أن كتابات الباحثين حول ما سُميّ بـ «الميديا الجديدة»، أشارت إلى أن المصطلحات التي تداولها دراسات الاتصال عربياً، هي مصطلحات وافدة على اللغة العربية، وتشكلت في سياقات معرفية وثقافية مختلفة. وحسب هذه الكتابات، فإن مصطلح «الإعلام الجديد» ليس ترجمة للمصطلح الإنكليزي (New media)، أو المصطلح الفرنسي (Nouveaux Media)، فالعالم المعاصر الذي دخل بقوة غير مسبوقة في ثورة الإتصالات يمتلك بكلٍّ هائل من المصطلحات والمفاهيم المتداخلة والمركبة، ولا سيما تلك التي تُعنى بالميديا أو ما يسمى بـ «ثورة الإتصالات». فإذا لم يكن هناك اختلاف في ترجمة كلمة (New)، رغم أنها تعبر غير محايدين ذو حمولة ثقافية، فإن كلمة الإعلام ليست الحل الأمثل لترجمة (Media). وسبب ذلك، أن مصطلح الإعلام يرتبط بمؤسسات (التلفزة والإذاعة والصحافة)، وهذه المؤسسات تمثل وظيفتها في

إنتاج مضممين موجهة للجمهور، بينما تحيل التقنيات الحديثة إلى الوسائل التقنية الرقمية كالحاسوب والهاتف التي تقوم بعمليات التوصيل والنقل والتواصل ذلك على الرغم من أن هذه التقنيات باتت تؤدي وظيفة الصحيفة والتلفزيون والإذاعة والكتاب معًا، ما أدى إلى تداخل واندماج بين وسائل الإعلام الكلاسيكية والتقنية الحديثة كما أدى إلى ت نوع وظائفهما وتنافسهما وتفاعلهما [\(1\)](#).

غير أن «الميديا الجديدة» التي برزت بقوة هائلة في زمن العولمة لا يمكن اختزالها في عملية إدماج وإدراج للتقنية في العملية التواصلية والإعلامية، بل هي تدمج الأنظمة التقنية (أجهزة الاستقبال الرقمي والترتيبات الاجتماعية (الأسرة والحملات السياسية، والأنشطة الدينية). كما أنها لم تنشأ من فراغ، وهي كذلك ليست وليدة قطيعة جذرية ومطلقة تفصل بين تراث ثقافي غابر مرشح للاندثار، ووضع راهن يقوم على التجديد الجذري.. وإنما هي حركة للجمع والتوفيق والتجاوز في آن واحد [\(2\)](#).

في «قاموس الميديا المفید» الذي نشر تحت إدارة «فرنسيس بال» ورد تعريف لـ«الميديا» بأنها «تقنية يستخدمها فرد أو جماعة ليبلغوا فرداً آخر أو جماعة أخرى عبر لقاء غير مباشر وعلى مسافة معينة» و«إذ تأرجح كلمة «ميديا» بين التعريف الضيق والتعريف الشديد

ص: 15

-
- 1- الصادق الحمامي - الميديا الجديدة: الابستمولوجيا والأشكال والسياقات - المنشورات الجامعية - الإمارات العربية المتحدة - الطبعة الأولى 2012 - ص 31.
 - 2- المصدر نفسه - ص 32.

الاتساع، فذلك لأنها تحيل إلى حقائق متمايزة غالباً، ولكن ليست مرتبطة ببعضها البعض دائماً فهي تكون إما تقنية أو استخداماً أو جمهوراً أو مؤسسة أو في النهاية نوعاً أو شكلاً من التعبير »[\(1\)](#).

في المجال نفسه، يوضح الباحثون في علم الإعلام المعاصر أن عبارة «الإعلام الجديد»، التي شاعت خلال العقود الثلاثة الماضية جاءت نتيجة انتقال الإعلام التقليدي، بروافده المختلفة المكتوبة والمسموعة والمرئية، إلى مرحلة جديدة من مراحل تطوره، بحكم الطفرة التكنولوجية التي طالت ميادين الإعلام والمعلومات والاتصال كافة وانفجار الشبكات الرقمية، وفي مقدمتها شبكة الإنترنت، كذلك القنوات الفضائية التي تبث عبر الأقمار الصناعية، أو تكنولوجيا كواكب الألياف البصرية والملتحقة بالحواسيب، وبالهواتف النقالة. لذلك، فإن التسمية تستحضر البعد التكنولوجي خصوصاً تقنية الإنترنت على وجه التحديد. يضاف إلى ذلك، أن الإعلام الجديد يجري تعريفه على أنه تسخير التكنولوجيا في نشر الأخبار والمعلومات والمعارف من خلال عملية دمج وسائل الإعلام القديمة مع الأدوات الرقمية وشبكة المعلومات العالمية بما يحقق الاتصال التفاعلي بين المرسل والمستقبل بسرعة فائقة، وذلك عبر تكنولوجيا الإنترنت وموقع الشبكات الاجتماعية التي تستخدم تقنية الويب [\(2\)](#).

ص: 16

.Definition of Media –<http://www.dictionary.com/browse/media> – 1

2- حسن الوز - الإعلام.. أدوار وامبراطوريات - وزارة الثقافة السورية - دمشق - 2012 - ص 14.

لم يولد مصطلح «الميديا» مع الطفرة الكبرى لثورة الإتصالات التي عاصرها العالم في نهاية القرن العشرين، والتي عرفت بعصر العولمة. ونستطيع القول أن البدايات الأولى لتداول المصطلح بدأت في سبعينيات القرن العشرين من خلال النقاش الثقافي الذي جرى في أوروبا، وفي فرنسا على وجه الخصوص، في ذلك الحين. وقد شاع آنذاك مصطلح «الميديولوجيا» للتعبير عن الوسائل الإعلامية التي تحول الأفكار إلى أحداث. والمقصود بالميديولوجيا (La médiologie)، أو علم الوسائل الإعلامية، هي تلك النظرية التي تعنى بالوسائل التقنية والآلية والمؤسساتية التي يشغلها الفعل الثقافي. وقد ظهر المصطلح أول مرة سنة 1979م، مع جهود المفكر الفرنسي ريجيس دوبيريه (Regis Debray) (1940) التي أوردها في كتابه (السلطة الثقافية في فرنسا) (1). وهو يعني بنوع خاص الوسيط الذي بواسطته تحول الفكر إلى قوة مادية واستناداً إلى هذا التعريف الكلي يتكون المصطلح من كلمتين : الوسيط (Medio) مجموع وسائل نقل ونشر كل ما هو رمزي من المعلومات. أما اللاحقة «علم» (Logie) فدالة على الاختصاص.

مع ذلك، ليست الوسائلية (وهو الاسم الذي خص به ريجيس دوبيري «نظريته») بحثاً في الصورة حسراً، ولا في السمعي البصري أو الوسائل الجماهيرية الإعلامية فحسب. إنها بحث في الوساطات

ص: 17

Régis Debray. Le pouvoir intellectuel en France. Ramsay, Paris 1979. pp. 107 –1

التي تتکفل بارسال وتتاقل وتواتر المعلومات والکائنات والحالات المادية والذهبية. وهي بهذا المعنى ليست تصوراً فكريأً في التواصل لغوياً كان أم غير لغوي، ذلك أن التواصل حالة (ساکرونية بلغة اللسانين)، في حين أن الارسالات والتناقلات والتواترات قد تأخذ البعدين معاً: الزمني والتاريخي لهذا يلح ريجيس دویري على هذا المنحى معتبراً أن الوسائلية ليست نظرية ولا مبحثاً علمياً () ولا منهجاً للدراسة، إنها في الحقيقة حقل للتفكير تقاطع فيه المناهج وتواسع فيه المعطيات (1).

بهذا المعنى تغدو الوسائلية منظوراً جديداً لمعطيات الحياة والوجود، يتخد من تراكم الاهتمام بالوسائل مرکزاً منهجاً له. ويمكن أن نعثر في تاريخ الفكر العالمي على وسائليين سابقين على ولادة المصطلح، ذلك أن كل المفكرين الذين اهتموا بالعلاقات والانتقالات قد ساهموا بهذا القدر أو ذاك في منح قيمة للوسائل . وإذا كانت الوسائلية كذلك، فإنه من المنتظر أن يكون تطورها رهيناً بنماء الدراسات المهمة بالوسائل ()، سواء كانت تلك الوسائل ذات طابع مفاهيمي كاللغة، أم كانت ذات طابع مادي كالصورة أو الدراجة أو القطار أو غيرها. والحقيقة أن هذا الاهتمام بالوسیط () إن لم يكن وليد اليوم، فهو مع ذلك ظل توجهاً فكريأً أكثر منه تصوراً فكريأً أو فلسفياً. وقد كان من اللازم انتظار أواخر القرن كي يتبلور هذا الاهتمام ويتحذ في الآن نفسه منحى

ص: 18

1- راجع مقدمة المترجم لكتاب ريجيس دویري «حياة الصور وموتها»- ترجمة: فريد الزاهي - دار أفريقيا الشرق - بيروت 2002- ص 5-6

نظريًّاً. لذلك، لم يلبِّي الوسائطيون الفرنسيون أن تجتمعوا في إطار جمعية متخصصة في الوسائطية تصدر مجلة متميزة ذات ملفات جديدة كل الجدة عن القضايا الوسائطية. وقد عملت هذه المجلة على منح الممارسة الوسائطية بعدهاً أوسع، وانتزاعها من الطابع النظري التحليلي للزج بها في غمار الاكتشاف والبحث⁽¹⁾.

وفقاً لهذه الآليات، تقوم تصاوير الرقمية الجديدة بانتاج معرفة وسلطة لا حدّ لإغرائها. وبعد المسبار والمicroscope والتصوير بالأشعة، جاءت المعالجات المعلومية لتوسيع بشكل هائل من

تحكمنا في المسافات وفي الأعضاء وأمراضها، الأعضاء، وأمراضها، ومن أبنيتنا أبنيتنا عبر التصاميم والرسوم، ومن فرضياتنا الفكرية نفسها، وذلك بتمكيننا من الترجمة البصرية للنماذج النظرية المجردة. فأجهزة الرؤية الجديدة، تمكّننا، عبر مضاعفة معلوماتنا من مضاعفة قدراتنا على التدخل في محيطنا ومساحة تواصلنا مع الكون. ولأننا غدرونا من الآن فصاعداً مجهزين برؤيه متكاملة (Omniscope) فقد غدا بإمكاننا اكتشاف ما يتتجاوز مدارنا من دون أن نرتاده، وبرمجة المستقبل قبل الوصول إليه. يصل المicroscope الآن إلى 1/10000 المليمتر، كما أن المسابير الكبيرة قد ربّحت الكثير من العوامل عبر أقمار الرصد الاصطناعية⁽²⁾.

في السابق، جاءت الأشعة السينية، والأشعة ما تحت الحمراء، وأشعة غاما لتدفعنا إلى تجاوز المسافات الأثيرية للمرئي. أما

ص: 19

1- ريجيس دويريه - حياة الصورة وموتها - المصدر نفسه - ص 297.

2- المصدر نفسه - ص 298.

المبصارات الإلكترونية والكاميرات الحرارية فقد مكنت سائق الدبابة وربان الطائرة ومستعمل مدفع البازوكا من الرؤية ليلاً، فيما يظلون هم في الخفاء. كما مكنت الأشعة بالصدى وبالأصوات القصوى من النظر إلى الجمجمة أو إلى حوض بشري في أبعاده الثلاثة. إن الرؤية تعوّض السمع واللمس في التشخيص الطبى. وتمكن التصاویر المعتمدة على الرجع المغناطيسي من اختراق الأنسجة والخلايا والأعصاب. كما أن الأشعة الانعكاسية ما تحت الحمراء تخترق، بواسطة كاميرا فيديكون، المواد الأصلب. وتستطيع الصورة النيوترونية تصوير الأشياء والإمساك بها عبر المواد المعدنية، كما تمكن الصورة الرقمية من التحكم الآلي في الروبوتات. وثمة الصورة المكبرة الملتقطة عبر الأقمار الإصطناعية من دائرة علوها 800 كيلومتر، وهي صورة ذات دقة عالية وتسير، عن بعد ويبعد ثلثاً، فيضانات الأنهر وتقديم الرمال أو المجلدات والهيكل الجيولوجي للأرض والترسبات البحرية في الأنهر الكبرى، وهذه الصور تتم معالجتها بالألوان الكلية (Panchromatique) أو بالشبكيات المتعددة (multispectral). بل إن العالم شانجو يؤكّد لنا أنه لم يعد أبداً ضررًا من الطبواوية تصوّر قدرة الكاميرات ذات البوتيرون على إظهار صورة الأشياء الذهنية على الشاشة في يوم من الأيام. وقد كانت المهمة الرسمية التي قام بها ميشيل سير، والمتمثلة في إعادة بناء المجتمع التربوي عبر التعليم عن بعد، في أصل صياغة الوسائل المعلوماتية بجعل توزيع المعارف داخل مجموعة بشرية ما مرئية : إنه دماغ المجموعة على شاشة منيتيبل.

لكن هل هذه التطورات التقنية بدون مقابل؟ «ليس ثمة من شيء بالمجان». فثمن هذا الفائض من الفعالية الموجهة نحو الخارج يمكنه خلق عاهة رمزية في الداخل منذ عشرات السنين، تم دفع ثمن التوسع في الفضاءات القابلة للملأحة والمراقبة بالاقطاع من أراضي اليوتوبية. فحين كان شبح الإشعاع الإلكتروني محصوراً في النور الذي تراه شبكة العين كان اللامرئي يملك واقعية لانهائية الكبر. مثلاً الحرية والمساواة والأخوة (يمكن لأي نظام كتابة تصويرية ترميزها فيما سيعجز أي ميكروسكوب إلكتروني عن جعلنا نراها مباشرة) (1).

بعد كتابه السابق الذكر تابع دويريه نشاطه الاستدلولوجي حول مفهوم الميديا. وبعد كتابه (محاضرات في الميديولوجيا العامة) الذي ظهر سنة 1991م أول كتاب يعرّف بالدرس الوسائطي للميديا (2). ييد أن هذا الكتاب يعتمد على مجموعة من الخلفيات المعرفية التي تحيل على كتابات عدد من كبار المفكرين والأدباء الأوروبيين أمثال فيكتور هيجو (Victor Hugo) (3)، ووالتر بنجامين (Walter Benjamin)، وبول فاليري (Paul Valery)، ومارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan)، ووالتر أونج (Walter Ong)، وأندري لوروا

ص: 21

1- نفسه - ص 299.

Régis Debray. Cours de médiologie générale. Bibliothèque des Idées. 1991. 395p; Manifeste - 2 médiologique. Gallimard. 1994. 220p; Introduction à la médiologie. PUF. Collection Premier Cycle.

.2000; Vie et mort de l'image une histoire du regard en Occident. Gallimard. 1992

Victor Hugo. Notre-Dame de Paris. Livre V. chap. 2 (« La presse tuera l'ÉgliseL'imprimerie tuera - 3 .(«l'architecture

غوران (André Leroi-Gorhan)، وجيلبير سيموندون (Gilbert Simondon)، وفرانسوا داغوني (François Dagognet)، وبيرنار شتاينغر (Bernard Stiegler)، وبير ليفي (Pierre Levy)، وجاك ديريدا (Jacques Derrida)... وقد نشرت أهم كتابات ريجيس دويريه حول الميديولوجيا في (دفاتر الميديولوجيا / Cahiers de médiologie) ما بين 1996 و 2004، ومجلة الوسيط (Médiom / MediuM) سنة 2005، وما زالت مستمرة إلى يومنا هذا.

ومن هنا، فالميديولوجيا هي عبارة عن نظرية علمية تجمع بين الثقافة والتقنية. وتحيل الكلمة على علم الوسائل . وبالتالي، يهتم هذا العلم ب مختلف الوسائل التي تعنى بنقل الرسائل من ذات إلى أخرى، إنها من ذات إلى آلة أو من آلة إلى أخرى أي تدرس وسائل الاتصال والإعلام التي تعتمد عليها الثقافة بصفة عامة، والأدب بصفة خاصة. ومن ثم، يحاول هذا العلم أن يفكك العلامات الرمزية والسيميانية في سياقها الزمني والمكاني والفنوي والجمالي والبصري. وليس هذا العلم مستقلاً، بل يتكم على الفلسفة، وعلوم الإعلام، ونظريات التواصل [\(1\)](#).

تستند الميديولوجيا إلى مفاهيم عده، مثل: مفهوم الأكون الوسائلية (Les mediashers) الذي يهتم بدراسة مجموعة من أنظمة الإرسال والتواصل التي تشغل عليها الثقافة في فترة زمنية محددة. ويعني هذا أن الكون الوسائطي يحدد المكان الذي يحضر فيه

ص: 22

1- جميل حمداوي - المقاربة الوسائلية (L'approche médiologique) - بحث خاص في إطار محاضرات جامعية - الرباط - المملكة المغربية 2016 .

البعد التقني إلى جوار بعد الرمزي والفنى والجمالي. ومن هنا، يمكن الحديث عن الكون اللغوي (la logosphere) الذي يعنى بالوسط الشفوى والكون الكتابي (la graphosphere) الذى يهتم بالوسط الكتابي أو الطباعي أو البصري والكون القرصي، أو ما يسمى أيضاً يكون الفيديو (la vidéosphere) ويستند إلى فعل الذاكرة التقنية كالصور والفيديو...؛ والكون الشبكي أو الكون المتشعب والمترابط (Thypersphere) الذى يقوم على الشبكات الرقمية. وهكذا تخضع هذه الأشكال الوسائطية المختلفة لمنطق التتابع في الرمان من جهة، ولمنطق البرمجة من جهة أخرى. ولكن لا يصيّبها العدم، بل تحضر وتغيب بحسب رغبة المشغل وميوله الشعورية والأشعورية.

وبهذا، يكون ريجيس دويريه سباقاً إلى الحديث عن نظرية العالَم الممكّنة من الوجهة الإعلامية أو الوسائطية أو الميديولوجية. والدليل على ذلك قوله بتنوع الوسائط الرقمية ، وتعدد عوالمها الافتراضية والإعلامية والوسائطية. من جانب آخر تستند الوسائطية إلى وجهين أساسيين : الوجه التقني ، والوجه التنظيمي أو السياسي أو المؤسساتي. ويضم الوجه الأول كل الوسائل والأدوات والمستندات (الكتاب الطريق الراجه ...). في حين يقوم الوجه الثاني على المؤسسات والأمكانية وما هو قانوني وشريعي (البريد، المكتبة المدرسة، المؤسسة الدينية....). مع كل ذلك، لا- يعني الأمر أن الميديولوجيا خاضعة للحتمية التكنولوجية، بل تهتم بما هو ثقافي أكثر مما هو تقني وآلي (Leffet- jogging⁽¹⁾)

ص: 23

1- المصدر نفسه.

وتقوم المقاربة الميديولوجية أو الوسائلية على دراسة الثقافة على المستوى الكلي (الدين، والفن والسياسة واللغة)، وعلى المستوى اليومي (المواد ، والوسائل والاستعمالات...)، مع تحديد الملفات الموضوعاتية (Les dossiers thématiques) التي اقترحتها دفاتر الميديولوجيا أو مجلة الوسيط مثل الطريق، والورق، والدراجة، والنقود، والحركة، والحدود؛ أو الربط بين التقنية والثقافة، بالتوقف عند الوطن والشبيكات والإضاءة الرمزية ووسائل الإنارة وفكرة التضحية والأجيال التكنولوجية والإرهاب وتقنية الفرجة.

وبالطبع لم يقتصر الاهتمام بمفاهيم الميديولوجيا على ما قدمه ريجيس دوبريه من نظريات تأسيسية، فهناك مجموعة من الباحثين اهتموا بها مثل دانييل بوني (Daniel Bougnoux)⁽¹⁾، ولوبي ميرزو (Louise Merzeau)، وكاثرين بيرتو لافونير (Catherine Bertho)⁽²⁾، وبير مارك دوباز (Pierre-Marc de Biasi)⁽³⁾ ومونيك سيكار (Monique Sicard)⁽⁴⁾ وفرانسوا بيرنار هويث (Françoise-Bernard Hughe)⁽⁵⁾

ص: 24

coordinateur des Cahiers de médiologie n°1 « La Querelle du spectacle » (1996) et n°15 (Faire face) - 1
.((2002

(coordinatrice des Cahiers de médiologie n°5 « La bicyclette » (1998) et n°17 « Missions » (2004 -2
coordinateur des Cahiers de médiologie n°4 « Pouvoirs du papier » (1997) et producteur de l'émission Le -3
.(-Cercle des médiologues sur France Culture (2001-2002

(coordinatrice des Cahiers de médiologie n°10 « Lux. des Lumières aux lumières » (2000 -4

(Jacques Perriault)، وميشيل ميلو (Michel Melot)⁽¹⁾، ومارك كيوم (Marc Guillaume)⁽²⁾، وجاك بيريول (Paul Coriano) ... وأودون فالـي (Odon Vallet)، وبول سوريانو (Paul Coriano) ...

ثلاثة عصور ميديولوجية

بعد نحو ثلاثة عقود على ظهوره شقَّ مصطلح الميديولوجيا طريقه ليصبح مفهوماً متداولاًً ابتداءً من تسعينيات القرن العشرين. فكما سبق وأشارنا، فإن الميديولوجيا أو (الإعلاميات) هو مصطلح جديد لكنه متصل بتاريخ طويل يصنفه دويريه في كتابه «علم الإعلام العام» ضمن ثلاثة عصور هي:

أولاًً: عصر الإنتاج الخطبي، وركيذته المخطوطة.

ثانياً: عصر الإنتاج المطبوع ، وركيذته الكتاب.

ثالثاً: عصر الإنتاج السمعي البصري، وركيذته الصورة المتمثلة في السينما والتلفزيون والكمبيوتر.

إلا أن العصور الميديولوجية لم تتوقف عند الحد الذي وصل إليه دويريه، حيث أنها نشهد عصرًا ميديولوجيًّا جديداً ظهر مع حضور الإنترنت القوي في العالم (ما يقرب من ملياري ونصف

ص: 25

.(coordinateurs des Cahiers de médiologie n°7 « La confusion des monuments) (1999 -1
(coordinateur des Cahiers de médiologie n°12 « L'automobile » (2001 -2

المليار مستخدم)، وهو ما يسميه علماء الاجتماع بـ «عصر الإنتاج الساينيري» وركيزة المجتمعات الافتراضية والفضاء الساينيري [\(1\)](#).

ثم يشرح لنا دويريه هذه العصور كالتالي:

- العصر الأول، يطلق عليه إسم المجال الكلامي (Logosphere) أو الدائرة الكلامية. وهو «عصر لا هوئي تأتيه الكتابة من الله، الله يملّى والإنسان يدّون ويملي بدوره». والديانات الكبرى مع التوراة والإنجيل والقرآن ثبّتت الوحي الشفهي كتابةً. وهنا تبرز مكانة الكلام المقدّس والأزلّي، وكما يصرّح دويريه فإن «العقل البشري لا يخترع، فهو ينقل حقيقة تلقاها».
- العصر الثاني، يطلق عليه إسم المجال الخطّي (Graphosphere) أو الدائرة الخطية، و«فيه تبعية الصورة للنص»، وضمان الحقيقة عبر الإنتاج الخطّي ووفرته وفتح المجال للاختراعات والابداعات.
- العصر الثالث، وهو عصر المجال التلفازي (Videosphere)، أو الدائرة التلفازية، حيث انتقلت سلطة الإعلام إلى المرئي والمسموع، وزنول الكتاب من منصته الرمزية [\(2\)](#).

أما عصر الميديا أو العصر الميديولوجي الذي يجري الحديث عنه فيسمى بالمجال الانترنتي (Internetsphere) أو الدائرة الانترنتية. وما يميز هذا العصر أنه يضم العصور الميديولوجية السابقة كلها، فهو يحتوي على المجال الكلامي، لكن الكلام في

ص: 26

.Cours de médiologie générale. P.P 395 –1

.IPID. P 396 –2

هذا العصر لم يبق مجرد حوارات بشرية لنقل ما هو إلهي، إنما اتّخذ شكلاً جديداً من الكلام اعتمد على الحوار الإلكتروني بين إنسان وآلة ينقل من خلالها كل ما يريد من معلومات وكل ما يحتاجه من تواصل. كما يحتوي على المجال الخطّي، حيث تبرز الصحيفة الإلكترونية والكتاب الإلكتروني (e-book) والموقع الإلكتروني التي اعتمدت على النص المكتوب، والاهتمام بالقراءة الإلكترونية على حساب القراءة الورقية التي من المتوقع أن تزول مع ارتفاع سيطرة هذا العصر الميديولوجي الجديد. وكذلك يحتوي على المجال التلفازي من خلال ما يقدمه من إمكانية مشاهدة الأفلام والأخبار والرياضة والفيديو كليب وغيرها من خلال الموقع الإلكتروني الكثيرة ولا سيما موقع يوتيوب (YouTube) الشهير. وفي واقع الحال يتميز هذا العصر الميديولوجي بنشوء المجتمعات الافتراضية التي سمحت للمشتركين بتكون المجتمع الذي يرغبون به للتواصل ضمن الفضاء الساينيري الرحب من دون أي حواجز مكانية وزمانية. وهذا ما أدى إلى ولادة «نيوميديا متقدمة عن الميديا التقليدية التلفزيونية لتحضر المجتمعات الافتراضية، لا سيما الفايسبوك (Facebook)، وتترك أثراً لها البالغ في نقل الخبر بالصوت والصورة والكلام والتعليقات وردود الفعل وتفاعلات الجمهور بسرعة فائقة ومذهلة مما ساهم في تحريك ثورات وانتفاضات واحتجاجات شعبية شهدتها العالم العربي في الآونة الأخيرة⁽¹⁾.

ص: 27

.Ipid, P.P 399 – 1

تقوم الـ«ميديا» على شرطين لازمين :

الأول: الوسائل التي تنقل المعلومات.

والثاني : البيئة المحيطة، وهي التي من خلالها تقوم الأشياء بأداء وظيفتها وتزدهر.

بهذين الشرطين يمكن أن تصنف «الميديا» ضمن مستويين اثنين: بسيط ومركّب .

- المستوى الأول يتصل بالمصطلح الإنكليزي لوسائل الإعلام الجماهيرية (المقروء والمسموع والمرئي) كالصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، من خلال رؤية نقدية تستوعب معطيات العالم المعاصر والتوجهات الكبرى التي تحكم تغييره المتسارع.

- أما في المستوى الثاني المركب فإن «الميديا» تعني الوسائل التي تنقل إلينا المعلومات من البيئة المحيطة البعيدة أو القريبة، والتي يمكن أن تتطرق لتنتقل الإحساس أيضاً. أي أن الميديا هي مفهوم أشمل مما يشاع عنه. فهي ليست فقط الوسائل المرئية والمسموعة، بل الأشياء الحسية أيضاً.

- الميديا.. أو ثورة إتصالات

اكتسبت الـ«ميديا» أهمية خاصة منذ ظهور الثورة الاتصالية

الحديثة وعلى الخصوص تلك التي تتضمن البث التلفزيوني المباشر بواسطة الأقمار الصناعية، كما يتم عبرها توصيل محتوى معلوماتي ما إلى نطاق واسع من الأفراد عبر عدد محدود من الوسائل ؛ كالبث الإذاعي والتلفزيوني والسينما، دور النشر، وحديثاً عبر الإنترنت.

ويمكن لنا أن نلاحظ أن الـ «ميديا» لا بد من أن تحتوي على رسالة معينة لأن الوسيط هو من يوصل إليك شيئاً معيناً. وقد تكون هذه الرسالة إما سلبية أو إيجابية والقصد من ورائها التأثير على الثقافة أو الفكر أو السياسة العامة أو غير ذلك [\(1\)](#). وهذا ما تضمنته البحوث العلمية التي راكمت بنية معرفية غايتها تحويل الميديا إلى جزء أساسي من العلوم الإنسانية المعاصرة.

السمات العامة لتقنولوجيا الميديا

تميز الميديا في الجانب المتعلق بتكنولوجيا المعلوماتية بمجموعة من السمات الأساسية يوردها المتخصصون في علم الإعلام الجديد على الشكل التالي:

1- التفاعلية: وتعني تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي أن هناك أدواراً مشتركة بينهما في العملية الاتصالية، مثل الممارسة الثنائية، التبادل التحكم، وأفضل مثال على ذلك استعمال نظام

ص: 29

Definition of media in British and World English in Oxford dictionary. Meaning, pronunciation and – 1 reference content – www.oxforddictionaries.com. راجع أيضاً example sentences. English to English

(Video Text) الذي يتيح تقاعلاً واضحاً بين المرسل والمستقبل، ويعد هذا النظام واحداً من أنظمة النصوص المتلفزة.

2- تحديد المستفيد وتدل على أن المعلومات سوف تكون محددة ،الغرض، وهناك درجة من التحكم في معرفة المستفيد الحقيقي من معلومات معينة دون غيرها، وهذه السمة أفرزتها تكنولوجيا الاتصالات المتمثلة في أحد أنظمة البريد الإلكتروني وهي «الرزم البريدية الخادمة» التي تتيح للمشتراك بها حيزاً واسعاً للتحكم بكمية المعلومات المرغوب بها ونوعيتها.

3- اللآتزامية: وتبين أهميتها من كونها تسمح بإمكانية تراسل المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية من دون شرط وجودها في وقت إرسالها ، وهذا يعني أن هناك إمكانية لخزن المعلومات المرسلة عند استقبالها في الجهاز واستعمالها وقت الحاجة.

4- قابلية التحرك أو الحركة وتسمح ببث المعلومات واستقبالها من أي مكان إلى آخر أثناء حركة إنتاج المعلومات واستقبالها، وذلك باستخدام عدد من الأجهزة مثل الهاتف النقال وهاتف السيارة والتلفاز المدمج في ساعة اليد، وكذلك الحساب الإلكتروني النقال والمزود بطاقة.

5- قابلية التحويل : وهي إمكانية نقل المعلومات من وعاء إلى آخر باستعمال تقنيات تسمح بتحويل الأوعية الورقية إلى مصغرات فيلمية، وبالعكس وإمكانية تحويل المعلومات المسجلة على هذه المصغرات (Microform) إلى الأوعية الممغنطة أو الليزرية،

وكذلك إمكانية تحويل النصوص من لغة إلى أخرى أو ما يسمى بنظام الترجمة الآلية.

6- قابلية التوصيل : هذه السمة تمثل في إمكانية استعمال الأجهزة المصنعة من قبل الشركات المختلفة التي تحكمها معايير معينة في توحيد صناعة الأجزاء المختلفة لهذه الأجهزة، مما يتيح إمكانية تناقل المعلومات فيما بين المستفيدين بغض النظر عن الشركات المصنعة للأجهزة المختلفة.

7- الشيوع والانتشار بين مختلف الطبقات الاجتماعية وحول : العالم، إذ كلما ظهرت وسيلة لتناقل المعلومات عدت في البداية ترفاً ولكنها في النهاية تصبح مع الوقت تقليدية يمكن استعمالها من فئات وطبقات مختلفة في المجتمع.

8- العالمية أو الكونية : وتعني إمكانية تناقل المعلومات فيما بين المستفيدين على مستوى العالم وذلك لتوافر التقنيات التي تسمح بذلك كماً ونوعاً، وهذه السمة تضفي الكثير من المميزات على التواصل العلمي والتكنولوجي في مجال تناقل الخبرات ومن ثم يكون التواصل عالمياً[\(1\)](#).

ص: 31

1- حسن رضا النجاشي - تكنولوجيا الاتصال : المفهوم والتطور - بحث أكاديمي - جامعة المستنصرية - بغداد - 2011 .

يصنف خبراء تكنولوجيا الاتصال بنية «الميديا» ضمن أنواع تشتمل على القديم والمستجد من وسائل النقل الإعلامي. وقد حددوا هذه الأنواع بثلاثة:

النوع الأول: الميديا بتكنولوجيا قديمة: ويعود هذا النوع إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف، كالمجلات الإخبارية وبرامج الأخبار الحية.

النوع الثاني: الميديا بتكنولوجيا جديدة: وتمثله جميع الوسائل التي ألقنا استخدامها الآن، والتي مكنت من سرّيان حالة التبادل الحي والسرعى للمعلومات.

النوع الثالث: الميديا بتكنولوجيا مختلطة وفيه تزول الفوارق بين القديم والجديد، حيث أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدوداً اصطناعية، بعد أن حدثت حالة التماهي بين الإعلام القديم والجديد وتبادل المنافع⁽¹⁾.

أما صحفة الإنترنت فتدخل ضمن خمسة تصنيفات فرعية وهي:

الصنف الأول: صحفة الأخبار السائدة: وهي أكثر الأنواع انتشاراً، حيث توفر خيارات واسعة من المواد الصحفية محررة بوساطة الموقع مأخوذة من موقع آخر.

ص: 32

1- ريتشارد ديفيز - وسائل الإعلام الجديدة والسياسة الأمريكية - دراسة أكاديمية - جامعة أوكسفورد - نيويورك 1998.

الصنف الثاني: موقع الفهارس والأدلة التي ترتبط بخدمات محركات البحث مثل «ياهو» (yahoo) و «غوغل» (google)، أو بوكلات خدمات الأخبار التي تعمل على الإنترنت، أو بالمشاريع الفردية.

الصنف الثالث : صحافة المصادر المفتوحة: فجميع صحافة الإنترنت تقريباً هي صحافة مصادر ، مفتوحة، حيث يطلق على الإعلام الجديد «إعلام المصادر المفتوحة» بسبب مزايا شبكة الإنترنت التي تعتمد أساساً على البناء الحر المفتوح.

الصنف الرابع: موقع النقاش والمشاركة: حيث تتيح صحافة الإنترنت مجالاً للناس لتبادل الأفكار والمعلومات وما إلى ذلك.

الصنف الخامس: موقع التعليق التي تمحور حول وسائل الإعلام والقضايا الإعلامية على نحو عام [\(1\)](#).

ص: 33

1- مارك -ديوز - الصحافة الإلكترونية - شبكة ويب العالمية - المجلد السادس - العدد-15 2012

اشارة

تعتبر الميديا من أكثر المفاهيم الجديدة استخداماً لأنظمة الرمزية. وقد وضع الخبراء استناداً إلى الاختبارات والتجارب طيلة عقود متواصلة، مجموعة من العلامات الرمزية يمكن إدراجها في ما يلي:

العلامة الأولى: بلاغة التواصل المرئي (*retorique de la communication visuelle*): تأسיס نظري يرمي إلى كيفية اشتغال المنظومات البلاغية داخل السيميائية، وإلى أي مدى يمكن تطبيقها على الإيقوني والتشكيلي. وقد بين المؤلفون أن بلاغة التواصل المرئي، إذ تقييد من البلاغة، اللسانية تدرس الانزياح (*Tecart*) المكانى الذى يتحقق في الملفوظين (*l'é nonces*) الإيقوني والتشكيلي اعتماداً على الدرجة المدركة (*le degré perçu*) والدرجة المتتصورة (*le degré conu*). ففي ملخص إرنست مثلاً وهو رأس عصفور على جسد طفل، يمثل رأس العصفور الدرجة المذكورة التي نراها، على حين أن رأس الطفل (غير الحاضر في الملخص) الذي يوحى به جسده يمثل الدرجة المتتصورة. وهكذا يخصص المؤلفون حيزاً واسعاً لكي يتفحصوا بالتفصيل العلاقة الدقيقة بين الدرجة المدركة والدرجة المتتصورة ضمن إطار التواصل المرئي [\(1\)](#).

ص: 34

1- راجع هذه المفاهيم الفرعية ذات الصلة بعالم الميديا ضمن كتاب بحث في العلامة المرئية - مجموعة مؤلفين - ترجمة: سمر محمد سعد - المنظمة العربية للترجمة - بيروت الطبعة الأولى - 2012 ص 157.

العلامة الثانية: جو شعوري (ethos): لكل عمل فني صدى في ذات المترافق الذي يدخل عالمه ولكن هذا الصدى لا يمكن أن يوجد إلا من خلال إدراك العلاقات الداخلية في هذا العمل. وهذا ما يُسمى بـ«المقروئية» (la lisibilité) التي تتحققها الأسلبة حين تتيح للمترافق أن يفهم تركيب الشكل، وتكوينه، كمزج الألوان وتوزيعها في اللوحة، وانسياب الخطوط أو انكسارها في الرسم، وتعبيرية الخطوط المحيطية للكتلة في النحت ووظيفة الأشكال الهندسية كالمربيع والدائرة وتدخلاتهما في العمارة... إلخ. ذلك أن مدلول التشكيلات المحصلة نتيجة الأسلبة يعتمد إلى حد كبير على مشاركة المشاهد في تأويل العلامة: فهو - كما يقول مؤلفو الكتاب - يمكن أن يرى الفنانزايا في مربع ألوان المعماري ما بعد إحداثي تساب في إيقاع من التوافد، كما أنه قد يجد «العنف في الألوان الحمراء التي تعاكس تدرجية لوحة نابوليون»، مما يعني أن لكل إجراء فني أو تقني في العمل الفني أثره في المشاهد، فللاطباب أثر، وللإيجاز أثر ثان، وللإضافة أثر ثالث ومن ثم يقسم المؤلفون الجو الشعوري إلى ثلاثة أقسام:

أ - الجو الشعوري النووي (Tethos nucléaire) الذي يتميز فيه ثلاثة مظاهر : إدراك البلاغية، أي إدراك الخطاب ذاته (توضيح الجانب النابض للعلامات)، وإدراك مرونة الشكل (أي مقاومة الشكل لتقويضه كما يحدث حين يلعب الفنان باستقامة خطوط أو بانحناء خطوط الدائرة؛ إذ يتفادى تقويضهما من المربيع خلال اللعب على المرونة)، وإدراك المتغيرات بإهمال الخطوط

التي تعارض المربع والدائرة لصالح الخطوط المشتركة بينهما (الإحديداب، قفل المحيط، سطح متساوٍ تقريباً، مستوى عالٌ من التناظر).

ب - الجو الشعوري التكيني (*l'éthos synnome*) الذي ينبع من إدراك العلاقات الداخلية بين الأجزاء التي حققت مرونة الشكل، وتكامله، وتناغمه.

ج - الجو الشعوري المستقل (*l'éthos autonome*) الذي ينبع من توضيح اللامتغيرات، وهو يتصل تحديداً بالمربع والدائرة. فهذا الشكلان الهندسيان بسيطان ومستقران في ذهن المتلقي، ووجودهما المسبق قوي على العبارة السيمائية. لذا فإن أي تلاعب بهما، وأي مساس بخطوطهما، سيترك في ذات الملتقي تأثيراً أقوى من المساس بأشكال أقل استقراراً كالأضلاع مثلاً⁽¹⁾.

العلامة الثالثة: وظيفة تكينية (*function synnome*): هذه الوظيفة هي التي تولد أثر العمل الفني في الملتقي أو المشاهد. لذا تشتمل نظرية جمالية الملتقي على المشاركة الفعالة للقارئ أو المشاهد في خوض تجربة تذوق ما تتطوّر عليه الفنون من إبداع التكوين المتكامل على مستوى الأجزاء الداخلية للشكل، وتكاملها، وانتظامها، وإيقاعها المتزامن. فالوظيفة التكينية المتنوعة ذات أثر كبير في إغناء الشعور الجمالي عند الملتقي؛ لأن التكوين يفتح في كل فن أبواب التخييل والابتكار، فتكوين النص الأدبي ذاته يتباين

ص: 36

1- المصدر نفسه - ص 160.

بين الشعر والرواية والمسرح، كما أن تكوين الكتلة في فن النحت يختلف عن تكوينها في فن العمارة، وتكون الكتلة التعبيرية يختلف عن تكوين اللوحة السريالية أو الانطباعية. وهكذا يخلق كل تكوين صدأه الخاص في ذات المتلقي. وإذا ما أضفنا الأسلوب الذي يتبعه كل فنان ويتميز به عن سواه، تجلّى غنى هذه الوظيفة وتنوعها.

العلامة الرابعة : تسليع (Commodification) - (أو تحويل الشيء إلى سلعة) مفهوم مستحدث في عصر الرأسمالية الجديدة التي ترمي إلى تحويل أي حاجة يمكن تحويلها إلى سلعة تشتري وتبيع وذلك لغرض تحقيق ربحية من وراء تلك العملية. وهذا ينطبق على أشياء أو حاجات أو نشاطات لم تكن في العرف السائد حتى اليوم تعتبر (سلعة) معدة للبيع والشراء ويشمل هذا على سبيل المثال الألحان الشعبية الموسيقية والساخنات العامة في المدن والتجمعات السكانية. وتمثل هذه النزعة طفرة جديدة في سيطرة رأس المال على حياة الأفراد العاديين.

العلامة الخامسة : طيف إلكترومغناطيسي (Electromagnetic Spectrum): يشمل الكيف مدى واسعاً جداً من تردد يقل عن ألف ذبذبة في الثانية إلى تردد يصل إلى 100 ذبذبة في الثانية. ويعطي هذا الطيف موجات صوتية وموجات تستخدمن للبث الراديوي المسموع والمرئي والموجات الحرارية (تحت الحمراء)، والضوء المرئي تدرجًا مع قصر طول الموجة، وزيادة عدد الذبذبات في الثانية الواحدة، إلى الأشعة فوق البنفسجية، والأشعة السينية، وأشعة غاما (Gamma) ومن ثم على ما يدعى بالأشعة الكونية. ما يتكلم

عنه الكتاب وتجري محاولات لبيعه إلى شركات خاصة هو الجزء المستخدم للبث الراديوي، وتتراوح ذبذباته بين 100 كيلوهرتز (أي 100 ذبذبة في الثانية) إلى أكثر من ألف مليون أو ألف ميجا赫رتز، ويمكن استخدام هذه الذبذبات لنقل الصوت والصورة والمعلومات والبيانات بواسطة شبكة الإنترنت وغيرها من الوسائل.

العلامة السادسة: مجال سايربي أو فضاء سايربي (Cyberspace) : تعرفه موسوعة «ويكيبيديا» (Wikipedia) الموجودة على الإنترنت بأنه «الميدان المميز باستخدام الإلكترونيات والطيف الإلكتروني ومغناطيسي لخزن وتحوير وتبادل البيانات عبر منظومات شبكة وبنية تحتية مادية مرتبطة». اعتماداً على هذا التعريف ولكونه يشمل بني تحتية مادية، ارتأينا استخدام مجال سايربي كتعريف له بدل «فضاء سايربي» لأن مدلول الكلمة فضاء هو الفراغ المطلق.

العلامة السابعة: مراكز التسلية المقصودة (Destination Entertainment Centres): هذه المراكز ابتكار تجاري جديد يجمع العشرات من أصناف اللهو والترفيه التي تجذب الشباب وحتى البالغين. وقد يضم المركز دوراً متعددة للسينما الاعتيادية وأخرى لعرض الأفلام المجسمة (ثلاثية الأبعاد)، ومحلاًت للألعاب الفيديوية تستطيع فيها طلب أي نوع من برامج الألعاب المتوفرة، ويضم أيضاً محلات للألعاب التقليدية كالبلياردو والبولينغ ومحلاًت الألعاب للأطفال مدرجة حسب أعمارهم، وربما دار حضانة ليترك الأبوان فيها أطفالهم الرضع، في حين يتمتعون ببقية مراكز اللهو. وتضم المراكز بالطبع المطاعم بأنواعها والمسارب

والماهري وبعض المتاجر المتخصصة. وقد انتشرت في المدن الأمريكية الكبرى منذ عقدين من الزمن، وأصبحت تنافس مجمعات التسوق (Shopping Malls) مراكز لجذب الزبائن (1).

العلامة الثامنة: مستقبلية (Futurology) المستقبلية في العلوم الاجتماعية - وهي بخلاف الحركة المستقبلية الفنية (Futurism) تعنى بدراسة الاتجاهات والنزعات السائدة آنئياً للتنبؤ بالتطورات المستقبلية. وقد بدأت البحوث ضمن هذا المضمار لتعتمد نماذج حاسوبية ورياضية ومن أشهر ما نشر حول التنبؤات المستقبلية التقرير الذي أعده عدد كبير من العلماء والمفكرين اجتمعوا في ما عرف آنذاك بنادي روما (The Club of Rome)، ونشر سنة 1972 من قبل معهد ماساشوستس للتكنولوجيا (MIT) في أمريكا، وحمل عنوان حدود النمو .(The Limits to growth)

العلامة التاسعة : نصوص مفرطة (Hypertexts): استحدث هذا التعبير للدلالة على النصوص الموجودة في مراجع شبكة الانترنت وبخلاف الكتاب المرجعي المعروف مؤلفه، والمجلد ضمن غلاف واحد مع بداية ونهاية واضحتين وفصول متواالية، نجد أن النص المفرط يبدأ حيث يدخل المستخدم إلى المعلومة التي يتغيرها، ومن تلك النقطة يستطيع أن يرحل عبر الانترنت إلى نصوص أخرى ذات صلة ويمكن له أن يتشعب ويصل إلى معلومات أخرى لا بداية لها ولا نهاية كونها نصوصاً مفتوحة. ورغم أن هذه النصوص تعوض عن عدم كبير من المراجع لكن بعضها تعوزه المعوّلية، وعلى

ص: 39

المستخدم أن يميز بينها حسب درجة معوّليتها. ذلك أن اعتمادها كمصادر تدرج على بحث أو مؤلف يمثل سنداً قد يختفي بعد حين حتى إن كان على درجة عالية من الموثوقية.

العلامة العاشرة: واقع افتراضي (Virtual Reality): هي تقنية تتيح للمستخدم التفاعل مع محیط يتم إخراجه بواسطة الحاسوب. وقد يكون ذا أصل حقيقي أو أنه مختلف، ويتم عرضه على شاشة الحاسوب أو من خلال نواظير مجسمة حسرياً في بعض الأحيان بالصوت، ويمكن للمستخدم التفاعل معه باستخدام بعض معدات الإدخال المرتبطة بالحاسوب، كلوحة المفاتيح والفارة أو معدات أخرى ذات أنواع خاصة [\(1\)](#).

مفردات ومفاهيم مفتاحية

من المزايا اللافتة لعالم الميديا أنه غني بالمصطلحات والرموز المتفرعة منه وفي ما يلي نعرض قائمة بالمفردات الإصطلاحية التي يتضمنها النظام المعرفي والتكنولوجي للميديا.

الشاشة - التصفُّح - الإبحار - الإنترنـت - التجوال - التحسـيب - الرقمنـة - التـفاعـل - التـيهـان - الذـاكـرـة - الـخارـطـة - الشـبـكـة - الـرـابـط - النـصـ المـتـشـعـب - الشـبـكـة الدـالـلـيـة - الفـضـاء الشـبـكـي العـالـم الـافـراضـيـة المـتصـفح - المـسـتعـمـل - المـوـقـع - النـصـ الشـبـكـي - الـواـجهـة الـوـاقـعـة الـافـراضـيـ الوـسـائـطـ - الوـسـائـطـيـاتـ - الـاتـصالـ - التـحكـمـ - البرـمـجـةـ - القرـاءـةـ

ص: 40

1- المصدر نفسه - ص 162.

الرقمية - النص الرقمي - البيئات الرقمية - السياق الرقمي - الكائنات الرقمية-الشخصيات الرقمية - الفضاء الرقمي-الحدث الرقمي - الخطية واللخطية الويب - عملية الربط - عمليات الاتصال وفك الاتصال- الثقافة الرقمية المرجع الرقمي الطابع التفاعلي النقر - الانتقال - النقري المسارات الرقمية - المعنى الرقمي - اللوغاريتمية التسجيل - المعلومات - البيانات - المعطيات - الداتا - الموسوعة الثقافية الإعلام-الأرقام-الرياضيات - الآلة-التقنية-الحاسوب-الإنتاج الرقمي التمثيل الرياضي للعالم القيم الرياضية-المحيط الرقمي - الكون الرقمي اللوائح والملفات الرقمية - الرابط الترابطـي - العلاقة الارتباطـية - عملية النقل والإلـصاق - التناـص - الطابـع الوسائـطي المتعدد المزج-الـتعددـية التـهـجـين - المـلـفـات الحـاسـوـبـيـة-الـسـنـدـ - التـواـفـذـ-الـنصـ المـتـرـابـطـ المـوـاـقـعـ المـدوـنـاتـ-الـبـرـنـامـجـ-الـسـبـرـيـنـيـتـيقـاـ-الـتـحـكـمـ الـآـلـيـ العـقـدـ الـرـوـابـطـ - الـحـقـولـ الـمـعـجمـيـ الـذـكـاءـ الـاصـطـنـاعـيـ التـفـاعـلـ الـنـصـ الـفـائـقـ الـنـصـ الـمـتـعـالـقـ - الـوـسـائـطـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـةـ - الـمـكـتبـةـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـةـ - الـمـعـلـومـيـاتـ - الـفـأـرـةـ-الـوـحـدةـ الـمـعـلـومـاتـيـةـ - خـرـائـطـ الـتـصـفـحـ-الـمـعـالـجـ-الـتـنـشـيـطـ الـرـقـمـيـ - الـمـلـفـاتـ الـرـقـمـيـ-الـبـلـاغـةـ الـرـقـمـيـ - الـوـسـائـطـ الـمـتـشـعـبـةـ الـمـسـتـنـدـاتـ الـوـثـائـقـ-الـسـيـرـفـرـ (ـالـخـادـمـ)ـ الـمـسـتـنـدـاتـ الـمـهـمـوـلـةـ - الـأـبـعـادـ الـثـنـائـيـ وـالـثـلـاثـيـ نـظـامـ وـيـنـدـوـزـ الـحـاسـبـاتـ - الـطـبـعـاتـ - ماـكـيـنـتوـشـ - الـفـوـتوـشـوـبـ - الـجـهـازـ - مـعـالـجـ الـنـصـوـصـ (Word)ـ - الـمـاسـحـ الـصـوـئـيـ (ـالـسـكـانـيـ)ـ- الـبـرـنـامـجـ - الشـدـرـةـ الـمـنـتـدـيـاتـ - الـمـكـتبـةـ النـاطـقـةـ - التـخـزـينـ - القـصـ - وـالـلـصـقـ - إـعادـةـ الـاستـعـمالـ - الـمـلـفـ الـنـصـيـ - الـمـصـورـ-الـسـيـنـارـيـوـهـاتـ- الـخـطـاطـاـتـ - الـمـدوـنـاتـ - الـمـعـرـفـةـ الـخـلـفـيـةـ - الـاستـسـاخـ...ـ

كما تترافق المفردات المفتاحية الآتية الذكر مع مجموعة من المفاهيم الفرعية التي دأب الباحثون في علم اجتماع التواصل على تقديمها لتصبح من المكونات الضرورية لعالم الميديا. وقد أدرج هؤلاء هذه المفاهيم على النحو الآتي:

1 - لغة العمليات الذهنية (Mentalais): الكلمة مستحدثة هي تدل على منظومة الترميز والتصور الافتراضي للحالات الذهنية. ينظر إلى لغة العمليات الذهنية في أقوى دلالاتها التي طرحتها جيري فودور (Jerry Fodor)، على أنها لغة أي لغة الفكر في هذا الإطار الإبستيمولوجي، تبني التصورات الذهنية إذن على قواعد شكلية أي نحوية. إنها واحدة من المسلمات الأساسية في النظريات «التصورية» [للفكر](#)(1).

2 - ما بعد المعرفية (Mé tacognition): وهي تدل على قدرة أساسية في الذكاء قوامها معرفة نشاطاته المعرفية الخاصة أو التفكير فيها. تدل السابقة «méta» على ما بعد وتقضي عملية من النوع الثاني؛ وتأتي ما بعد المعرفية بالضرورة بعد المعرفية وتعكس معرفة المضامين والعمليات المعرفية. وتنطبق هذه السابقة» في الكلمة على عدد من الوظائف كالانتباه (ما بعد الانتباه)، والذاكرة (ما بعد الذاكرة)، والفهم (ما بعد الفهم، وحل المشاكل) ما بعد حل المشاكل. فلا تدل عندئذ على انتباه الانتباه وعلى ذاكرة الذاكرة

ص: 42

1- غي تيرغيان وآخرون قاموس العلوم المعرفية ترجمة جمال شحيد- مراجعة: مصطفى حجازي - المنظمة العربية للترجمة - توزيع مركز دراسات الوحدة العربية - بيروت - 2013 ص 378.

بل على معرفة الانتباه والذاكرة أي أن ما بعد المعرفية هي حالة خاصة في المعرفية، وهي حقل بحثي لجميع العلوم المعرفية والطبيعية والاصطناعية التي تجتمع حول هدف مشترك هو بالضبط «معرفة المعرفة». في الذكاء الاصطناعي تستخدم منظومات عديدة معلومات تتعلق بمعارف أخرى (ما بعد المعرفة)، أو بقواعد تمكّن من تحديد استعمال قواعد أخرى، أو من الاختيار بين القواعد العديدة (ما بعد القواعد) والجدير بالذكر أن هذا المفهوم بُرِزَ في العام 1970 في مجال علم نفس النمو، لا سيما في المساهمات التي قام بها كل من ج. هـ. فلافييل (J. H. Flavell) وأ. ل. براون (A. L. Brown) (1987). ومنذئذٍ أدى تحليل الدراسات المطورة إلى

عزل مكونين أساسين: 1- معرفة الحالات والمضممين والعمليات المعرفية 2- مراقبة وتنظيم النشاط بغية الوصول إلى هدف. ويمكن القول أن هذه المكونات تتحدر بشكل طبيعي من المعارف وعمليات معالجة المعلومات. بالنسبة إلى الفرد ترتبط المعرفة بثلاثة أنواع من الأهداف 1) أداء المنظومة المعرفية العامة، أو أيضاً النظريات الساذجة أو الاعتقادات (وربما تكون خاطئة ويتشاطرها أفراد المجتمع)؛ 2) الوصول إلى المعلومات الخاصة التي تظهر في العملية المعرفية، والناجمة عن تحليل ظرفٍ، والوصول إلىوعي ومراقبة مباشرة للعمليات والمضممين الذهنية؛ 3) كشف النقاب عن المضمون المعرفية والعمليات المعرفية الخاصة بالفرد.

3 - المعرفة والتجارب بما بعد معرفية : يمكّننا هذا التصنيف من أن نغير بين المعرفة والتجارب بما بعد معرفية

وبين معلومات المتغيرات التي تؤثر في الانجاز . يفصل هذا الكاتب تلك المتعلقة بالفاعل أي المتغيرات التي تم داخـل الأفراد أو في ما بينهم، والمتغيرات العالمية وبالمهماـت، وتلك المتعلقة بالمواد والاستراتيجيات إن التجارب بما بعد معرفية هي مشاعر وردود أفعال تظهر أثناء الفعل ولا يمكن الإفصاح عنها بالضرورة إرادية وسهلة المنال بالنسبة للوعي⁽¹⁾.

4 - الما بعد معرفية، والتحكـم، والإنجاز: وهنا توجد علاقـة مركبة بين بعـد الما بعد معرفـية . يرى نيلسون (Nelson) ونارينس (Narens) (1994) أن المنظومة الما بعد معرفـية تملك صفتـين أساسـيتـين:

أولاًً، تبني على مستويـين على الأقل : مستوى المرمى والمـا بعد مستوى الذي يتضـمن نموذـجاً منقوصـاً للمـستوى الأول.

ثانياً، تـوجد عـلاقـة هـيمـنة بين المـستـويـين تـحدـد التـوجـه لـدى تـدـفقـ المـعـلـومـة. وتمـكـنـ هذه الصـفـة الأـخـيرـة منـ أنـ نـمـاـيـزـ بـيـنـ آـلـيـاتـ المـراـقبـةـ وـآـلـيـاتـ التـحـكـمـ المـسـتـقـلـةـ. وـتـشـيرـ فـكـرةـ المـراـقبـةـ إـلـىـ أنـ المـاـ بـعـدـ مـسـتـوـىـ قدـ أـخـذـ عـلـمـاًـ بـمـاـ بـحـدـثـ فـيـ مـسـتـوـىـ المـرـمـىـ، وـهـذـاـ يـسـاـهـمـ فـيـ تـعـدـيلـ نـمـوذـجـ الـوضـعـيـةـ. وـتـضـمـنـ فـكـرةـ التـحـكـمـ تـعـدـيلـاًـ فـيـ الـعـمـلـيـاتـ عـلـىـ مـسـتـوـىـ المـرـمـىـ، وـذـلـكـ بـالـشـرـوعـ فـيـ الـفـعـلـ وـتـعـدـيلـهـ. وـاـنـهـاـهـ وـفـيـ الـذـكـاءـ الـاصـطـنـاعـيـ يـظـهـرـ تـماـيـزـ مـشـابـهـ بـيـنـ مـسـتـوـىـ الـقـاعـدـةـ، الـذـيـ تـنـجـزـ فـيـ عـمـلـيـاتـ الـمـعـالـجـةـ وـحلـ الـمـشـكـلـةـ،

ص: 44

1- المصدر نفسه - ص 380

ومستوى ما بعدي يدرس ويؤثر بالتالي في هذه العمليات برجوعه إلى المعارف المابعدية (Pitrat 1990) (1).

إن الفرضية التي ينطوي عليها مفهوم كهذا تقول بأن الما بعد معرفية تقيد في رفع مستوى الإنجاز إلى الحد الأقصى. إذ عندما يفكر الإنسان في عملياته الخاصة يستطيع أن يختار الاستراتيجيات المثلث ليحل مشكلة ، وليقيم الفارق بين إنجازه وهدفه المنشود، وليصحيح التصرفات غير المناسبة... ييد أن عدداً من الدراسات التي تظهر أن جودة الما بعد معرفيات لا تضمن دائماً إنجازاً أفضل. وهذا يعود جزئياً إلى الخلط بين جوانب المعرفة والتحكم بالما بعد معرفية. وفعلاً يستطيع الإنجاز الرديء أن ينجم عن ثغرات في المعرف أو عن استعمال سيي للمعارف المناسبة. ولكي نفهم الظواهر الما بعد معرفية فهماً كاملاً، من المفيد أن تؤخذ بعين الاعتبار جوانب أخرى من نفسية الإنسان، كالحالات العاطفية والشخصية والدافع المحرك. وفعلاً، توجد علاقات وثيقة جداً بين العناصر الإفهامية وتصور الذات (فعالية ذاتية وتقدير للذات) والتحليل المعرفي لوضع معين، والتحكم في التصرف (إتخاذ القرارات حول الأفعال، التزام في المهامات مثابرة). (ش.كومب - بانغو).

ص: 45

1- المصدر نفسه - ص 381

على الرغم من البنية المعقدة التي تتميز بها المنظومة المفهومية والتقنية للميديا فإن من الضروري إيلاء تصنيف هذه المنظومة أهمية خاصة من أجل فهم بنيتها. والأهمية التصنيفية هنا ترجع إلى أن الميديا كجهاز هائل لتحقيق التواصل، تنقل العلاقة الإنسانية من القوة إلى الفعل، ومن الكمون إلى الظهور، ومن اللازم إلى التاريخي. إلا أن هذا التدقيق الهام لا يسمح بعد بالإحاطة كلياً باشكاليتها الأساسية، لأنه يجدر أيضاً إقامة خط تماس واضح مسبقاً بين المفاهيم الثلاثة المتباورة التالية: أدوات الاتصال، وسائل الاتصال، ووسائل الاتصال [\(1\)](#).

- أدوات الاتصال

إن الأداة هي شيء (أو غرض) يُصنع ليؤثر على المادة. فهو إذن غرض ذو استعمال يدوى ومحسوس. مثلاً العصا هي أداة تسمح بالدق على الطلبل من أجل إصدار صوت. وبهذا المعنى إن أدوات الاتصال متعددة بقدر ما يسمح به الحوض البيئي لشعب ما وتاريخه. وهكذا يمكن أن نؤكد أن الخيار المتعلق بصناعة واستخدام أدوات الاتصال ليس اعتباطياً كما هي الحال عليه مثلاً بالنسبة إلى الرمز هنا، فإن تاريخية الأداة هي «وساطة ثقافية» «لا- يمكنها اللغوي». من أن تكتفي بنسخ روابط عابرة» ، بل عليها أيضاً أن تساهم في إنتاج معنى تتلزم به [الجماعة](#) [\(2\)](#):

ص: 46

1- بحث في العلامة المرئية - مجموعة مؤلفين - مصدر سابق - ص 167.

2- المصدر نفسه - ص 168.

- وسائل الإتصال:

تختلف الوسيلة عن الأداة لأنهما معاً من صنع الإنسان، إلا أن الفرق بينهما هو في الهدف المنوط بكل منهما. فإذا كانت الأداة معدة أكثر للتأثير على المادة فإن استخدام الوسيلة هو في تفيد العمليات المتنوعة التي قد لا يكون لها علاقة مباشرة مع المادة. هذا المنظور تبدو الوسيلة ذات بعد أقل مادية من الأداة، وهذا هو بالتحديد واقع وسائل الاتصال فهي تدرج وتختلط في العملية الاتصالية المعقدة متناسقة وسائل أخرى وحتى أدوات أخرى مع كي تساهم في نهاية المطاف ببلوغ نتيجة لم تكن مضمونة أحياناً في البداية. وهذه بالتحديد هي الحالة التاريخية للتلفون الذي أعد في الأصل لمتابعة الأوبرا عن بعد والذي أصبح في ما بعد «وسيلة اتصال» (1).

لقد سبق أن بررنا عدة دراسات لاختصاصيين في الثقافة الأفريقية أن معظم وسائل الاتصال القديمة قد جرى تحويلها في الوسط العمراني إلى وسائل موسيقية . لهذا أصبح يامكاننا الانتباه إلى أن الوسائل، كونها ذات بعد أقل حسية، هي قابلة للتحرر بسهولة أكبر من الركيزة الثقافية لصناعتها .

- وسائل الإتصال:

إن وسائل الاتصال وبصورة أكثر وضوحاً، هي من من الأدوات والوسائل، تترجم رهان الوساطة. ولكن ينبغي تحديد أن مثل هذا

ص: 47

الرهان هو حقيقة مضاعفة فمن ناحية تهدف الوساطة إلى أن تكون ممراً إلى غاية معينة، ومن ناحية ثانية، هي موقف متخذ في منتصف العملية، أو موقف ما بين - الاثنين. فالواسطة كممر تذكّر هنا بالبعد الذي وجدناه سابقاً في الأداة والوسيلة، والذي هو من طبيعة أكثر مادية وأكثر تقنية؛ فبهاذا المعنى يستخدم الكندي مارشال ماك لوهان بشكل خاص مفهوم الـ «ميديا» ك مجرد امتداد للجسم البشري. هذا من جهة، أما من جهة ثانية فإن الوساطة كموقف تتبنى بصرامة أكثر معنى سوسيولوجياً. وبالفعل إن ما هو واسطة يأخذ صفة المرجع والمرجعية، ويسمح لذاته باقتراح باقتراح وتجسيد القطع بين قطبين نقين سواء على المستوى المكاني أم على المستوى الزمني، آخذًا على عاتقه عندها دور المصلح والجامع بذلك

. تنسب الوساطة لنفسها القدرة، أي قدرة التوسط بين الناس وبين الأمكانة وبين العصور [\(1\)](#). وهكذا نستخلص من تعاريف الاتصال أعلاه أنه يحتوي على العناصر التالية أخبار أو معلومات، رموز، قناة، استقبال وتأثير.

ص: 48

1- المصدر نفسه - ص 171

تبين لنا في ما سبق أن الاختلاف ما بين الإعلام والاتصال موجود على مستوى الرموز والتأثير، وأهمية الاتصال تكمن في هذا المستوى. فلما كان الأول يعني التأثير، فإن الأخير يمارس من خلال الرموز، وهذا ما يؤكده الباحث الجزائري بلقاسم بن روان بقوله «إن الاتصال عملية ترامز، سواء كانت الرموز، رموزاً لفظية أو غير لفظية، فشمة حقيقة واقعية هي أن عملية الاتصال بكلفة أشكاله، وأنماطه ، تتوقف على انتقال الرموز وتبادلها بين الناس»⁽¹⁾.

ولا شك في أن استعمال الرموز واستغلالها هو عملية تتطلب دراية واطلاع واسعين بثقافة المتلقى ومحيطة. فالبعض يرى أن الثقافة مع الإعلام هما المكونان الرئيسيان للاتصال⁽²⁾، وعليه لا وجود للإعلام بمعزل عن الاتصال، فلا خدمة إعلامية بدون هدف وعلى قول البعض «الإعلام الصرف أو البريء، بمعنى محتوى بدون تكيف إقناعي، نادر الوجود»⁽³⁾.

وبالنظر إلى الميديولوجيا كعلم لنقل المعلومة من مصدرها الأصلي إلى الميادين المختلفة في الاجتماع الإنساني تقسميات منهجية يضعها الباحث في مستويات عدة متضادة ومتجادلة على النحو التالي:

ص: 49

1- بلقاسم، بروان وسائل الاعلام والمجتمع ، دراسة في الابعاد الاجتماعية المؤسساتية، دار الخلدونية الجزائر، 2007، ص 21.

.cf. Bernard Miè ge. La socié té conquise Par la communication Pug Grenoble، 1989، p. 21

.A. Silem et G. Martinez op. cit. p.20 -3

أول ما يقوم به المتلقي التفاعلي، في أثناء تعامله مع النص الرقمي، هو توريق صفحات ملف الشاشة بقلب صفحة صفحة أو ورقة ورقة بغية البحث عن المطلوب والهدف. ومن ثم، فعملية التوريق أولى مرحلة يتجنى إليها مستعمل الحاسوب للتعامل مع النص الإبداعي الرقمي. وبعد ذلك ينتقل إلى عمليات التصفح والتجوال والإبحار قصد السباحة في الشبكة العنكودية بكل عوالمها الافتراضية الممكنة. ويكون التوريق بالنقر على مفتاح الصفحة بالفأرة المستخدمة لانتقال من ورقة إلى ورقة أخرى، كأننا نتصفح كتاباً ورقياً مطبوعاً[\(1\)](#).

وثمة مجموعة من العمليات التي يقوم بها المستعمل المتتصفح للتعامل مع النص الرقمي منها التجوال، والتتصفح، والتهان، والتفاعل والربط ...

- فالتجوال (Broutage/Browsing) هو «الانتقال بين العقد بواسطة الروابط لغاية غير محددة. فالمتجلو مثل متتصفح الكتاب ليس له قصد محدد من وراء عمله، ينتقل من عقدة إلى أخرى، وقد يتوقف أحياناً عند عقدة ما، ثم سرعان ما يتجه إلى غيرها. نسمى المتجلو المتتصفح أيضاً لأنَّه يكتفي بالتجوال بين الوثائق أو تصفحها»[\(2\)](#).

ص: 50

-
- 1- سعيد يقطين من النص إلى النص المترابط مدخل إلى جماليات الإبداع التفاعلي - المركز الثقافي العربي - الطبعة الأولى - الرباط - بيروت - 2004 ص 136.
 - 2- المصدر نفسه، ص 258

- والمتصفح (Fureter) هو «القارئ الذي يستحوذ الفضول إلى كثرة التجوال في النص المترابط بدون غاية ملموسة، ويترك المجال للصدفة لتجعله يرسي عند عقدة ما. لذلك، يحتاج المتصفح إلى «الخارطة» كي لا يكون عرضة للتدهان»⁽¹⁾.

- أما التيهان (Dé sorientation)، فهو بمعنى أن النص المترابط «بمثابة متاهة لا يمكن للمتصفح غير المتعود إلا أن يتبعه في مختلف السراديب والجزيرات التي يزور بها. وعندما لا تكون للمتصفح أو حتى المستعمل قدرة على إعادة إنتاج النص المترابط، والتحرك بين عقدة والتحكم في مساراتها، أو خطة محددة للانتقال، فإنه يكون عرضة للضياع والتيهان. يمكن أن يعود السبب في ذلك إلى طبيعة النص المترابط ذاته من جهة، كما يمكن أن يعود إلى المتعامل معه لأنه لا يمتلك وجهاً محدداً، أو لا يتذكر الخطوات التي قطعها من جهة ثانية. لذلك، يمكن اعتماد الحافظة للرجوع إلى نقطة انطلاق والمعاودة من جديد»⁽²⁾. ويعني هذا أن مستوى التوريق والتتصفح أول خطوة إجرائية لقراءة النص الرقمي قراءة استهلالية، ومقارنته مقاربة وسائلية موضوعية.

2- مستوى التشذير (التصنيف والاقتباس)

يقصد بالتشذير (La fragmentation) توزيع النص الرقمي إلى مقاطع وفقرات ونصوص وروابط وفق آليات سيميويطيقية معينة، كآلية التزمين ، وآلية التفضية وآلية الأسلبة، وآلية التشاكل، وآلية

ص: 51

1- المصدر نفسه، ص 263.

2- المصدر ، نفسه ص 259 .

البياض والسوداد، وآلية التدليل وآلية الحضور والغياب... ويمكن تشذير النص الرقمي إلى لوحات أو صفحات أو ورابط أو نصوص أو وسائط معينة كشذرة النص وشذرة الصوت، وشذرة الحركة، وشذرة الصورة، وشذرة الرابط...

ويعني هذا أن المقاربة الوسائلية هي مقاربة شذرية بامتياز، تعتمد على عمليتي التفكك والتركيب، أو عملية التقطيع والمونتاج وعملية العزل والمิกساج وعملية النقل والإلصاق (Copier coller) ...

ويبدو من هذا كله أن النص التفاعلي أو النص الرقمي هو نص مهجن (Hé té rogen) بامتياز، تتدخل فيه مجموعة من النصوص والروابط والوسائل والعالم. فهناك النص الأدبي، والنص الصوتي، المسموع والنص البصري، والنص الموسيقي، والنص المتحرك، والنص المترباط، والنص التفاعلي، والنص الشبكي، والنص الإحالي... ويحتاج هذا كله إلى تشذير جزئي وكلي. علاوة على ذلك، يلاحظ أن ثمة نصوصاً وروابط تسهم في خلق بنية متآلفة (Une construction combinatoire).

3- المستوى الشكلي والفنوي والجمالي

يهم هذا المستوى بالآليات الفنية والجمالية واللسانية التي تتعلق بالأدب من جهة، والوسيط الرقمي من جهة أخرى. ومن ثم، يكون هدف البحث هو التتحقق من توفر الوظيفة الأدبية من ناحية، ومدى تحقق الوظيفة الرقمية من ناحية أخرى.

ويستند هذا المستوى إلى تجنيس النص وتنميته، ثم دراسته وفق جنسه الأدبي، كأن يكون قصيدة أو نصاً، أو قصة قصيرة جداً، أو رواية، أو مسرحية ... ويحلل كل نص وفق مكونات الجنس الثابتة، وسماته النوعية التي تحضر وتغيّب⁽¹⁾.

4- المستوى الموضوعاتي

يرصد هذا المستوى الموضوعات التي يزخر بها النص الرقمي مع تصنيفها ودراستها ومعالجتها معجمياً ودلالياً وسيارياً وتدالياً . وينبني هذا المستوى على العمليات التالية:

- تحديد العقد النصية والرقمية (مواضيع التصفح)؛
- رصد مختلف الروابط الداخلية والخارجية (العلاقات التفاعلية بين الأسواق الرقمية)؛
- إستجلاء الأكون الافتراضية (الكون اللغوي، والكون الكتافي والكون الشبكي والكون الخيالي، والكون الرقمي...) ؛
جرد مختلف الحقول الدلالية الأدبية، والحقول الدلالية الرقمية، والحقول التقنية والوسائلية ...

5- المستوى الوسائطي

يبحث هذا المستوى في نوعية السندي (Support) أو الوسيط (Médium) الذي يوظفه النص أو الأدب الإبداعي في إطار ما يسمى بالوسائل المتعددة (multimedia). و«تستعمل الوسائل

ص: 53

1- جميل حمداوي - مصدر سابق.

المتعددة في المجال السمعي البصري والمعلومات للدلالة على استعمال الأصوات والصور والخطاطات ومقاطع الموسيقى وتوظيفها جمِيعاً في آن واحد»⁽¹⁾.

ومن هنا، يستعين الأدب الرقمي بمجموعة من الوسائل الأساسية النص، والصوت والصورة، والحاسوب. بالإضافة إلى الجمع بين الحرف والرقم، والمزج بين ما هو كتابي وما هو صوتي، أو التأليف بين الأساق الموسيقية والغنائية والبصرية والأدبية والرقمية. بمعنى أن هناك تعددية في الوسائل المستخدمة.

6- المستوى التقني

يهم هذا المستوى بما هو مادي وتقني وألي. وهنا، تتحدث عن برامج آلية أو توماتيكية تسهم في توليد النصوص الرقمية وتحريكها. ويعني هذا أن القراءة التقويمية للنص الأدبي لابد من أن تعتمد على المعيار التقني والمعايير السيميويطقي، والمعايير التفاعلي ولا بد كذلك من استحضار البعد الجمالي إلى جانب البعد التقني. أضف إلى ذلك ضرورة التثبت من جمالية البعد المادي والتكنولوجيا للواجهة النصية الرقمية. علاوة على الجمع بين الصورة البلاغية والصورة المادية، وغالباً ما يعتمد البعد التقني المادي على الوسائل المتعددة المرتبطة بالحاسوب، وهندسة التحكم ، وبرمجة الجهاز⁽²⁾.

ص: 54

1- سعيد يقطين: مصدر سابق، ص 267

2- المصدر نفسه، ص

7- المستوى المرجعي

يعنى بدراسة السياق الرقمي الافتراضي بمختلف عوالمه النصية والمرجعية والتداولية والذهبية ويحيل أيضاً على الفضاء الشبكي الذي يعني فضاء التواصل الذى يتم عبر الاتصال العالمى المتحقق بين الحواسيب من خلال شبكة الإنترن特. وهذا الفضاء التواصلى يختلف عن مختلف الوسائل الموظفة للتواصل بين الناس. وقد استخدم هذا المفهوم لأول مرة الروائى ولIAM جىبسون فى روايته (Neuromancer) سنة 1985 وانتشر استخدامه للدلالة على فضاء الإنترنط، وكل ما يتجسد من خلاله»⁽¹⁾. ذلك يعنى أن النص الرقمي يتضمن مجموعة من العوالم والمراجع والفضاءات، كالعالم الافتراضية الممكنة، وعوالم الشبكة، وفضاءات النوافذ، والمراجع الترابطية المختلفة والمتنوعة.

8 - المستوى التفاعلى

يهتم هذا المستوى بالعلاقات التفاعلية الموجودة بين الكاتب والمتلقي الرقميين أو بين السارد والقارئ الحاسوبى المفترض. ويعتبر التفاعل في الإعلاميات - حسب سعيد يقطين - بمثابة عملية التبادل أو الاستجابة المزدوجة التي تتحقق بين الإمكانيات التي يقدمها النظام الإعلامياتي للمستعمل والعكس. ويمكن التدليل على ذلك من خلال نقر المستعمل على أيقونة مثلاً للانتقال إلى صفحة أخرى، كما أن الحاسوب يمكن أن يطلب من المستعمل

ص: 55

1- المصدر نفسه، ص : 262 .

فعل شيء ما، إذا أخطأ التصرف من خلال ظهور شريط يحمل معلومات على المستعمل الخصوص لها لتحقيق الخدمة الملائمة. وهناك معنى آخر للتفاعل أعم، وهو ما يتمثل في العمليات التي يقوم بها المستعمل وهو ينتقل بين الروابط لتشكيل النص بالطريقة التي تقيده وهو بذلك يتجاوز القراءة الخطية التي يقوم بها قارئ الكتاب المطبوع. ولقد ظهرت أعمال أدبية، الرواية مثلاً، أو فنية (الألعاب، أو الدراما....) تقوم على الترابط بين مختلف مكوناتها، وهي تنبع على أساس التفاعل أو القراءة التفاعلية»[\(1\)](#).

9- المستوى اللوغاريتمي

يبحث هذا المستوى عن علاقة الحرف بالرقم، ويدرس مختلف عمليات الرقمنة الهندسية التي تسهم في إنتاج النص الإبداعي. إنه بمثابة مستوى توليدي إنتاجي بامتياز، يرصد مختلف العمليات والمراحل التي يمر بها النص الأدبي من العمق نحو السطح. وأكثر من هذا يفسر الخطوات الإجرائية التي يخضع لها النص الأدبي الرقمي عبر عمليات الترقيم والهندسة، والضبط، والبرمجة والتحكم والتحسيب والربط، والتحويل... إلى أن يصبح النص الأدبي نصاً رقمياً، يتكون من مجموعة من الوسائل النصية والبصرية المترابطة .

ومن هنا، يخضع المستوى اللوغاريتمي للتحسيب من جهة، والترقيم من جهة أخرى . فالتحسيب عملية نقل النص أو الصورة

ص: 56

1- سعيد يقطين نفسه ص : 259 .

أو ما شاكل ذلك من الوثائق من طبيعتها الأصلية التي توجد عليها (نص مطبوع أو مخطوط مثلاً) إلى الحاسوب، والمقصود بذلك عملية ترقيمها». أما عملية الترقيم ، فهي «نقل أي صنف من الوثائق من النمط التناظري إلى النمط الرقمي. وبذلك، يصبح النص والصورة الثابتة أو المتحركة والصوت أو الملف... مشفراً إلى أرقام لأن هذا التحويل هو الذي يسمح للوثيقة، مهما كان نوعها، بأن تصير قابلة للاستقبال والاستعمال بواسطة الأجهزة المعلوماتية». وهكذا، فإن المستوى اللوغاريتمي يعني بالعمليات الرياضية والمنطقية والهندسية التي تحكم في توليد النصوص الأدبية الرقمية المشعّبة.

10 - المستوى الترابطـي

يهتم هذا المستوى بالعلاقات الترابطـية التي تكون بين النص الأدبي ومختلف الوسائل الإعلامية الأخرى حتى يستوي نصاً أدبياً رقمياً أصلياً. ومن ثم، يرتبط النص الأدبي بوسائل أخرى، في إطار عملية التقاطع (Dé coupage) أو التركيب (Montage)، كأن يرتبط، مثلاً بالصورة والصوت والإطار، والموسيقى، واللوحة التشكيلية. ومن هنا، لا يقف النص المترابط عند حد الربط بين النصوص المكتوبة، ولكنه يمكن أن يتعدى ذلك ليشتمل إلى جانبها على الصورة والصوت والحركة... منفردة أو متصلة. وكلما كان إمكان الربط بين هذه المكونات جميعها فإننا نجد ليس أمام النص المترابط فقط ، ولكننا نتعداه إلى الوسائل المترابطة حيث تغدو كل عقدة كيـفـما كان نوعها مرتبطة بغيرها، تماماً كما نجد في أي نص

مترابط. «ومن هنا، يتميز المستوى الترابطى بعقد صلات ترابطية بين النص وبقية النصوص والنوافذ الرقمية المتشعبه الأخرى»⁽¹⁾.

11- مستوى التحرير

يهم مستوى التحرير (Animation) بتحريك النص الرقمى تحسيناً وترقيماً وتفاعلً وتشعيباً، ويتم بالانتقال من نافذة إلى أخرى ومن صفحة إلى أخرى، بطريقة سريعة وдинاميكية.

وإذا كان النص الورقى ثابتاً وساكناً وستاتيكياً، فإن النص الرقمي حركي ديناميكى خاضع لمجموعة من الديناميكيات: ديناميكية في التصفح والإبحار والتوريق وдинاميكية في البحث عن المعنى، وдинاميكية في الانتقال من فضاء إلى فضاء آخر، وдинاميكية التفاعل والترابط والتشعيب والتناسل والتوليد.

12- المستوى التناصي

يعد التناص من أهم آليات التفاعل الرقمي. ويتخذ بعداً أدبياً وفنرياً وجمالياً من جهة، وبعداً رقمياً وتقنياً من جهة أخرى. ومن ثم فهو من أهم المفاهيم النقدية التي اهتمت بها الشعرية الغربية وما بعد البنوية والسيميانيات النصية؛ لما له من فعالية إجرائية في تكثيف النص وتركيزه، والتغلغل في أعماقه ولا شعوره الإبداعي.

وإذا كان التناص مصطلحاً نقدياً تسلح به النقاد العرب الأقدمون تحت تسميات عديدة مثل السرقات الشعرية، والتضمين،

ص: 58

1- سعيد يقطين: نفسه، ص: 266-267.

والنحل، والانتحال والأخذ والتأثر ، فإن النقاد والدارسين الغربيين ابتعدوا عن مفهوم السرقة (Plagiat) القدحى، واستخدموا مصطلح التناص بديلًا منه، واهتموا بالجانب الإيجابي فيه، والذي يتمثل في البحث عن أصول الإبداع ومكوناته الجنينية، وعلاقات التفاعل والتأثر والتأثير. وإلى ذلك، يتخذ التناص، في الأدب الرقمي، بعدًا ترابطياً وتفاعلياً متشعماً يدرس في ضوء الثقافة الرقمية والإلكترونية والحواسية⁽¹⁾.

13 المستوى الوظيفي

يركز المستوى الوظيفي، في دراسته للأدب الرقمي ، على الوظيفة الأدبية أو الجمالية (La fonction poétique) من جهة والوظيفة الرقمية (La fonction numérique) من جهة أخرى.

ونعني بالوظيفة (Function) ذلك الدور الذي يؤديه عنصر لغوي ما داخل ملفوظ ما، أو داخل نص أو خطاب ما، مثل: الفوئيم (الصوت)، والكرافيم (الوحدة الخطية) ، والمورفيم (المقطع الصRFي) ، والمونيم (الكلمة)، والمركب (العبارة)، والجملة والصورة البلاغية، أو ذلك الدور الذي يؤديه العنصر السيميائي من رمز، وإشارة، وأيقون، وصورة، ومنحطف داخل سياق تواصلـي ما ...

وهكذا، فالفاعل النحوي له دور معين داخل الجملة، وله أيضاً وظيفة نحوية. والفعل له وظيفة محددة، والمفعول به له وظيفة كذلك، والحرروف والظروف لها وظائف معينة بمعنى أن كل

ص: 59

- يقطين - المصدر نفسه.

عنصر لغوي له وظيفة ما داخل وضعيّة تواصليّة معينة. وقد تهيّمن وظيفة محددة على بقية الوظائف الأخرى داخل جملة أو نص أو ملفوظ ما . وهنا نتحدّث - إذاً - عن الوظائف الأساسية والوظائف الثانوية» [\(1\)](#).

الحاسوب (Computer) ومكانته في عالم الميديا

لتاريخ الكلمة «حاسوب (computer)» دلالاته. في بين القرنين السابع عشر والتاسع عشر، كانت هذه الكلمة مرادفًا لـ«شخص يجري العمليات الحسابية»، لأنّه ببساطة لم يكن هناك أي شيء آخر في الكون يمكنه إجراء العمليات الحسابية ذاتيًّا. في العام 1890، على سبيل المثال، أجرت الخدمة المدنية الأميركيّة اختبارًا تنافسيًّا لشغل منصب «حاسِب» اشتمل على أقسام «قواعد الإملاء والتهجئة، وفن الخط والكتابة، والنّسخ، وكتابنة الخطابات، والجبر، والهندسة، واللوغاريمات وعلم حساب المثلثات في ذلك الوقت كانت فكرة هوبز حول أن «التفكير هو الحساب» لا تزال مسيطرة. لكن بحلول الوقت الذي نشر فيه تورينغ أطروحته الكلاسيكيّة بعنوان «آلات الحوسبة والذكاء العام 1950 كان قد علم أنّ الكلمة «حاسِب» لم تعد تستخدم فقط للإشارة إلى الشخص الذي يجري العمليات الحسابية. ففي أعقاب تورينغ التي ظهرت في خمسينيات القرن الماضي، فقدت الكلمة «حاسِب»

ص: 60

1- المصدر نفسه.

دلائلها الأنثروبولوجية تماماً، وبالطبع أصبحت مرادفاً لـآلة العامة للأغراض والقابلة للبرمجة التي تسمى الآن آلة تورينغ Turing machine⁽¹⁾.

النماذج الحوسبة - الرمزية

يعتبر النموذج الحوسي الذي مكّن العلوم المعرفية من الانطلاق هو النموذج الذي يستند إلى آلة تورينغ. تستطيع مثل هذه الآلة التي يمكنها أن تقرأ رموزاً موجودة في خانات ريط مسجل، وأن تطبق لائحة من التعليمات لإعادة كتابة هذه الرموز على الشريط، تستطيع أن تحسّب كل وظيفة تكرارية. يكفي عندئذ أن نفكّر في أن كل ما يمكن حسابه فعلاً يكون بمثابة حساب يعالج الوظائف التكرارية، وفي أن كل فكر صارم يجب أن يأخذ صيغة قابلة للحساب، وذلك للقول بأنه ينبغي التمكّن من مقارنة كل فكرة فعلية بالنماذج الذي تشكّله هذه الصيغة القابلة للحساب.

تتيح لنا، الحواسيب وبخاصة اللغات التقييدية المعلوماتية، أن نحدد النموذج الخاص بعملية معرفية معينة والمراحل التي يجب أن تقطعها. عندئذ نستطيع مقارنة نموذج كهذا بالأداء المعرفي. وفعلاً نملك نماذج عديدة (وهذا ضروري) لأن وظيفة معرفية معينة (وظيفة حسابية مثلاً) تحتوي دائماً على عمليات عديدة لإنجازها، ولأن اللغات المعلوماتية لا تنجز كلها الوظيفة. انظر مثلاً إيدلمان (Edelman)، وبولتوف (Bulhoff)، وتار (Tarr)؛ الذين

ص: 61

1- لوتشيانو فلوريدى - الثورة الرابعة - كيف يعيد الغلاف المعلوماتي تشكيل الواقع الإنساني - ترجمة: لقى عبد المجيد السيد - المجلس الوطني للثقافة - الكويت - 2017 .

استخدموا مثیرات لاختيار التعرف على الأشياء التي تشبه قطعاً من خيوط حديدة، أو تشبه دود البطاطا أو الأمييات. في البداية كان الأشخاص المختبرون يطلعون على هذه الأشياء، ثم كان عليهم في اختبار ملزم للاختيار أن يتعرفوا على الشيء الذي لمحوه من قبل. كانت بعض النظارات الجديدة تستطيع أن تتوسط رؤيتين سابقتين (مما يعادل الإقحام)، أو أن تكون خارج هاتين الرؤيتين. ترى النظرية الجيونية أن هذين الشرطين متكافئان (لأن التشكيل الجيوني لا يتغير بالنسبة إلى وجهة النظر). ولا تتماشى النتائج الحاصلة مع هذا التنبؤ، لأن الرؤى المقحمة يتم التعرف عليها بانتظام أكثر مما يتم التعرف على الرؤى الخارجية. وفسّر بولتون وايدلمان نتائجهما قائلاً: إنها تناسب مع نموذج قريب من نموذج «مرتع الأبالسة» الذي تكلم عنه سيلفريدج 1959 ، انظر أيضاً لندسي (Lindsay) ، ونورمان (Norman) 1977). قال هؤلاء إن التعرف على الأشياء يتم انطلاقاً من وحدة تشابه بين الشكل المشاهد والأشكال المتعلمـة (من دون أن تتعرض لتفكيك جيوني) (1).

مع أن هذه النتائج، مربكة إلا أنها لا تشكل في نظر بييدرمان 1995 مراجعة أساسية للنظرية الجيونية؛ فقال إن المثيرات التي استعملها بولتوف وإيدلمان لا تمكن من الاستخراج السهل للتركيب الجيوني. في الظرف الراهن يصعب البث في الموضوع، ولكن الجدل الناشب بين مختلف الباحثين (بييدرمان ضد تار وبولتوف وإيدلمان) هو على جانب من الشدة، ولا يمكننا من أمل التوصل إلى تطورات مفاجئة في المستقبل القريب.

62 : ص

¹- غي تييرغيان وآخرون - قاموس العلوم المعرفية - مصدر سابق- ص 285.

في الوضع الراهن للمسألة تبع النظريات المجزأة إلى عناصر (ومنها النظرية الجيونية) أن تشرح بأنّاقة عدداً كبيراً من الظواهر، بشرط أن تبقى مقتصرة على معرفة الأشياء بمستواها القاعدي . لم نعد نستبعد ان تتجه اختلافات النتائج (والتفسير بالتالي) عن اختلاف في الوظيفة التصنيف الذي استعمله بييدرمان في الاختبارات الشائعة، وهو (التصنيف الذي يتعارض مع تحديد الأشياء حسبما رآها كل من تار بولتون وإيدلمان)[\(1\)](#).

بعد العمل الرائد الذي قام به ، تورينغ مارست علوم الحاسوب وتكنولوجيات المعلومات والاتصالات ذات الصلة على فهمنا تأثيراً منفتحاً (انبساطياً) وانطوائياً (منغلقاً) معاً. فهي قدمت إلى وقائعنا المادية والاصطناعية رؤى علمية غير مسبوقة، وكذلك قدمت قوى هندسية للتحكم فيها. كما أنها سلطت ضوءاً جديداً على من نكون نحن وكيف نرتبط بالعالم وببعضنا البعض، ومن ثم كيف نتصور أنفسنا ومثلكم فعلت الثورات الثلاث السابقة، أزالت الثورة الرابعة اعتقاداً خطأً بشأن تقدمنا، وقدمت أيضاً الوسيلة المفاهيمية لمراجعة فهمنا . لذاتنا . في إننا نقبل بروية فكرة ما بعد تورينغ أننا لسنا عناصر نيوتونية ومستقلة وفريدة من نوعها، أو ما يشبه روينسون كروزو * (Robinson Crusoe) على جزيرته نحن بالأحرى كائنات حية معلوماتية إنفورغز (inforg) متصلة بعضها البعض، وجزء لا يتجزأ من بيئة معلوماتية (إنفوسفير) تشاركتها مع عناصر وسيطة (وكلاء) معلوماتية أخرى، طبيعية واصطناعية، هي

ص: 63

1- المصدر نفسه - ص 383

أيضاً تعالج المعلومات بصورة منطقية وبشكل مستقل. سوف نرى في الفصل السادس أن مثل هذه العناصر الوسيطة (الوكلاء) ليست ذكية مثلك، ولكنها تستطيع بسهولة أن تفوقنا ببراعة في عدد متزايد من المهام⁽¹⁾.

الإنفورغات (Infogs)

يذكر الباحث الإيطالي في علم الاتصال لوتشيانو فلوريدى أن من المحتمل أن تكون الجيل الأخير الذى يشهد فرقاً واضحاً بين بيئه متصلة بشبكة حاسوبية (online) وأخرى غير متصلة (offline). بعض الناس يقضون بالفعل معظم أوقاتهم في حياة دائمة الاتصال بشبكة حاسوبية أونلايف (onlife)، وبعض المجتمعات تعيش بالفعل بأسلوب التاريخ المفرط. إذا كان بيتك هو حيث توجد البيانات الخاصة بك، فمن المحتمل أنك تعيش بالفعل في غوغل ايرث (Google Earth) وفي السحابة cloud . فالعديد من العناصر الوسيطة (الوكلاء الاصطناعية والهجانين مزيج من الاصطناعي والبشرى؛ تفاعل مع البيانات الرقمية كعناصر وسيطة (وكلاء) رقمية. ولأن هذه العناصر الوسيطة (الوكلاء) لها طبيعة البيئة نفسها، فبوسعها أن تعمل داخلها بكثير من الحرية والسيطرة.

يضيف: «إنا، وعلى نحو متزايد، نُفرض أن نعهد إلى عناصر وسيطة (وكلاء) اصطناعية بذاكراتنا وقراراتنا والمهام الروتينية التي

ص: 64

1- لوتشيانو فلوريدى - مصدر سابق - ص 384.

تقوم بها، وغير ذلك من الأنشطة بأساليب من شأنها أن تصبح تدريجياً متكاملة معنا. كل هذا معروف جيداً وذو صلة بفهم الإزاحة الناجمة عن الثورة الرابعة فيما يتعلق بما نحن لا نكونه.

على رغم ذلك، فليس هذا ما يشير إليه الباحث فلوريدي عند التحدث عن الإنفورغات (inforgs) الذي تدعونا الثورة الرابعة لظن أننا ربما نكونه. وفي الواقع فإنه يحذر بأن هناك على الأقل ثلاث حالات أخرى مرحلة للاعتقادات الخاطئة⁽¹⁾ :

أولاً، الثورة الرابعة معنية، بشكل سلبي، بـ«نعدنا المفقود أخيراً نحن لم نعد في مركز الإنفوسفير»، وبشكل إيجابي، هي معنية بأسلوبنا الجديد لفهم أنفسنا باعتبارنا إنفورغات. ينبغي عدم الخلط بين الثورة الرابعة والرؤى الخاصة بالبشرية «السايورغية». هذا خيال علمي. أن تتجلو وقد انغرس في أذنك شيء ما مثل سماعة الرأس اللاسلكية التي تعمل بتكنولوجيا بلوتوث لا يبدو أنه أفضل طريقة للمضي قدماً لأنساب ليس أقلها أنها تتعارض مع الرسالة الاجتماعية التي هي أيضاً معنية بتوجيهها: إن كونك رهن الاستدعاء 24 ساعة في اليوم سبعة أيام في الأسبوع هو شكل من أشكال العبودية، وأي شخص مشغول ومهم للغاية ينبغي أن يكون لديه مساعد الشخصي بدلاً من ذلك. يمكن تطبيق منطق مماثل على الأجهزة الأخرى التي يمكن ارتداؤها، بما في ذلك نظارات غول Google Glass. الحقيقة بالأحرى هي أن الناس لن يقبلوا بأن يكونوا نوعاً من سابورغ cyborg ، ولكن على العكس، هذا ما سوف يحاولون

ص: 65

1- المصدر نفسه ص 386.

تجنبه، إلا إذا كان لا مفر منه تأمل المحاولات الجارية للتخلص من شاشات العرض لمصلحة عرض الصورة على الجسد، إلى درجة أنه يمكنك طلب رقم هاتف باستخدام لوحة مفاتيح افتراضية تظهر على راحة يدك. هذا سيناريو واقعي، لكنه ليس ما أعنيه عندما أشير إلى تطور الإنورغات. تخيل في المقابل تجربتك الحالية لطلب رقم بمجرد أن تتطقه لأن هاتفك «يفهمك». أنت وهاتفك الآن تشاركان

البيئة نفسها باعتبارهما اثنين من العناصر المعلوماتية.

ثانياً عند تفسير أنفسنا على أنها كائنات حية معلوماتية، فأنا لا أشير إلى ظاهرة «الاستعانة بمصادر عقلية خارجية mental outsourcing» الواسعة الانتشار، والتكامل مع تكنولوجياتنا اليومية. نحن بالطبع نعتمد بشكل متزايد على مجموعة متنوعة من الأجهزة لأداء مهام حياتنا اليومية وهذا شيء مثير للاهتمام على رغم ذلك، فالنظرة التي وفقنا إليها ربما تدرج الأجهزة، والأدوات، والمعاونات أو الركيائز البيئية الأخرى كأجزاء ملائمة من «عقولنا الموسعة extended minds» قد عفا عليها الزمن. إنها لا تزال قائمة على عنصر ديكاري مستقل بذاته ومسؤول تماماً عن البيئة الإدراكية التي يحكمها ويستخدمها من خلال بدائل ذهنية تعويضية، من الورقة والقلم الرصاص إلى الهاتف الذكي، من المفكريات اليومية إلى الحاسب اللوحي من عقدة في منديل إلى جهاز الحاسب [\(1\)](#).

ص: 66

1- لوتشيانو فلوريدي - المصدر نفسه - ص 385.

النقطة الأهم الذي ينبغي التوقف عندها في هذا المضمون أن الثورة الرابعة أو ثورة الميديا قد أخرجت إلى النور الطبيعة المعلومانية المتأصلة في هوية الإنسان. وهذا أمر يشعرنا بالتواضع، فنحن نتقاسم هذا الطابع مع بعض من الأدوات الأذكى التي صنعناها بأيدينا أيًّا يكن الشيء الذي يُعرفنا على أننا متفردون، فهو لم يعن أننا أفضل من بعض تكنولوجيات المعلومات والاتصالات في لعب الشطرنج، أو التدقيق الإلائني لمستند أو ترجمته إلى لغة أخرى، أو حساب المدار لقمر اصطناعي، أو إيقاف سيارة في محل الانتظار، أو الهبوط بطايرة. لا يمكنك الفوز على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حتى في لعبة عشوائية مثل لعبة «طوبة ورقة مقص»، لأن الروبوت سريع جداً ويستطيع في واحد من الألف من الثانية أن يتعرف على الشكل الذي تصنعه بيده، ويختار حركة الفوز، ويكمِّل ذلك آنياً تقريباً. ولو لم يكن لديك ما يكفي من المعرفة، لظننت أنه يقرأ أفكارك [\(1\)](#).

الثورة الرابعة توفرية أيضاً، لأنها تمكّننا من فهم أنفسنا بشكل أفضل على أنها كائنات حية معلوماتية من نوع خاص. هذا لا يعني أن لدى الواحد منا أنا بديلة رقمية متحولة، أو أننا زمرة من السادة هايد^{*} الذين تمثلهم علامات @، أو المدونات، أو التغريدات، أو <https://>. هذه النقطة البديهية لا تشجعنا إلا على أن نخطئ

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لنحسبها مجرد تكنولوجيات

ص: 67

1- المصدر نفسه - ص 390

للتحسين، مع بقائنا في مركز الإنفوسفير . ينبغي أيضاً عدم الخلط بين طبيعتنا المعلوماتية والظل البياني data shdow الذي هو بطريقة أخرى مصطلح مفيد لتوصيف ملف تعريف رقمي digital profile يتولد من البيانات المتعلقة بعادات المستخدم على الإنترنت إن التغيير أعمق، ولكي نفهمه، يتبع أن نتأمل التمييز بين تكنولوجيات التحسين enhancing وتقنيات الازدياد augmenting.

إن مقابض أو مفاتيح التبديل أو الأقراص ذات التدرج التي تُستخدم للتتحسين تكنولوجيات مثل الفؤوس والبنادق وألات الحفر، هي واجهات بيئية تهدف إلى وصل الجهاز في جسم المستدم بطريقة إرغونومية **** مريةحة . هذا أقرب إلى فكرة السايبورغ في المقابل، فإن لوحتات البيانات ولوحات التحكم المستخدمة في تكنولوجيات الازدياد هي واجهات بين بيئات مختلفة. على أحد جانبي الواجهة، هناك البيئة الخارجية للإنسان مستخدم التكنولوجيا؛ وعلى الجانب هي بيئه الآخر، هناك البيئة الخاصة بالتكنولوجيا. بعض الأمثلة هي بيئه آلة غسل الصحون الديناميكية والمائية والصابونية والساخنة والمظلمة؛ أو ما يُماثلها من بيئه مائية وصابونية وساخنة وظلمة لكنها أيضاً بيئه دوارة في آلة غسل الملابس؛ أو بيئه البراد التي تكون ثابتة ومعقمة وغير صابونية وباردة ومن المحتمل أن تكون مضيئة. هذه التكنولوجيات يمكن أن تكون ناجحة لأن لها بيئات «ملفوقة (مغلفة)» ومضبوطة تماماً حول قدراتها. هذه هي ظاهرة «تغليف العالم enveloping the world» التي سوف أحيلها في الفصل السابع. الآن، على الرغم من بعض المظاهر السطحية، فإن

تكنولوجيات المعلومات والاتصالات ليست مجرد تكنولوجيات تحسين أو تكنولوجيات ازدياد بالمعنى الذي شُرّح منذ قليل. إنها قوى تُغِير جوهر عالمنا لأنها تستحدث وتُعيد هندسة الواقع بأسره الذي يمكن بعد ذلك أن يسكنه المستخدم، وتكون واجهاتها البينية الرقمية بمنزلة بوابات (عادة ما تكون مألوفة وسهلة الاستخدام). دعني أضرب لك مثالاً :

بالنظر إلى تاريخ فأرة الكمبيوتر mouse ، يكتشف المرء أن تكنولوجياتنا ليست فقط تكيف معنا كمستخدمين ، ولكنها أيضاً تعلمنا كمستخدمين. أخبرني دوغلاس إنجلبرت (Douglas Engelbart 1925-2013) ، مخترع الفأرة ذات مرة ، أنه قد قام بتجربة لوضع الفأرة أسفل المكتب بحيث يقوم المستخدم بتشغيلها مستخدماً ركبته ، وذلك بهدف أن تبقى يداه حرتين . على أي حال ، نحن قادمون من ماض حيث كانت الآلات الكاتبة تُستخدم بنجاح أكثر بالاعتماد على كلتا اليدين لحسن الحظ ، لم تسلك قصة الفأرة الطريق ذاتها التي سلكتها لوحة المفاتيح كويرتي Qwerty ، التي لم تتغلق على القيود الأولى التي فرضتها الآلات الكاتبة القديمة . ونحن نتوقع اليوم أن نتمكن من لمس الشاشة مباشرة . إن التفاعل بين الإنسان والحااسب هو علاقة متماثلة (1) .

بالعودة إلى التمييز المبدئي فإن الواجهة البينية لآلية غسل الصحون هي لوحة تدخل الآلة من خلالها إلى بيئة المستخدم ، في حين أن الواجهة البينية لتقنولوجيا المعلومات والاتصالات هي

ص: 69

1- المصدر نفسه - ص 392.

بوابة يدخل المستخدم من خلالها إلى منطقة من الإنفوسيف ويمكنه الوجود بها. هذه الخاصية الأساسية لإيجاد وفتح فضاءات جديدة هي أساس العديد من الاستعارات المكانية مثل «الفضاء الإلكتروني أو السيراني cyberspace»، و«الواقع الافتراضي virtual reality»، و«وجودك متصل بالإنترنت being online»، و«ركمجة الويب surfing the Web»، و«بوابة gatway»، وغير ذلك⁽¹⁾.

بطبيعة الحال، لا- يكتفي الباحثون في علم الإعلام الجديد بحصر مفهوم الميديا بما شاع عنه من تعريفات خلال الفترة الممتدة بين تسعينيات القرن العشرين وبدايات القرن الحادي والعشرين. والسبب هو أن مصطلح الميديا له ارتباط عضوي مع الإعلام الكلاسيكي، وهذا ما ستتعرض له في الفصل التالي.

ص: 70

1- المصدر نفسه - ص 393

اشرارة

تعددت التفسيرات التي تحاول التمييز لغوياً بين مصطلح «الإعلام» والـ«ميديا». غير أن مدلولات مصطلح الإعلام مختلفة ويجب وضعها في سياقاتها الإصطلاحية واللغوية والتاريخية المناسبة. وإذا كان الاستخدام العربي لمصطلح الإعلام يحيل على معنى الإبلاغ والإخبار والإرسال والمعرفة، فإن مصطلح ميديا، «Media» بسبب اشتقاقه من الكلمة (Medium)، يحيل كما لا حظنا على معاني الوساطة والوصل والوسط (Milieu). وبهذا المعنى يبدو مصطلح «ميديا» أكثر دلالة على الإيفاء بشراء ظواهره الجديدة (1).

يعد علم الإعلام والاتصال بمثابة البناء الإجمالي لعالم «الميديا». وهو الأساس الذي تفرعت منه بقية الظواهر الإعلامية في ظل العولمة، وعليه كانت البداية في عام 1974، حين استحدث مجموعة من الباحثين والأكاديميين الجامعيين اختصاصاً علمياً أطلقوا عليه اسم علوم الإعلام والاتصال»، انطلاقاً من نموذج شانون التنابسي، الحديث آنذاك، وعلم التوجيه الآلي، ولكن بسبب غياب القاعدة الفكرية المشتركة وتعدد النظريات أصبح هذا العلم الجديد عملاً مشتركاً الاختصاصات، حيث يستدعي التفاعل والتبادل بين الباحثين في حقول عديدة (2). كانت البداية لهذا العلم

ص: 72

1- الصادق الحمامي - الميديا الجديدة - الإبستمولوجيا والأشكال والسياقات - المنشورات الجامعية - الإمارات العربية المتحدة -
الطبعة الأولى 2012 - ص 30. وللمزيد راجع عرض الكتاب المذكور على موقع الجزيرة: www.aljazeera.net

Dominique Wolton. Penser la communication. Paris. Flammarion. 1997. p. 8384. -2

تقوم على أساس (الاتصال - إرسال)، غير أنها واجهت معارضة من الباحثين الأميركيين، حيث اقترحوا نموذج (الاتصال - مشاركة) الذي يستند إلى نموذج الجودة. وهذا النموذج لم يكن شاملًا بل صنفوه كعلم نفس - اجتماعي حديث، ثم قامت مدرسة فرانكفورت الجديدة باستبداله بنموذج (الاتصال - سياقًا). فوضعت شروط نجاح الخطاب وفعاليته بالنقاط التالية: الرضوخ؛ الصدق؛ الصحة الحقيقة استناداً إلى نظرية «هابر ماس» الكونية⁽¹⁾. فضلاً عن هذه الاتجاهات الثلاثة هناك محاولات الباحثين في مجالات علمية قريبة يؤسس بناؤها على أساس النموذج الاقتصادي التقليدي ممثلاً بالانتاج والتوزيع والاستهلاك، واعتبر هذا الاتجاه أن العولمة هو طريق الخلاص من المفهوم التناصي للاقتصاد الذي يحصره في علاقة ثنائية : مرسل - متلق⁽²⁾. وبالتالي يرى البعض أن علوم الإعلام والاتصال ظهرت «لأن مجتمع الاتصال يحتاج إلى علم يدرس عمليات الإعلام أو الاتصال الناجمة عن أعمال منظمة هادفة مركزة إلى التقنيات، ومشاركة في أشكال التواصل الاجتماعية والثقافية»⁽³⁾. ليس هناك من تعريف واحد لعلوم الإعلام والاتصال، بل هناك محاولات متعددة في هذا

ص: 73

Jean Charron. Une introduction a la communication. Presses de l'Université du Québec et Télé -- 1
Université . coll. Communication et société. Quebec. 1991

Lucien Sfez. dir.. La Communication. que sais-je?2567. Paris. Presses universitaires de France. 1991, -2
p.9

Bernard Miège. La Pensée communicationnelle en plus1 Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, -3
1995, P.84

المجال (1)، ويصنف البعض بحوث الإعلام والاتصال إلى ثلاثة اتجاهات أساسية:

الأول: يقع بين العلوم العصبية والعلوم المعرفية، ويعالج الاتصال في علاقته بالدماغ : إدراك، حركة، تفكير الصورة واللغة؛

أما الثاني: فيقع بين العلوم المعرفية والعلوم الطبيعية، ويرتكز إلى مشاكل الاتصال بين الإنسان والآلات ؛

أما الثالث: فيرتكز إلى علوم الإنسان والمجتمع، ويعالج الاتصال بين الأفراد والجماعات، وكذلك تأثير تقنيات الاتصال في مسار المجتمع (2). وعليه تستخدم هنا الاختصاصات التالية: الفلسفة، الحقوق، الاقتصاد، علم السياسة، تاريخ الآليات، الجغرافية، علم النفس علم النفس الأسني، علم الإنسان... أي أن علوم الاتصال بطبيعتها مشتركة الاختصاصات (3).

تشير العلاقة بين الإعلام والاتصال إشكاليات متعددة تتجه نحو التقارب والتوافق، وفي هذا الصدد يصف R. Escarpit العلاقة العضوية بين الإعلام والاتصال بأنها كل عملية اتصالية تحتوي

ص: 74

1- مي العبد الله الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات الجديدة، ط2، بيروت، دار النهضة العربية، 2001، ص 27-30.

André Vitalis dir.. Mé dias et nouvelles technologies: Pour une socio--2 politique des usages, collection 2 medias et nouvilles technologies. Rennes: .37-Ed. Apogé e. 1994. p. 36

3- مي العبد الله إشكاليات علوم الإعلام والاتصال وانعكاساتها على واقع الأبحاث العربية، بحث منشور في كتاب بعنوان: ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، من سلسلة كتب المستقبل العربي (57)، حسن مظفر الرزو، خالد الهمданى، عبد الرحمن عزي فاضل البدرانى، المنصف وناس مي العبد الله نصر الدين لعياضى، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2008، ص 78 .

على إنتاج ونقل ومعالجة المعلومة، أي الإنتاج الأصلي للفكر البشري، الفرداني مهما كانت طبيعة هذا الإنتاج (علمي تقني فني حدثي...) (1). كما يؤكد العديد من الباحثين وعلى رأسهم Levy..p على الارتباط الوثيق والقديم بين الإعلام والاتصال، وأن التغيرات المستحدثة في وسائل تقنيات الاتصال قد أدت إلى تحولات محسوسة في محتوى وشكل المعلومات المنتجة ثم الموزعة، والتغيرات الحداثة ما هي إلا انتقال من عصر تقني إلى آخر. وتأخذ التغيرات السياسية والثقافية والتي تتدخل في علم الإعلام أهمية كبرى، فضلاً عن الرهانات الاستراتيجية كالطابع الصناعي المتزايد للإعلام والثقافة والتوجه المركزي لدى جماعات الاتصال، أو انتشار شبكات الاتصال في عملها العنكبوتى في العالم، وعليه فإن الاتصال لا يتعارض مع الإعلام بل هو امتداد له، ومفهومي الإعلام والاتصال مت الشابكان، وكل نقد موجه لأحدهما ينعكس على الآخر.

إلى هذا، تؤكد الدراسات العلمية النقدية المعاصرة أنَّ الإعلام المرئي والمسموع والمطبوع قد اكتسب أهمية هائلة منذ ثلاثينيات القرن العشرين ويكتسب المزيد منها بسبب تزايد سهولة وسائل الاتصال والمواصلات والثورة التكنولوجية، وتزايد نسبة الوعي بأهمية متابعة الأحداث.. ولعل السبب المنطقي في ذلك يعود إلى أن وسائل الإعلام التي يدعم بعضها بعضًا ولا يلغى بعضها بعضًا أصبحت أكثر أهمية من مؤسسات التعليم بحكم انتشارها الهائل

ص: 75

1- الصادق راجح بعض التساؤلات حول علوم الإعلام والاتصال، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي التاسع لكلية الآداب والفنون جامعة فيلادلوفيا، عمان، 26-28 نيسان 2004 .

وتأثيرها الكبير، كما أنّ وسائل الإعلام لم تعد وظيفتها الإعلام فقط وإنما أصبحت من أهم وسائل التثقيف والتّرفيه وصياغة الذوق العام والتوجه النفسي العام⁽¹⁾.

وفي كلتا الحالتين لا بد من أن للميديا آثارها السلبية والإيجابية على الصغار والكبار والمجتمعات سواء كانت عربية أم غربية، ذلك أن من الصعب جداً على المجتمع الوعي المثقف أن تؤثر فيه الميديا أو أن تدخل عليه عامل خارجي يؤثر على حياته العلمية والعملية؛ لأنّه سيكون متسلّكاً بحبل مرجعياته وهويته الفكرية الأصلية، وبالتالي لن يقبل الفكرة الجديدة المطروحة ما لم تكن متوافقة لقيمته وملائمة لاحتياجاته. إن ذلك المجتمع قادر على التمييز والتفرقة بين ما هو ناجع وضروري وبين ما هو متعارض مع قيمه، وليس ضرورة أو أولوية إن لم يره يمس بثقافته ولا يشكل خطراً على أصالته⁽²⁾.

الإعلام في الحضارات القديمة

يرى المؤرخون أن بدايات وظائف الإعلام جاءت على شكل تبليغ المنشورات والأوامر والرسائل الشفوية التي كان يصدرها شيخ القبيلة أو الحاكم أو السلطان، كما كانت إحدى وسائل الحرب في ذلك الوقت. وقد عرفت المجتمعات البدائية الإعلام بأساليبه البسيطة الأولى، وكان الإنسان يمارس الإعلام بطرق فطرية لم يبذل

ص: 76

1- راجع موقع www.oxforddictionaries.com مصدر سبق ذكره.

2- المصدر نفسه.

فيها مجھوداً كثیراً كالنقوش على الأحجار والأشجار والمناداة في المآذن، أو في الطرقات من أعلى الجبال والتلال وعلى ظهور الدواب. وقد ظلت بعض وسائل وأساليب الإعلام القديم تستخدم في العصر الحديث بنجاح كبير وخصوصاً الخطابة كما هو الحال في خطب ومنابر الكنيسة والمسجد ومازالت الخطابة تستخدم لغاية الآن، وكذلك الملصقات التي كان الحكم يلجأون إليها ويوجهون فيها البيانات السرية السياسية.

وعلى ضوء ما تقدم ذكره فإن وظائف الإعلام في الحضارات القديمة انحصرت في الوظائف التالية⁽¹⁾:

- الحضارة الفرعونية : كان الملوك والحكام بمثابة الآلهة، لذلك فإن وظائف الإعلام الفرعوني انحصرت في تضخيم إنجازات الحكم والترويج لحكمهم وخصوصاً الانجازات الحضارية التي حققوها كتشييد الأهرامات والمعابد الضخمة، وتوثيق انتصاراتهم.
- حضارة بلاد ما بين النهرين كشف علماء الآثار العراقيون وجود نشرات إعلامية ترجع إلى 1800 سنة قبل الميلاد ترشد المزارعين إلى كيفية بذر المحاصيل الزراعية وريّها وعلاجها من الآفات، وهذا نمط من أنماط الإعلام وهو الإعلام الزراعي.
- الحضارة اليونانية: بدأ اليونانيون القدماء (الإغريق) في خلق الأفكار الإعلامية والسياسية معاً عن طريق الخطابة والمناقشة الفكرية والمسابقات ويسجل التاريخ أن الاسكندر المقدوني آمن

ص: 77

1- بسام عبد الرحمن المشارقة - الإعلام والسلطة - عمان - نقلًا عن New Media Wiki .

بأهمية الإعلام والنشر عن طريق التأثير بالجماهير فكان يصحب في ترحاله عدداً من الشعراء والخطباء والمفكرين والكتاب والأدباء ولأنسني نظرية أفالاطون في الاتصال فهو أول من قدم نظرية للاتصال

عرفها الإنسان في حقل النظرية الاتصالية والإعلامية لاحقاً.

- العصر الروماني: بربرت وظائف الإعلام في العصر الروماني من خلال رسائل المبشرين المسيحيين الأوائل، ولكن نشاط المراسلين وأتباعه في الخروج إلى البلاد. ومما لا شك فيه أن الإعلام الذي كان سائداً هو الإعلام الديني الذي كان يعتبر وسيلة هامة من وسائل إرساء السلام وتجنب الحروب.

- الحضارة العربية الإسلامية عرفت الجزيرة العربية الإعلام بشكل بارز وواضح، فالآمة العربية هي آمة اللغة والبلاغة والشعر، وقد اشتهرت بالمناظرات الشعرية وخصوصاً سوق عكاظ الذي يعتبر منبراً ومهرجاناً إعلامياً للشعر حيث كانت القبائل العربية ترسل مندوبيها الإعلاميين للمشاركة في فعالياته، والقصائد التي تفوز بها المؤتمر كانت تتعلق على جدارن الكعبة، فأصبحت ظاهرة إعلامية متميزة عرفت بالمعلقات السبع أو العشر. ومنذ أن جاء الإسلام تحول الإعلام في الجزيرة العربية من إعلام الخطابة والشعر إلى إعلام ديني بحت . ولقد كان القرآن الكريم الوسيلة العظيمة للإعلام الديني حيث أن الوظيفة التي كلف بها الرسول الأعظم قبل أن تكون وظيفة دينية هي وظيفة إعلامية تبليغية بالدرجة الأولى، أي وظيفة نشر الحقائق عن الدين الجديد من خلال تطبيق سياسية إعلامية معاصرة.

- في العصور الوسطى عرفت شعوب العصور الوسطى في أوروبا الإعلام الديني فقط إلى أن ظهر المذهب البروتستانتي حيث وجدت الكنيسة الكاثوليكية نفسها مضطرة إلى شن إعلام مضاد ضد الكنيسة البروتستانتية واعتبرتها خارجة عن حدود الدين. وهذا الخطاب الإعلامي يمكن وصفه بأنه خطاب دعائي وليس خطاباً إعلامياً. فقد تم تكليف رجال الدين من كرادلة وقساوسة بأمر من البابا غريغوري الثالث عشر للقيام بمهام رجال الإعلام في مواجهة خطاب الكنيسة البروتستانتية وإعادة الثقة إلى الكنيسة الكاثوليكية.

- في العصر الحديث: منذ اختراع الطباعة على يد غوتبرغ عام 1450 انتقل الإعلام نقلة نوعية ساهمت في زيادة الوعي والتثوير في أوروبا، حيث مهدت الطريق لبروز الثورتين الصناعية والتكنولوجية، وأصبح للإعلام دور متميز في المجتمعات الغربية من خلال انتشار الكتاب والصحافة حتى وصل إلى أنحاء العالم، وأصبحت له نظرياته وفلسفته الخاصة به، وبات علمًا مستقلاً له مناهجه وكيانه كبقية العلوم الإنسانية والطبيعية، بل يمكننا القول أن الإعلام في العصر الحديث أصبح ملزماً بأن يواكب أي مشروع تنويري أو أي مشروع تموي الدول والحكومات القيام به لاقناع الجماهير إلى أن احتل في أيامنا هذه المرتبة الأولى في جميع المؤسسات والهيئات كمصدر أول من مصادر الحصول على المعرفة والمعلوماتية [\(1\)](#).

ص: 79

1- مشارقة - المصدر نفسه.

الإعلام في اللغة والإصطلاح والوظيفة

يقع الإعلام في اللسان العربي ضمن مادة علم، والعلم نقىض الجهل، وعلم علماً. وأذنه الأمر، وأذنه علمًا. وقد أذنته بهذا وكذا، أوذنه إذاناً وإنذناً إذا أعلمنته، وأذنت: أكثرت الإعلام بالشيء.⁽¹⁾ والأذان هو الإعلام. وأذنتك بشيء: أعلمنتكم بأمره. وأذنته: أعلمنته. ويقال: إستعلم خبر فلان، واستعلموني الخبر فأعلمنته إياه، وعلم الأمر وتعلمته: تيقنه. وإذا نظرنا إلى المعنى اللغوي في الدعوة إلى أمرٍ ما وجدنا فيه معنى النداء للمشاركة في هذا الأمر. وأنه يفيد المحاولات القولية والفعلية من أجل تحقيق هدف أو عمل، وكذلك إذا نظرنا إلى المعنى اللغوي للإعلام وجدنا فيه المعنى نفسه مما يدل على أن الدعوة هي الإعلام والإعلام هو الدعوة، ولا فرق بينهما من حيث اللغة في جانبها التبليغي. ولعلنا لا نتجاوز الإطار العلمي حيث نذهب إلى أن المفهوم العربي لكلمة (بلاغة) يقترب من المفهوم الحديث لعملية الاتصال، فالبلاغة تشير إلى الوصول والاتهاء. لهذا يقال بلغ فلان مراده إذا وصل وبلغ الرّكب المدينة إذا انتهى إليها، وبلغه هو ببلاغاً، وبلغه تبليغاً، وتبلغ الشيء: تكلف البلوغ إليه حتى وصله. والبلاغ: ما يُبلغ ويتوصل به إلى الشيء المطلوب.

ص: 80

1- راجع ابن منظور، لسان العرب، وتابع العروس. وترتيب القاموس المحيط: مادة (علم).

ومن الدلالة العربية للبلاغة يتبيّن ما نقصده من اقتربها من الدلالة الحديثة للاتصال من حيث هو (عملية يتم فيها تبادل المفاهيم بين الأفراد وذلك باستخدام نظام الرموز المتعارف عليها).

ومن هنا يتبيّن لنا أن اللُّفْظُ الْعَرَبِيُّ لِلْإِعْلَامِ يُحْمَلُ فِي تضاعيفه عدّة، معاِنٍ متقاربةٌ تارةً ومتباعدةٌ تارةً أخرى، فهو بمفهومه المعاصر يعني الاستعلام عن الحوادث والأخبار، ويعني الخبر والرواية، كما يشير إلى الدعاية والتوجيه والإرشاد.[\(1\)](#)

تكثر التعرّيفات المتعلّقة بالإعلام سواء على مستوى الأصل اللغوي أو على المستوى الإصطلاحي ولذا ليس هناك من تعريف محدد لمفهوم «الإعلام» لاتساع مفهومه وتداخله في كثير من مجالات النشاط الإنساني وأنواع العلاقات البشرية وعليه: يصعب حصر لفظة «الإعلام» ضمن تعريف واحد ولكن معناه اللغوي يقرب إلينا تعريفه الإصطلاحي كذلك ذيوعه وتطوره وتقديمه في أيامنا وتدريسه في المعاهد والجامعات والمؤسسات الإعلامية، ووفرة الكتب الإعلامية [\(2\)](#).

ومن المفيد في هذا المجال أن نسوق جملة من التعرّيفات الإصطلاحية على الشكل التالي:

أولاًً: الإعلام فن استقصاء الأنباء الآنية ومعالجتها ونشرها على أوسع الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة».

ص: 81

-
- 1- محمد حمد خطر - مطالعات في الإعلام - دار خضر للطباعة والنشر والتوزيع - بيروت - الطبعة الثالثة 1996 - ص 11 .
 - 2- المصدر نفسه - ص 13 .

ثانياً : يقصد بالإعلام، تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي ترتكز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التدوير والتسييف، مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي.

ثالثاً: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات الدقيقة، والحقائق الثابتة والتي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة أو مشكلة يعبر تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

رابعاً: تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة.

خامساً: هو العلم الذي يدرس اتصال الإنسان بأنباء جنسه اتصال وعي وإدراك وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر ورد فعل، وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك. فالإعلام هو العلم الذي يدرس الظاهرة الاجتماعية المتمثلة في اتصال الجماهير بعضها البعض والتي لا يمكن أن تعيش بدونها أي جماعة إنسانية أو منظمة اجتماعية بشرط أن تكون دراسة تلك الظاهرة دراسة منظمة تعتمد على المنهج التجريبي وتقوم على تكوين الفرض والملاحظة وإجراء التجارب والقياس.

سادساً: الإعلام هو التعبير الموضوعي عن التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميلها واتجاهاتها في نفسه الوقت... إنه المجال الواسع

لتبادل الواقع والأراء بين البشر، ويشمل كافة طرق التعبير التي تصلح للتفاهم المتبادل ... فوظيفة الإعلام الإبلاغ والشرح والتفسير والتغليف والامتاع والإعلان.. فالإعلام ليس تعبيراً ذاتياً من رجل الإعلام لأنّه يعتمد على الحقائق والأرقام والإحصائيات (1).

إذا كان الإشتراق اللغوي لكلمة إعلام من العلم، بمعنى استعلم الخبر فأعلم إياه، أي صار يعرف الخبر، فذلك يعني أن الغاية من الإعلام هو الإخبار عن حدث ينبغي إيصاله إلى المتلقى. ووفقاً للمنجد الموسوعي لعلوم الإعلام والاتصال، فإن العملية الإخبارية تعني تسجيل إشارة محددة اجتماعياً في نظام صوري (شكلي) قابلة لأن تكون موضوع نشر أو تبادل في مجال الاتصال. وهنا يجب تمييز مفهوم الإعلام عن المعطيات والمعلومات والمعرفة (2). والإعلام - بحسب المنجد المشار إليه - تقابلها كلمة *Information* باللغة الفرنسية، وتعني إيتيمولوجيّاً وفقاً لبعض الباحثين الفرنسيين، أي «ذلك النشاط الهدف إلى إعطاء شكل، وفي المفهوم العام تعني إما النشاط المتعلق بتقديم أخبار أو بالإخبار نفسها» (3). أما في «منجد وسائل الإعلام» (*Dictionnaire des Media*) فيعرّف الإعلام بأنه «المعلومة أو مجموعة المعلومات المتعلقة بشخص أو بشيء، والصالحة لأن تُبلغ إلى شخص أو مجموعة أشخاص»،

ص: 83

1- محمد حمد خضر - مصدر سبق ذكره - ص 16.

Bernard Lamizet. Ahmed Silem. dir. *Dictionary encyclopédique des sciences de la formation et de la communication*, Ellipses, paris , 1997 ، p297

Ahmed Silem. Gerard Martinez. *Information des salariés et stratégies de communication*, .ed. - 3 d'Organisation, Paris 1983, p.16

مجتمعين في مكان واحد أو متفرقين ومن دون علاقات بين بعضهم البعض. والكلمة تعني أيضاً هذه المؤسسة الفريدة، بتقنياتها ومحترفيها وأنظمتها التي ولدت مع الجرائد اليومية في القرن التاسع عشر على موجة الثورة الصناعية، والحرفيات السياسية والشخصية»⁽¹⁾. بينما يعرف روبيير إسكاربيت Robert Escarbit الإعلام بأنه «ما ينقل ويستقبل ويزيد في المعلومات»⁽²⁾.

صفات الإعلام وأفعاله

ذهب عدد من الباحثين في علم الاجتماع التواصلي إلى وجود نوعين من الإعلام إعلام تقليدي وإعلام جديد وأن الحدود بين هذين النوعين متداخلة إلى الدرجة التي توحدهما ضمن فضاء واحد. وهكذا فإن ثمة تكاملاً بينهما يمكن أن نجده في ثلاثة جوانب:

الأول: التكاملية الوظيفية (Functional Complementarity)

هذه الخصيصة ربما كانت الأهم، والمقصود بها أن كلاً من الإعلاميين اشتغل على وظيفة معينة تكمل الوظيفة التي يقوم بها الإعلام الآخر. فالإعلام الجديد وتعبيره الأهم وسائل التواصل الاجتماعي، يعتمد على الهواتف النقالة المحمولة بالكاميرات

ص: 84

.-Francis Balle (Sous la direc. De.). Dictionnaire des Mé dias, ed. Larousse Paris, p.124125 -1
Robert Escarbit. Thé orie gé né rale de l'information. Hachette paris. 1980, p16. -2

الشخصية ويسجل الأحداث على الأرض مباشرة سواء لآخرين أم لمحطات تلفزيونية أو لموقع الكترونية.

الثاني: يتعلّق بالحرّاك والتّعبئة (Mobil Zation and mobility)

ويعكس مرونة الحركة والقدرة الفائقة على النشر والاستدعاء وسوى ذلك. وهنا يتحرّك الإعلام الاجتماعي الموجّد في جيّب كل فرد من الأفراد أو بين الناشطين الاجتماعيين والسياسيين.

الثالث: يتعلّق بالشمولية (Inclusivity)

والمقصود هنا أن الإعلام الاجتماعي قد تمكّن من القيام بتغطية إعلامية شاملة لكل الأحداث التي تقع في ميادين الحرّوب والاضطرابات السياسية والأمنية . (1)

مُبادئ تأسيسية للإعلام

وعلى الرغم من أن الإعلام الجديد أو ما يعرف بـ«الميديا» يتميّز بالقدرة على تجاوز الرقابة وسهولة امتلاكه من أوسع الشرائح والطبقات الاجتماعية، فإنه يبقى يدور ضمن القواعد التأسيسية لنشأته. وهي المتعارف عليها في علم الإعلام وتقوم على ما يلي:

الحقائق التي تدعمها الأرقام والإحصاءات.

ص: 85

1- خالد الحرّوب - جدل الإعلام التقليدي والإعلام الجديد - الاثنين 19/5/2014 موقع بوابة الشرق www.al-sharq.com

- التجرد من الذاتية والتحلي بال موضوعية في عرض الحقائق.

- الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية.

- لتعبير الصادق عن الجمهور الذي ينوجه إليه الإعلام.

أما وظائف الإعلام، فتقوم على الأركان التالية:

التوجيه وتكون المواقف والاتجاهات.

زيادة الثقافة والمعلومات.

تنمية العلاقات البيتية وزيادة التعارف الاجتماعي.

الإعلان والدعائية والتلفيـه وتـوفـير سـبل التـسلـلـية وـقـضـاء أـوـقـاعـ الفـرـاغـ.

فهم روح العلاقات العامة.

وهكذا، فإن المدلول اللغوي والاصطلاحي لكلمة الإعلام يفضي إلى كونه «التعبير العملي عن المعرفة والإطلاع والإحاطة لما يهم الإنسان في كل زاوية من زوايا محـيـطـهـ، وفيـ كلـ مـرـفـقـ منـ مـرـافـقـ حـيـاتـهـ، وفيـ كـلـ رـكـنـ منـ أـرـكـانـ طـمـوـحـهـ وـهـمـوـمـهـ وـحـاجـاتـهـ، وإنـ القـوىـ التـيـ تـمـارـسـ عمـلـيـةـ التـكـوـينـ هـيـ جـمـيعـ الـوسـائـلـ وـالـأـجـهـزـةـ وـالـلـوـاجـهـاتـ وـالـفـعـالـيـاتـ الـبـشـرـيـةـ وـالـفـنـيـةـ وـالـمـادـيـةـ الـإـعـلـامـيـةـ التـيـ تـرـتـكـزـ عـلـيـهـاـ عـمـلـيـةـ التـكـوـينـ. وـاسـتـنـادـاـ إـلـىـ هـذـاـ المـدـلـولـ يـكـوـنـ إـلـاـعـمـ دـيـنـاـمـيـةـ تـهـدـيـفـ إـلـىـ تـوـعـيـةـ وـتـنـقـيـفـ وـتـعـلـيمـ وـإـقـنـاعـ مـخـتـلـفـ فـنـاتـ الـجـمـاهـيرـ التـيـ تـسـتـقـبـلـ موـادـ الـمـخـتـلـفـةـ وـتـتـابـعـ بـرـامـجـهـ وـقـرـاتـهـ...ـ بلـ إـنـ إـلـاـعـمـ يـعـتـبـرـ أـحـدـ الـعـمـلـيـاتـ الـاجـتمـاعـيـةـ التـيـ تـؤـثـرـ فـيـ الـمـجـتمـعـ الـمـعاـصـرـ منـ

خلال وسائله المختلفة، وقد ساعد على ذلك سهولة انتقال مواده المختلفة وبخاصة المرسلة من وسائل الاتصال الجماهيري التي تدخل كل بيت تقريباً، ويستقبلها أغلبية أفراد المجتمع، ويتأثرون بها أي أنماط الإعلام المختلفة وقنواته الحديثة»⁽¹⁾.

ويرى الباحثون في علم الإعلام أن تطور طائق التواصل عبر الخبر والرواية مرّ بعدة مراحل: فهناك عصر الإتصال بالإشارات الذي ما لبث أن تطور إلى رموز، ثم ظهر الإتصال الذاتي والذي يتواصل من خلاله الإنسان مع نفسه ثم ليتطور إلى الإتصال الشخصي الذي يكون بين اثنين أو أكثر، وهو من أكثر الاتصالات تأثيراً وتغييراً في السلوك والاعقاد، وكانت بداية وضعه في عهد الإغريق الذين برعوا في الإتصال المباشر الجماعي عبر الخطابة والمسرح، حتى ظهر الإتصال الجماهيري، الذي أحدث نقلة نوعية وكانت بدايته في ألمانيا على يد مخترع المطبعة غوتيرغ. وفي عصر الحداثة وبداية الثورة الصناعية ظهرت اختراعات في عالم الإتصال كالراديو والتلفزيون لتطلق ثورة عارمة توجّت في أواخر القرن العشرين بالأقمار الصناعية والقنوات الفضائية، ثم لينطلق طور جديد من أجهزة الإتصال الإلكتروني في ما عرف بعالم الميديا المعاصر⁽²⁾.

بناء على ما نقدم، يمكن لنا تقسيم مفهوم الإعلام بقديمه

ص: 87

1- محمد حمد خضر، المصدر نفسه، ص 18.

2- أحمد بدر، الإتصال بالجماهير بين الإعلام والدعـاية والتنمية، وكالة المطبوعات، الكويت، الطبعة الأولى، 1982، ص 26.

وتجديده إلى قسمين يوضحان التطورات والمفهومية التي مرّت بها التجارب التاريخية للإعلام.

أولاًً : مفهوم الاتصال (Communication)

للاتصال عددٌ من المعاني. ربما يكون أقدمها تحويل الأشياء مادية)، الذي هو معنى يعود تاريخه إلى القرن الرابع عشر. وفي حين أصبح هذا المعنى نادراً، توسع في القرن السابع عشر إلى فكرة الأشمل عن (الوصول أو وسيلة الوصول بين شخصين أو مكانين؛ أي فعل المرور أو القدرة على المرور من مكان إلى آخر). أو عن (خط ربط، أو ممر واسع أو افتتاح). وهنا نستطيع أن نرى العلاقة الطويلة والوثيقة للاتصال بما نسميه في الوقت الحاضر بالنقل.

وفي القرن الخامس عشر، اتسعت الكلمة (اتصال) لتشمل الواقع والمعلومات التي كانت تُنقل، أي ما نسميه اليوم بمحظى الاتصال. ويرجع تاريخ أشهر معنى حديث للكلمة (اتصال)، وهو الذي يشير إلى فعالية الإرسال أو نقل الرسائل التي تتضمن معلومات أو أفكار أو معارف إلى أواخر القرن السابع عشر. ومنذ بوادر القرن الخامس عشر، كان معنى ثانياً للكلمة لا يركز كثيراً على نقل الرسائل أو محتواها، بل على فعالية الحوار والتفاعل، كما في فكرة المحادثة أو الاتصال بين الأشخاص (أو حتى الجماع الجنسي في القرن الثامن عشر).

ومع بوادر القرن السابع عشر، اكتسب الاتصال معنى آخر أكثر دلالة على المشاركة هنا صار يشير إلى مشاركة عامة أو خاصية

مشتركة أو قرابة، كما في القدس المسيحي (Communion). وهذا معنى حاضر بقوة في الاستعمال الإنكليزي الأميركي المعاصر، حيث يفتح المتكلمون تعليقاتهم بالقول إنهم يرغبون في أن (يُشتركون بشيء) مع جمهور مستمعيهم. وهناك معنى آخر يركز على فكرة الاتصال بوصفها، ضمناً، عملية (تشارك مع كثرين) في مجموعة معينة من الأفكار أو التجارب ويكمّن قسمٌ من جذور هذا المعنى في الفكرة الدينية عن (القدس) كعملية مشاركة. هنا أيضاً نبدأ بروية بعض الروابط بين أفكار الاتصال وأفكار الجماعة (Community).

هناك معنى مهم آخر للكلمة يركز على الوسط التقني الذي خالله الاتصال. فإذاً أن يشير هذا الاستعمال إلى وسائل يُجرى من الاتصال الرمزي (اللغة العلامات الصور والتقنيات التي غالباً ما يتم نقلها عبرها)، أو على وسائل الاتصال المادي (الطرق، القنوات، سكك الحديد، البالغات الطائرات) والتغيرات التاريخية في علاقة أنماط الاتصال الرمزي بأنماط النقل المادي هي قضية جوهرية هنا. ولعل أحسن تميز للحظة التي تميزت بها الاتصالات الرمزية عن أنماط النقل يكمن في قدرة البرق على إرسال رسائل كهربائية مباشرة عبر مسافات بعيدة. يؤشر هذا التطور نقلة تاريخية حاسمة في دور هذين المعنين المتميزين لـ(الاتصال ووظيفتهما). ويتوازى مع معنى النقل التاريخي هنا الناحية التاريخية كلٌّ من النقاشات من التي أحاطت بظهور وسائل الإعلام في أواخر القرن التاسع عشر وبواكير القرن العشرين، والنقاشات المعاصرة عن أهمية (الوسيلة

الجديدة) للعصر الرقمي / الحاسوبي، التي يُعتقد أنها الآن تحول الاتصال البشري بطرق أساسية⁽¹⁾.

الجدير بالذكر أن دراسة الاتصال في أواخر القرن العشرين قد تمحورت إلى حد كبير حول معنى ضيق للمصطلح، يركز على العوامل التي تحدد نقل المعلومات الفعال من مرسل إلى متلقٍ. كانت نماذج الاتصال الجماهيري معنية بأفضل الطرق لتحقيق نقل لا يعوقه عائق للرسائل بين المرسل والمتلقي. وقد حصر هذا التناول تعريف الاتصال بالنقل الغرضي لوحدات المعلومات الصريحة، وحدد تصوّر العملية ضمن إطار أكثر آلية. وفي ميدان الاتصال بين الأشخاص، أدرك كثير من المستغلين في ميدان علم النفس الاجتماعي حدود هذا النموذج، ودعوا إلى تبني تعريف أوسع، يمكن أن يشمل أيضًا الصور غير المقصودة من الاتصال (بما فيها العوامل التي صار يطلق عليها لغة الجسد). وقد قام انتقادهم على مقدمة ترى أنه واقعياً من المستحيل (من حيث المبدأ) ألا يتم الاتصال، سواء أرغم الشخص شعورياً أم لم يرغب في القيام بذلك (إذ حينئذ سيكون الحد الأدنى من الاتصال أنهم سيشعرون بأنهم غير توصيلين)⁽²⁾.

في الميدان الأوسع للاتصالات والدراسات الثقافية، تعرّض هذا النموذج العرفي أيضًا لانتقاد مهم ، وقد تطور بتأثير السيميائية،

ص: 90

1- طوني بينت - مفاتيح اصطلاحية جديدة - ترجمة: سعيد الغانمي - المنظمة العربية للترجمة - - 2010 ص 48 .

2- طوني بينت - المصدر نفسه - ص 50.

مع تركيزها على (الشفرات) اللغوية والثقافية التي تكمن وراء جميع أفعال الاتصال، ومبادئها الهادي في ذلك أنه لا يمكن أن توجد (رسالة من دون شفرة). ومن هذه الناحية كان نموذج الاتصال في التشفير / فك التشفير ذا تأثير خاص. وهذا النموذج الذي طوره ستิوارت هول (Hall 1981)، أثر أيضاً في صرف الانتباه إلى ما يتعدى مجرد مستوى دلالة المطابقة، أو (الظاهر) في المعلومات التي يراد نقلها في رسالة ما، نحو مستويات المعنى الإيحائي (الضمني، أو الاقتراني، أو (الكامن) التي تحمل في العادة على (ظهور) ما يبدو وحدات بسيطة من المعلومات الصريحة التي يمكن أن تنقلها الرسالة. واستند هذا التناول إلى النموذج البنوي في علم اللغة بدعوه أن نطاقاً أوسع من الشفرات الثقافية (في الصورة الفنية، والمليس، والأزياء، والأسلوب) يمكن أيضاً أن يدرس دراسة مفيدة استناداً إلى نموذج اللغة.

كانت النماذج السابقة تمثل إلى معاملة (الاتصال الناجح) بوصفه حالة شؤون اعтиادية، ولم تُعن إلا بأحوال (سوء الفهم) كانقطاعات استثنائية في دفق الاتصالات، كانت بحاجة إلى أن (تسوّي وتزال). على أن المنظور السيميائي شجّع التساؤل عن هذا الافتراض بخصوص شفافية الاتصالات (الاعتيادية). وبحكم وجود تقسيمات اجتماعية وثقافية فيأغلب المجتمعات، فمن غير المرجح أن يشترك مرسلو الرسائل ومتلقوها اشتراكاً تاماً بالشفرات الاتصالية، وقد عامل هذا التناول الجديد التأويل المتنوع للرسائل باعتباره (اعتيادياً) وقضية مفتاح لبحث ينبغي الانكباب عليه معاً⁽¹⁾.

ص: 91

1- المصدر نفسه.

هنا حصلت قضية السلطة في ميادين الاتصال والثقافة أيضاً على تركيز بوضوح بالغ . كان التركيز على هذه القضية يتم سابقاً بصرف الانتباه من أنماط الاتصال بين الأشخاص (ال الثنائي أو الحواري) إلى الصور الجماهيرية لنقل الرسائل الأحادي ، ومن جماعات النخبة التي كانت تسيطر على وسائل الإعلام إلى جمهور المتكلمين الواسع . وكانت القضية المفتاحية هنا السلطة هي التي تتلاعب بخطابات وسائل الإعلام الجماهيرية (مثل الدعاية السياسية أو الإعلان التجاري) لتشكيل الرأي العام . وهكذا تم تعريف الاتصالات الجماهيرية بأنها دراسة لقضية من يقول ماذا ، وفي أي قناة ، ولمن ، وبأي نتيجة . ومن الواضح أن هذا التناول يشكله منظور تقويميٌ يمتلك حواراً ثنائياً بوصفه الصورة المساواة لما يسميه يورغن هابرمانس (Habermas ، 1970 ، ب) (الموقف الكلامي المثالي) ، ويعنى في المقابل بالمدى الذي تتحرف به صور الاتصال الجماهيرية عن هذا المعيار . والجليل أن الصور المعاصرة من الوسائل التفاعلية ، التي يعتقد أن من شأنها إعادة تقويض السلطة إلى الجمهور ، ومن ثم استعادة نمط أكثر ديمقراطية من الحوار بين مرسل الرسائل ومتلقيها ، هي أمر مهم هنا . تهم القضية موضوع الرهان إذاً بال مدى الذي يمكن فيه ، على سبيل المثال للبرامج التلفزيونية التي تشجع مشاهديها على الاتصال والتصويت في تطورات تآمرية ضمنية ، أن تشكل صوراً أصلية من الحوار الديمقراطي ، أم مجرد ظاهر به .

غير أن هذا التركيز على سؤال من يمتلك السلطة في نقل المعلومات ، وإلى أي حد يسمح النظام بالتغذية على نحو

مناسب، ليس سوى بُعد واحد من أبعاد قضية الاتصال. وفي علاقة معنى المشاركة في (الاتصال)، من الضروري أن نلاحظ الترابط بين مصطلحي الاتصال (Communication) والجماعة (Community) [أو في العربية الاتصال والصلة]، والدور الذي يؤديه الأول في تشكيل الثانية تكمن النقطة الجوهرية هنا في أن نعرف أن الجماعة ليست كياناً يوجد ثم يحصل له أن يتواصل. بل إن الجماعات تفهم فهماً أفضل بوصفها تكوّت في ومن خلال نماذجها المتغيرة في الاتصال والحقيقة أن العائلة النووية غالباً ما تبقى مشدودة الأواصر عبر خطوط الهاتف، في الوقت الحاضر، حين صارت التقنيات الحديثة توفر صوراً رخيصة و مباشرة من الاتصال على مسافات بعيدة، ولم تعد الجماعة تقوم بالضرورة على أساس المجاورة الجغرافية. ويؤكد هذا التناول أيضاً فكرة رومان جاكوبسن (Jakobson، 1972) عن أهمية البعد التجمالي للاتصال في ترك القنوات مفتوحة وربط الناس معاً، أكثر مجرد نقل المعلومات والأكثر جوهرياً أن تبني هذا المنظور يعني أيضاً أن نَبْتِ الاتصالات دوراً أولياً - وتأسيسياً - في الشؤون الاجتماعية، بدلاً من النظر إليها ك مجرد ظاهرة ثانوية أو جانبية.

من منظور آخر، ادعى كثيرون بأن صناعات الاتصالات نفسها تزداد مركبة في حقبتنا ما بعد الحديثة أو الحديثة المتأخرة. وبقدر ما تُعتبر السمة المميزة لهذه الحقبة هي طي الزمان والمكان، و (التعالي) بالجغرافيا الذي أتاهاه تقنيات الاتصالات الجديدة، فإن هذه الصناعات مركبة لهذا التحول وهي أيضاً تزداد مركبة بالنسبة

إلى اقتصادات مجتمعات العالم المتقدمة التي صارت تستند في الأساس إلى إنتاج المعرفة والمعلومات ونقلها، أكثر من تصنيع السلع المادية وليس عبثاً أن تصير مهارات الاتصال الآن مؤهلاً مطلوباً مهماً للعمل في هذه المجتمعات، وأن يكون غياب الصور ذات الصلة بالمهارات اللغوية والكتابية والحواسيبية كافياً لأن ترسل هذه المجتمعات كثيرين من أكثر أعضائها فقرأً إلى موقع إقصاء اجتماعي (1).

وفقاً لرأي الخبراء أن المعنى القديم لكلمة الاتصال هو الوصل والبلاغ، أما معناه العصري فهو مأخوذ من الانكليزية أو الفرنسية، وهما يستخدمان لفظاً واحداً للدلالة عليه، وهي (communication) ولهذه المفردة في اللغات الأجنبية معان١ متعددة منها: «المواصلات» و«البلاغ» و«الاتصال» (2). وعليه فكلمة «اتصال» تعني النشر، ونقل معلومة أو خبر من مرسل إلى متلقي بواسطة قناة أو وسيلة. ويعرف الباحثون الفرنسيون الاتصال بأنه تبادل أو إرسال معلومات / أخبار بهدف تغيير سلوك الآخر (3). وهكذا، فإن الحديث عن الاتصال يعني القدرة على الإجابة عن الأسئلة الخمسة المشهورة لـ «الأسوال» وهي «من يقول؟ ماذا؟ لمن؟ كيف؟ وبأيّ أثر؟».

ويؤكد الباحث الفرنسي فيليب سويفت أن لا وجود للاتصال إذا لم يكن ثمة هدف يؤدي إلى إدخال طرف ثالث، وهو (المستفيد)

ص: 94

1- المصدر نفسه - ص 53.

2- زهير حدادين مدخل الى علوم الاعلام والاتصال ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2002، ص 11.

A. Silem et G. Martinez. op. cit. p.21-3. -3

الذى يضاف الى الطرفين التقليديين أي المرسل والمستقبل. المستفيد قد يكون المرسل او المستقبل او طرف ثالث، والمثال على ذلك الرسالة الاشهارية في الجرائد، حيث المرسل هو المحرر، والمستقبل هو القارئ ، اما المستفيد فهو الشركة التي يتحقق الاقبال على منتجاتها بفضل هذا الإشهار. ومن جانب آخر يركز المنجد الموسوعي لعلوم الاعلام والاتصال في تعريفه للاتصال على ثلاثة عناصر أساسية (1) هي :

النشاط الذي يهدف الى اقامة علاقة مع شخص او اشراك شخص او مجموعة اشخاص في شيء ما، ونتيجة هذه العلاقة.

هو الشيء الذي نبلغه (إعلان وبرقية ورسالة، وخبر ونبأ ومعلومة ...).

وسيلة تقنية يتصل بواسطتها الاشخاص في ما بينهم.

اما ابراهام مولس Abraham Moles فيعرف الاتصال بأنه: النشاط الهدف الى اشراك جهاز او تنظيم موجود في نقطة معينة (ن) في محفز وتجارب محيط شخص آخر أو نظام موجود في مكان آخر وفي زمن آخر (ز)، باستعمال عناصر المعرفة المشتركة بينهما». فعندما تقوم بالاتصال - كما يبيّن مولس - فإنما نحاول ان ننجذب (رسالة مشتركة) مع شخص أو جماعة، أي أننا نحاول ان نشتراك سوية في معلومات أو أفكار أو مواقف محددة» وتحتاج

ص: 95

1- احمد عظيمي، الاعلام الديني نحو تخصص جامعي جديد، مرجع سابق، ص 64-65.

عملية الاتصال الى «المصدر والرسالة والهدف (أو جهة الوصول)، والمصدر : يمكن ان يكون شخصاً (يتحدث أو يكتب أو يرسم او يومئ) وهيئة اتصال مثل الصحيفة أو دار النشر أو محطة تلفاز أو استديو السينما...»، أما الرسالة فيمكن ان تكون على شكل حبر على الورق... أو موجات صوتية في الهواء... أو نبضات في تيار كهربائي، كما يمكن ان تكون تلويناً باليد أو علماً يرفق في الهواء، أو أي إشارة أخرى يمكن تفسيرها وذات دلالة ومعنى...، أما الهدف فيمكن أن يكون شخصاً ينصل او يشاهد أو يقرأ...، ويمكن أن يكون عضواً في جماعة مثل جماعة مناقشة أو شخصاً من بين المستمعين لمحاضرة أو فرداً في حشد يشاهد كرة القدم أو قارئاً في صحيفة او مشاهداً للتلفاز وغير ذلك من مستقبل الرسالة الاتصالية⁽¹⁾.

وبهذه المقاربة فإن الاتصال يدل على بث رسائل واقعية كالمعلومات والأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام عن الأحداث المختلفة أو بث رسائل خيالية، كالقصص والروايات والأغاني على مجموعات كبيرة من الناس على اختلاف مستوياتها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية وعلى اختلاف أماكن تواجد هذه المجموعات، أي أن الاتصال بالجماهير يتميز ببث الكلمة او الصورة من مصادرها المحددة جداً إلى عدد كبير جداً من الناس وتعتبر عملية الاتصال عملية ديناميكية متصلة الحلقات .

ص: 96

.Abraham Moles, Théorie structurale de la communication et société , EdMasson. Paris. 20 ed. 1988. p56 – 1

ومن عناصر عملية الاتصال:

- الموقف الإتصالي العام.
- الهدف الذي تسعى عملية الاتصال لتحقيقه.

رجع الصدى من المستقبل إلى المرسل لأن المستقبل مفسّر وليس جهاز تسجيل .

الإطار الدلالي أي الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل أي معرفة موضوع الاتصال كسياسة أو اقتصاد أو علم، فضلاً عن لغة الاتصال ذاتها.

وبسبب الترابط الاصطلاحي العميق بين الإعلام والإتصال وتدخلهما على صعيد الممارسة تبرز حقيقة أن الاتصال ينطوي على دلالة سوسيولوجية لجهة تناوله أي ظرف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأفراد في أمر معين أي تحقيق تألف حول قضية معينة سواءً بواسطة الرموز أم أي وسيلة أخرى يسميها موريس شيوعاً *Communisation* .

لهذا تستخدم الكلمة اتصال لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز التي قد تكون حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر تعمل كتبه للسلوك.. فالاتصال نوع من التفاعل بواسطة الرموز (جورج لنديغ) [\(1\)](#).

من هنا سنرى كيف أن مفهوم الاتصال يتضمن بمعناه الواسع

ص: 97

1- محمد حمد خضر، مطالعات في الإعلام، مصدر سبق الإشارة إليه، ص 18-19 .

كل الإجراءات التي يمكن بمقتضها أن يؤثر عقل بشري على عقل آخر أو جهاز على جهاز آخر (يمكن لآلية آلية ترصد تحركات طائرة وتحسب مواقعها المحتملة أن تطلق صاروخاً موجهاً ليطارد هذه الطائرة (نورث وينر).

إذن، الاتصال هو العملية التي يتفاعل بمقتضها متلقى ومرسل الرسالة (كائنات حية أو بشر أو آلات) في مضمون اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل، يتم نقل أفكار ومعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء.

وهو إلى ذلك كله، يحتاج إلى دراسة وتدريب وخبرة واستخدام الوسائل الحديثة لتكون الرسالة الإعلامية ناجحة ومفيدة وهكذا يتم عمل المرسل الجيد من خلال رسائل متقدمة مرسلة بفعالية إلى المستقبل، وبالتالي المستمر والخبرة العملية ومتابعة ردود فعل الآخرين نقيس مدى نجاح المادة الإعلامية المرسلة الهدافـة إلى إحداث تغيير ما من خلال تأثير ملموس. وبهذا المعنى وذاك، فالاتصال عملية أساسية في المجتمعات كافة بدائية كانت أم حديثة العهد إنها عملية تبادل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب إما شفهياً أو باستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات بقصد الإقناع أو التأثير على السلوك [\(1\)](#).

ص: 98

1- المصدر نفسه.

شهد العالم منذ منتصف القرن العشرين ثورات تكنولوجية هائلة من أهمها نظم الاتصالات ظهر مجتمع المعلومات Information Society نتيجة التزاوج بين تكنولوجيا الاتصالات الفضائية ذات القدرة الفائقة على تجاوز حدود الزمان والمكان وتكنولوجيا الحاسوب الإلكترونية القادرة على تخزين البيانات بكثرة وسهولة في الاسترجاع وفي ثوان قليلة. وساعد ذلك على ظهور شبكة المعلومات عن طريق وسائل الاتصال الفورية على الأرض، أو من خلال الفضاء، فأضافت هذه الشبكات بعداً مهماً

على قدرة الإنسان على توسيع معارفه وتخزينها وترتيبها وإنتاج المعلومات وبثها والتعامل معها في الحال.

والإنترنت ليست وسيلة اتصال منفردة من وسائل الاتصال بل هي أكبر شبكات المعلومات في العالم وأكثرها تشعباً وانتشاراً، وتقوم على أحدث تكنولوجيا الاتصال في بث المعلومات إلى ملايين المشتركين.

*التفاعل في اللغة

جاء في معاجم اللغة العربية أن التفاعل من الأصل اللغوي، فعل الشيء فعلاً وفعلاً أي عمله، وافتعل الشيء أي احتلقة، وانفعل كذا تأثر به انبساطاً أو انقباضاً فهو منفع. ويقال تفاعلاً أي أثر كل منهما في الآخر. والتفاعل عملية كيماوية يتم من خلالها تحويل بعض المعادن النفيسة إلى الخصيسة، أي أن

عملية التفاعل الكيميائي أن تؤثر مادة في مادة أخرى فتغير تركيبها الكيميائي.

ويرى الباحثون أن التفاعل يعني المرسل والمتلقي، ومن أهم خصائصه الاستجابة، أي أن الاتصال التفاعلي يتعدى حدود الاتصال الإنساني إلى الاتصال والتفاعل مع الوسيلة ذاتها وليس بين الفرد وأطراف العملية الاتصالية.

هناك ثلاث خدمات رئيسية يقدمها الانترنت للمستخدمين كما يلي:

- 1- الاتصال من فرد إلى فرد إلى جماعة، أو من جماعة إلى جماعة أخرى، وأكثر لأغراض شخصية أو عامة.
- 2- التفاعل : أي استخدام الانترنت للتسلية أو التعلم لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية.
- 3- الإعلام والمعلومات استخدام الانترنت لنشر واسترجاع المعلومات التي تعطي مساحات واسعة من الأنشطة الإنسانية والمعرفية .

أنواع الإعلام التفاعلي :

زادت ثورة الأقمار الصناعية في سياق تطور تكنولوجيا الاتصال والقنوات المتخصصة من التفاعل مع الجماهير عبر ثلاثة تطورات هي:

أولاً: التلفزيون الكابلـي : Cable Tv

نشأ لتحسين الخدمة التلفزيونية في الولايات المتحدة عام

ص: 100

1946، ثم انتشر في الدول المتقدمة، وتعثر تطبيقه في الدول النامية التي هي أقل تكلفة وخدمة عالية الجودة.

ثانياً: القمر الصناعي المباشر:

(Direct Broadcasting Satellite (DBS

ساهم في نقل البيانات والمعلومات داخل وخارج الحدود في سرعة وبحد أدنى من التشویش وتغطي مسافات شاسعة.

ثالثاً: التلفزيون الرقمي : Digital Television

يمثل التلفزيون الرقمي ثورة في عالم البث التلفزيوني بما يملك من إمكانيات. ويوفر البث الرقمي نوعية صورة عالية الدقة والوضوح ويضمن صوتاً أنقى وسيراً أرخص. وقد تم استخدامه أوائل عام 1993، وفي ضوء ذلك ظهرت القنوات المتخصصة للبرامج والجمهور.

رابعاً: الأقمار الصناعية

تعتبر الأقمار الصناعية مكوناً أساسياً في استراتيجية الإعلام الجديد. ويدعو الخبراء إلى أن الميديا ما كانت لتكسب مزاياها كثورة في عالم الاتصالات لو لا الأقمار الصناعية التي تتولى إرسال المعلومات باتجاه القارات الخمس.

وتتوزع أدوار الأقمار الصناعية في الميادين التالية:

ميدان الاتصالات التي تستخدم في نقل المعلومات.

ميدان البث الفضائي التي تستخدم في بث القنوات التلفزيونية والإذاعية.

ص: 101

ميدان الأرصاد التي تقوم بجمع المعلومات عن الغلاف الجوي وتنبؤات الجو.

الميدان العسكري والأمني.

الميدان العلمي حيث تستخدم في الأغراض العلمية المختلفة.

من المعروف أن الأقمار الصناعية عرفت تجاربها الأولى عام 1957، حيث تم إطلاق القمر الروسي (Sputnik) الذي افتح به الاتصالات الفضائية للأرض. بعد ذلك بعام أطلق القمر الصناعي الأميركي (Score). لكن التاريخ الذي لا ينسى هو عام 1962 حيث تم إطلاق القمر الصناعي (Tele star 1) الذي استخدم في نقل البث التلفزيوني بين أميركا وأوروبا. بعد ذلك تم إطلاق العديد من الأقمار ذات الأغراض المختلفة.

كانت الأقمار الصناعية سابقاً تطلق قوة قدرها 10 وات والآن تطلق قوة قدرها 150 وات.. ومن المعروف أنه كلما زادت القوة الكهربائية التي يطلقها القمر أمكن استقبال إرساله بأطباقي ذات قطر

أصغر.

والأقمار الصناعية المستخدمة في البث الإذاعي والتلفزيوني يتم وضعها في المدار الجغرافي للأرض حتى يأخذ سرعة الأرض حيث أنه إذا تم وضعها على ارتفاع أقل فإنها تدور حول الأرض بسرعة أعلى من سرعة دوران الأرض، وإذا تم وضعها على ارتفاع أعلى فإن سرعتها ستكون أدنى . وتدور الأقمار حول الأرض فوق

ص: 102

خط الاستواء مباشرة على ارتفاع 36 ألف كيلومتر، وهو ما يسمى بالمدار الجغرافي للأرض (Geostationary Orbit) وهذا يعني أن القمر الصناعي سيدور بسرعة الأرض ويكون دائمًا في الموقع نفسه طالما هو على الارتفاع ذاته. فالعلامة والرقم المكتوب إلى جوار اسمه يدل على موقعه بالنسبة إلى موقع الصفر الجنوبي، فمثلاً القمر استرا 19.2 شرقاً يعني أنه يقع بالضبط عند الدرجة 19.2 شرق الصفر الجنوبي، والقمر نايل سات 7 درجة غرباً يعني أنه يقع عند الدرجة 7 إلى الغرب من الصفر الجنوبي .

أما إذا كان هناك أكثر من قمر في الموقع نفسه فإنه يسمى موقع مشترك للأقمار (positioning coo)، كما هو الحال في أقمار استرا 19.2 درجة شرقاً، وأيضاً أقمار هوت بيد 13 درجة شرقاً. ومن المعروف أن الأقمار تقع في مكعب وهمي طول ضلعه 100 كيلومتر لكل قمر .

وقد تطورت تكنولوجيا الاتصالات الفضائية في مجال الميديا حيث تكون من وحدتين رئيسيتين وحدة الخدمة ووحدة الاتصال.

- الوحدة الأولى تحتوي على أجزاء تخدم عمل تحكم الأقمار الصناعية وأجهزة القياس وأجهزة إمدادها بالطاقة الكهربية اللازمة لعمله .. ووحدة الاتصال تحتوي على الحوامل Transponder وهي أجهزة تقوم بإرسال واستقبال الإشارات من وإلى الأرض .. في التقنية التماضية كان يستخدم حامل لكل قناة أما في التقنية الرقمية فيمكن إرسال حتى عشر قنوات مختلفة على الحامل

نفسه.. والحاصل يمثل بالذبذبة أو بالتردد. والأقمار التي تستخدم في البث الإذاعي والتلفزيوني تحتوي أيضاً على مجموعة من الأطباقي يستخدم جزء منها في استقبال القنوات من الأرض، وجزء آخر يستخدم في إعادة إرسال هذه القنوات إلى الأرض، وجزء ثالث يستقبل أوامر التحكم بالقمر الصناعي من المحطة الأرضية. ويتم إرسال الإشارة إلى المحطة التي تقوم بتوزيعها على الأقمار الصناعية، ثم يتم تحويلها إلى ذبذبات قوتها 14 جيجا هرتز، وإرسالها إلى القمر الصناعي.

هذه الإشارة التي يستقبلها القمر تذهب إلى وحدة التحكم داخل الحوامل حيث عن طريق (أوسيليتور) مقوى الذبذبات يتم تقويتها إلى ذبذبات في نطاق بين 10.700 - 12.750 جيجا هرتز .. بعد ذلك تذهب هذه الذبذبات إلى الأطباقي التي تقوم بإرسالها مرة أخرى إلى الأرض حيث يتم استقبالها بأطباقي آخر عن طريق المستخدمين والأقمار الصناعية لا تستخدم فقط في البث الإذاعي والتلفزيوني الترفيهي ولكن في إرسال الأخبار والأحداث المهمة الأخرى بين الدول. ومن المهم معرفة معلومات عن مناطق تغطية الأقمار الصناعية وقوتها حيث تتناسب تناسباً عكسياً مع قطر الأطباقي اللازمة لاستقبال إرسال تلك الأقمار .. فكلما كانت قوة إرسال القمر الصناعي ضعيفة كان الطبق اللازم لاستقبال إشارته كبير الحجم، والعكس صحيح.

المقصود بالهواتف الذكية هي الأجهزة النقالة التي كُرست للمحادثة الفورية والسرعة وبين الامكنة المتباعدة ومع تطور التقنيات الحديثة أضيفت إلى الهواتف النقالة وظائف جديدة كانت موجودة على أجهزة أخرى كالتصوير الذي كان يتم بالكامير، والتعامل مع البريد الإلكتروني الذي كان يتم عن طريق الكمبيوتر، والألعاب الإلكترونية التي كانت تتم عن طريق أجهزة الألعاب، وغيرها العديد من الوظائف. ولتسكّن من القيام بكل هذه الوظائف احتاجت إلى مواصفات عالية من معالجات وكاميرات بدقة عالية وذاكرة عشوائية تستطيع استيعاب كل هذه التطبيقات.

لقد مكّنت الهواتف الذكية من التقرّيب بين الناس وتلبية احتياجاتهم جميعها، حيث استطاع الأشخاص الذي يحملونها التحدث والتعارف عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، كما استطاعوا معرفة المعلومات التي يحتاجونها عن طريق استخدام تطبيقات معينة كالطقس والأخبار والحوجزات ومشاهدة مقاطع الفيديو والتقط الصور ومعالجتها واستخدام الخرائط وتحديد الواقع بدقة وسرعة رائعتين.

بالإضافة إلى هذه الأدوار التي تتولاها الهواتف الذكية، هناك مميزات أخرى يمكن إدراجها بما يلي:

1- نظام التشغيل: يحتوي الهاتف الذكي على نظام تشغيل قادر على استغلال مميزات الهاتف التقنية إلى أقصى حد، بحيث يمثل

هذا النظام الواجهة التي تمكّن مقتني الجهاز من الوصول ومن تفعيل كل ما يحتويه الهاتف من قطع.

2- المعالج : تعتبر المعالجات ضرورة قصوى للهواتف الذكية وذلك بسبب استخداماتها المتعددة التي تقارب الحواسيب أحياناً، لذا يتوجب على المعالج القدرة على معالجة البيانات فكلما كان أسرع في معالجته للبيانات كان الجهاز أفضل.

3- الذاكرة: وهي الجزء المسؤول عن حفظ البيانات والمعلومات على الأجهزة الذكية وتقسم إلى قسمين: ذاكرة داخلية تستخد لحفظ أنظمة التشغيل والملفات الأخرى، وذاكرة خارجية ترکب حسب رغبة المستخدم. وقد لا توافر القدرة في بعض الأجهزة الذكية على تركيب الذاكرة الخارجية، ولكن في هذه الحالة فإن الذاكرة الداخلية تكون ذات سعة عالية مما يساعد على الإستغناء عن تركيب الذاكرة الخارجية.

4- الشاشة: تعتبر عنصراً مهماً لتحديد نوعية الهاتف المراد شراؤه، وقد تكون شاشة لمس أو شاشة عادية.

5- الاتصال: يستطيع المستخدم اللوگ إلى شبكة الإنترن特 كما يستطيع التحدث أو إرسال المعلومات والبيانات المختلفة. لذلك كلما زادت هذه الوسائل في الهاتف الذكي كان مفضلاً

عن غيره .

6- التطبيقات تعتمد التطبيقات التي يمكن تشبيتها على الهاتف الذكي بشكلٍ أساسي على تنوّع ما يحتويه متجر التطبيقات المثبت

على نظام التشغيل. فكلما زادت استطاع الشخص استخدام هاتفه إلى أقصى درجة.

بعد ثورة الأقمار الصناعية والبث المباشر والبث الرقمي، جاءت ثورة تجرب المعلومات عبر تقنيات الواقع الافتراضي التي تعتمد على الذكاء الصناعي ونظم دعم اتخاذ القرار، ونظم المعلومات الرقمية التي أصبحت عنصراً استراتيجياً فعالاً داخل المؤسسات على المستوى العالمي وفق القوانين والالتزام بالتطبيق والتعاون في التنفيذ.

في عقد الثمانينيات، ونمو الانترنت وتطوير شبكة الويب أوائل التسعينيات من القرن العشرين ظهر الـ«فديو تيكست» مما زاد من التفاعلية والانتشار خارج الزمان والمكان والسرعة، وانخفاض التكاليف وبخاصية حاستي السمع والبصر. في هذه الثورة انتقلت الإنترن트 من مملكة العلماء والخبراء إلى الأفراد في أي مكان وأي وقت طالما توفر للفرد جهاز الكمبيوتر.

وأضاف البريد الإلكتروني خاصية أخرى للملاليين عبر العالم وهي الدفع النقدي الإلكتروني من حساب بنكي إلى حساب آخر وفق البطاقات الآئتمانية وغيرها من الخدمات .

وعرفنا من النشرات الإخبارية وكذلك الندوات وخطوط الدردشة، وظهرت الجرائد الإلكترونية ونشرات خاصة بالصحة والدواء والشبكة القومية للبحث العلمي التي تديرها الحكومة الأمريكية لربط الجامعات بواسطة الألياف البصرية للمشاركة في

المعلومات والموارد الالكترونية، ثم الوصول إلى التعليم عم بعد عبر «الفيديو كونفرنس».

أما خطوط الدردشة، فقد انتشرت انتشاراً كبيراً بين الشباب كما ظهرت الجماعات الإخبارية بأنواعها سواء ذات الفكر العميق الإيجابي والبناء، أم التي تسببها تصرفات غير أخلاقية مما يتطلب شكلًا من أشكال الرقابة، كما حدث مع القرار الذي اتخذه «كمبيو سيرف» عام 1996 في الولايات المتحدة الأمريكية بمنع وصول أعضاء هذه الجماعات إلى حوالي 200 عنوان معرف بيته للصور الفاضحة وأشكال أخرى من النشر.

المدونات:

ساهم الانتشار الهائل لشبكة الانترنت وتوافرها بين أيدي عامة الناس، في ظهور فكر المدونات، بحيث بات كل شخص قادرًا على نشر أخبار وصور وتعليقات وآراء بدون حسيب ولا رقيب.

والملونة صفحة على الانترنت ابتكرها الأميركي جون برغر عام 1997 لوصف عملية التسجيل على الـ«ويب» عليها تدوينات صاحبها أو أصحابها وفق نظام، مؤرخة ومرتبة ترتيباً تصاعدياً أو تنازلياً وفق آلية لأرشفة التدوينات القديمة، ولكل تدوينة عنوان دائم بحيث يمكن الرجوع إليها في أي وقت وتعطي الحق للقراء في التعليق مباشرةً أو عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمدون.

ودفع انتشار التدوين بين مستخدمي الانترنت شركة «غوغل» إلى شراء الموقع عام 2003 فأحدث انطلاقة هائلة في المدونات

وبخاصة في الحرب على العراق عام 2003، وفي الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2004، ما زاد منوعي الجماهير بالمدونات التي أصبح عددها بالمليين، الأمر الذي شجع الصحف الكبرى والإذاعات والمنظمات الدولية على إنشاء مدونات على موقعها وتنظيم مسابقات دولية لاختيار أفضل مدونة.

المبحث الثالث: نظريات الميديا العلمية والأخلاقية

اشارة

أطلقت حول الـ «ميديا» نظريات عديدة في العالم، منها «نظريّة ترتيب الأولويات» لوالتر ليeman ونظريّة ثراء وسائل الإعلام لريتشارد دافت وروبرت لينجيل، الأولى تتمحور حول دور وسائل الإعلام في إيجاد الصلة بين الأحداث التي تقع في الخارج والصور التي تنشأ في أذهاننا عنها، أما الثانية فتتمحور حول دور وسائل الإعلام داخل المنظمات والإدارات هذا فضلاً عن نظرية صناعة الخوف، وتطور النظريات في مجال وسائل التواصل الاجتماعي.

في ما يلي نشير إلى عدد من النظريات التي يجري تداولها في الأوساط الأكاديمية ومركز الأبحاث في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية.

أولاً: نظرية ترتيب الأولويات:

أولاًً: نظرية ترتيب الأولويات [\(1\)](#):

تعود الأصول النظرية لدراسات «وضع الأجندة» (ترتيب

ص: 109

1- حسن عماد مكاوي، ليلى السيد الاتصال ونظرياته المعاصرة - الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2006 .

الأولويات في الإعلام إلى ما كتبه والتر ليبمان (Lippman) عام 1922 عن: «دور وسائل الإعلام في إيجاد الصلة بين الأحداث التي تقع في العالم الخارجي والصور التي تنساً في أذهاننا عن هذه الأحداث» في كتابه «الرأي العام» الذي جاء فيه أن «وسائل الإعلام تساعده في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي الكثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل - بيات زائفة - في عقولهم». وقد تم تجاهل هذه النظرية تماماً في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين.

في السبعينيات (1963) أعاد كوهين (Cohen) إحياء وجهة نظر ليبمان حيث زعم أن وسائل الإعلام «لا تنجح في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات) ولكنها تنجح دائماً في إبلاغهم بما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات)».

وقد دعم كل من لانغ ولانغ (Lang et alang 1966) هذا الرأي من خلال تقرير أشاروا فيه إلى أن «وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو قضايا بعينها، فهي التي تطرح الموضوعات وتقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد... وما الذي ينبغي أن يعرفوه وما الذي ينبغي أن يشعروا به».

ويرجع الفضل إلى ماكسويل ماك كومبس ودونالد شاو (MC Combs et Show) في إجراء أول اختبار لنظرية ترتيب الأولويات، وكان الغرض الرئيسي لدراستهما هو «بالرغم من التأثيرات المحدودة في بعض الأحيان لوسائل الإعلام على نوع أو

شدة الاتجاه إلا أنه يفترض أن تقوم بتحديد الأولويات للحملات السياسية، ويكون لتلك الوسائل تأثير على شدة الاتجاهات نحو القضايا السياسية المثارة».

واعتمدت هذه الدراسة على أسلوب تحليل المحتوى للتعرف على الكيفية التي قدمت بها الصحف والمجلات والتلفزيون الأخبار السياسية عن المرشحين والقضايا الانتخابية خلال فترة زمنية معينة.

كما أشار ماك كومبس وشو إلى الجانب الآخر للنظرية حيث تحدثاً عن دور الجمهور في وضع أجندـة وسائل الإعلام بقولهما إن لهذه الأخيرة دوراً رئيساً في تحديد القضايا العامة اليومية، لكنها ليست المحددة لأولويات الجمهور، نظراً للتفاعل الحاصل بينها وبين مصادرها بالشكل الذي يؤثر في وضع أجندتها نفسها، والأهم تلك التفاعلات الكائنة مع جمهورها بحيث تأخذ في اعتبارها ما هو مقبول لديهم.

نقد النظرية

على الرغم من تعدد البحوث التي تمت لاختبار فروض النظرية والتوسع فيها خلال السبعينيات والثمانينيات، إلا أنها ما زالت تتعرض للعديد من صور النقد لبعض جوانبها :

- يرى غريفين أنه على الرغم من اعتبار ماك كومبس وشو اعتبراً أن وظيفة الأجندـة حقيقة قائمة، فإن البحوث التالية خلال العقدين السابقين أثبتت أنها نتيجة محتملة وليس مؤكدة، فتحديد أجندـة الجمهور اختلف كثيراً من بحث إلى آخر. ومن جانب آخر يرى

ماكويل ووينداهل أنه ليس واضحًا ما إذا كانت التأثيرات ناتجة من أجندة وسائل الإعلام أو من الاتصال الشخصي، بالإضافة إلى السؤال حول ما إذا كان من الممكن الاعتماد على نتائج تحليل المحتوى ليعطينا مؤشرًا في ذاته لتأثير أجندة الإعلام.

- التباين والاختلاف بين صور الترتيب (الأجندة) التي تشملها مثل أجنادات الأفراد أو الجماعات أو أجنادات المؤسسات مثل الأحزاب أو الحكومات والتأثيرات التي تتم على عملية وضع الأجندـة في كل حالة مثل تأثير الاتصال الشخصي، أو تأثير السياسيـن وصانعي القرار على الرغم من وحدة المصدر وهو وسائل الإعلام.

- عدم تحديد مستوى النية أو العمد أو الهدف الخاص بوسائل الإعلام.

- وكذلك بالنسبة إلى التساؤل حول الشك في نقطة البداية، وما إذا كانت تبدأ بواسطة وسائل الإعلام أو بأعضاء الجمهور وحاجاتهم، وربما بواسطة مؤسسات الصفوة التي تعمل كمصدر لوسائل الإعلام.

ثانياً نظرية «ثراء وسائل الإعلام»

قدم الباحثان الأميركيـان ريتشارد دافت وروبرت لينجـيل نظرية «ثراء وسائل الإعلام» عام 1984 لوصف وتقييم وسائل الاتصال

داخل المنظمات وهي تهدف إلى التغلب على تحديات الإتصال مثل الرسائل غير الواضحة أو الرسائل ذات التفسيرات المتناقضة، وقد تمت دراستها على نطاق واسع منذ عرضها لأول مرة. كما اختبرها علماء اتصال آخرون من أجل تطويرها.

وعلى الرغم من ارتباط النظرية باستخدام وسائل الإعلام، إلا أن الدراسات التجريبية التي أجريت عليها دراسات في كثير من الأحيان الوسيلة التي يجب أن يختارها القائم بالإتصال وليس

التأثيرات المترتبة على استخدام وسائل الإعلام.

تنص نظرية «ثراء وسائل الإعلام» على أن جميع قنوات الإتصال تملك خصائص معينة تجعلها أقل أو أكثر ثراءً، وأحد أهم أهداف اختيار وسيلة اتصال هو تقليل غموض الرسالة. إذا كانت الرسالة غامضة، فإنها تكون غير واضحة وبالتالي يكون فك شифرتها أكثر صعوبة على مستقبليها. وتضع النظرية وسائل الإتصال على مقياس متواصل يمثل ثراء الوسيلة وقدرتها على إيصال رسالة معقدة على سبيل المثال رسالة بسيطة معدة لترتيب موعد ومكان لقاء يمكن نقلها من خلال رسالة قصيرة عبر البريد الإلكتروني، بينما رسالة أكثر تفصيلاً عن أداء عمل شخص ما والتوقعات حوله يمكن نقلها من خلال الإتصال المباشر وجهاً لوجه.

تشتمل النظرية على إطار له محاور على مستوى الغموض والشك تمتد من الأدنى إلى الأقصى، مع انخفاض درجة الغموض والشك، يصبح الموقف واضحاً ومعروفاً جيداً، مع إرتفاع درجة

الغموض والشك، تصبح الأحداث مبهمة وملتبسة المعنى تحتاج إلى توضيح القائم بالإتصال.

وقد أكد دافت ولينجيل أيضاً على أن وضوح الرسالة يكون مهدداً أثناء اتصال الإدارات المتعددة مع بعضها البعض، وذلك لأن الإدارات من الممكن أن تكون مدربة في مجموعات نهارية مختلفة أو لها قواعد ومبادئ اتصالية متناقضة. وفي مقالٍ مشترك ذكرَا أنه «كلما زادت نسبة التعلم التي يمكن ضخها من خلال الوسيلة، كانت الوسيلة أكثر ثراءً». وقالا إن ثراء وسائل الإعلام يعد وظيفة لعدة خصائص شاملة هي:

القدرة على معالجة إشارات المعلومات المتعددة في وقتٍ واحد.

القدرة على تيسير فورية رجع الصدى.

القدرة على جذب التركيز الشخصي.

القدرة على استخدام اللغة الطبيعية.

تنبأ نظرية «ثراء وسائل الإعلام» بأن يقوم المدراء باختيار طريقة الاتصال على أساس ملاءمة غموض الرسالة لثراء الوسيلة، و معدلك، فكثيراً ما تدخل عوامل أخرى في الإعتبار مثل الموارد المتوفرة للقائم بالإتصال. وهذا يفترض أن يكون المدراء أكثر تركيزاً على كفاءة المهمة (وهي تحقيق الهدف بأكبر قدر من الكفاءة)، ولا يأخذوا في الإعتبار عوامل أخرى، مثل بناء العلاقات.

في كتابه «[New community networks](#)»⁽¹⁾ أشار الباحث في جامعة مونريال الكندية دوكلاس شيلر إلى أن حوالي 500,000 من الأفراد يستعملون بانتظام مئات من شبكات الجماعات على الانترنت في الولايات المتحدة الأميركية والعالم. إنهم يتواجدون في مختلف المؤسسات المحلية (مثل المدارس الجامعات الوكالات الحكومية المحلية، المكتبات والمنظمات التي لا تهدف إلى الربح) في شكل موارد مجتمع واحد توظف من أجل الاضطلاع بوظائف متعددة من تمكين الأفراد من التواصل بينهم، عبر الرسائل الإلكترونية، التي تشجع انخراطهم في القرارات المحلية وتنمية الفرص الاقتصادية المفتوحة أمامهم إن ذلك يحصل من خلال الآليات التالية⁽²⁾:

- الرابط بين أعضاء جماعة معينة، وتشجيع النقاش وحل المشاكل المشتركة.

- تنظيم المعلومات ووسائل الاتصال ذات الأهمية الخاصة للجماعات الحاجات الجماعات ولمواجهة مشاكلها بناء على جدول زمني.

- مشاركة قاعدة عريضة من المواطنين بمن فيهم نشطاء المجتمع، القادة الجهات الراعية لأنشطتهم، مقدمي الخدمات وذلك بشكل مستمر.

- العمل على إدماج جميع أعضاء الجماعة، وعلى الخصوص

ص: 115

Douglas Shiller. New Community networks. Université de Montréal .2007. P.P. .57 –1

Ipid. -2

ذوو الدخل المنخفض والذين يعانون من إعاقات أو محدودية في الحركة.

- توفير الخدمات الأساسية بتكليف عادلة ومعقولة أو على أساس مجاني.

- وأخيراً من خلال دعم الثقافة المحلية.

إن ما سبق لا يعني أن الجماعات على شبكة الإنترنت هي جماعات لا توجد في الواقع بل هي موجودة وتحتاج إلى اللقاء وجهاً لوجه بين أعضائها من أجل تminster الروابط بينهم وإن كانت الإنترنت أحد الفضاءات المهمة لذلك.

لقد تميزت الفترة الأخيرة بتطور لافت للنظر للنضال الدولي الذي يتجاوز حدود الدولة الواحدة من قبل التظاهر الواسع، الحملات الدعائية المتواصلة ضد الشركات العالمية ووكالات التنمية، وابتکار نظم المساءلة العامة لسلوك الشركات والمؤسسات التي اقترنت بوسائل الاتصال الحديثة، الحكومية. وهي الأنشطة والتي ساهمت الانترنت بدرجة كبيرة في تحفيزها عبر خفض التكلفة وضمان السرعة. إن الانترنت والفيديو الرقمي والهواتف الخلوية وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة تحول للأفراد إمكانية تجاوز إكراهات الوقت والجغرافيا وتنظيم أنشطة سياسية يصعب تصورها بدون تلك الوسائل.

وعندما تكون الجماعات أو شبكات النشطاء غير مراقبة بواسطة مراكز منظمة تصير الانترنت عبارة عن فضاء عام مفتوح تتداول

الأفكار ويرامج الاحتجاج بسهولة نسبية، وكل ذلك لا يرتكز فيه عمل النشطاء على قنوات الاتصال التقليدية من إعلام أو تلغراف.

في هذا الإطار يذهب أحد الباحثين إلى القول بأنه عندما يتعلق الأمر بشبكات غير مركبة وموزعة يكون من الصعب على آية نخبة مراقبة الأنشطة على الانترنت إنها تسمح لعملية الاتصال بأن تتم من الفرد إلى الفرد ومنه إلى المجموعات وحتى من المجموعات إلى المجموعات فطبيعة التكنولوجيا والمظاهر الاقتصادية تمكن من القيام بعملية النشر بتكلفة منخفضة نسبياً وبدون وساطة دار للنشر.

في إطار سيرورة وسائل الاتصال الحديثة هذه واستعمالها من قبل الأفراد والجماعات ظهرت البرمجيات الاجتماعية والتي ساهمت في إحداث ثورة في مجال الانترنت التقليدية بسبب ما تمنحه للأفراد والجماعات من مجال للمشاركة والتفاعل، وذلك باستخدام بنية تحتية عالمية من أجل خلق شبكات تشكل جزءاً مهماً في الشاط السياسي والمشاركة السياسية.

ومع الإقرار بهذه الأدوار المتزايدة لوسائل الاتصال الحديثة، وبنتوسع استخدامها من قبل النشطاء سواء كانوا محليين أم دوليين، فالسؤال المشروع الذي يفرض نفسه يتعلق بتقييم أثر التعرض لوسائل الاتصال الحديثة في التعبئة والانحراف.

ترجع هذه النظريات إلى كورت لانج Kurt Lang وكلاidis Gladys اللذين يقولان بوجود ارتباط بين انتشار شبكات الأخبار وتوسيع مشاعر الانقطاع عن العملية السياسية، ذلك أن طريقة تغطية الأخبار التلفزيونية للأحداث يمكن أن تؤثر على التوجهات الأساسية للناخبين اتجاه المؤسسات العامة أنهم يريان أن تلك التغطية تزيد من حدة العناصر المتضاربة للعملية السياسية التي تغذي بدورها السخرية العامة لدى الأفراد منها.

في الاتجاه نفسه يؤكّد ميشال روبيسون أن سائل الإعلام من قبيل التلفزة والجرائد كمصدر للمعلومات السياسية تتسبّب في العزوف السياسي وذلك بفعل العوامل التالية:

- الحجم الكبير وغير المتجانس لمشاهدي الأخبار التلفزيونية.
- التصورات العامة لشبكات الأخبار .
- الطابع التفسيري لتغطية الأخبار التي يقدمها التلفزيون.
- تركيز التقارير الإخبارية على العناصر السلبية.
- تركيز شبكات الأخبار على المواضيع المرتبطة بالصراعات والعنف.

وقد ترسّخ هذا الاتجاه النظري حول وسائل الإعلام في نهاية

الثمانينيات وبداية التسعينيات، واتخذ منحى خاصاً في السياق السياسي لأميركا الشمالية فأخبار التلفزة في الولايات المتحدة تقدم الحياة السياسية بطريقة أكثر سلبية من تلك التي تتضمنها الجرائد، ولهذا يمكن القول أن العزوف السياسي يزداد بازدياد الأخبار السيئة في قصص السياسيين والمؤسسات السياسية.

ويتعين الإشارة إلى أن هذه النظرية تعرضت لانتقادات تأسس على التأثير الكبير الذي يمارسه الإعلام على مختلف مناحي الحياة، انتقادات أدت إلى ظهور نظريات أخرى في مجال التأثير السياسي للإعلام من بينها نظريات التعبئة السياسية.

رابعاً: النظريات العلمية الحديثة

شهدت النظريات التي حاولت تحليل وتفسير أدوار وسائل الإعلام تغييرات هامة على مدى القرنين الماضيين، وقد بلغ عددها حسب الباحث في علم اجتماع الإعلام البروفسور حسين أبو شنب - ما يقارب 150 نظرية يصعب معه التطرق إليها جمياً، ولذلك سنحاول استعراض مضمون بعض نماذج من هذه النظريات - رغم أن بعض هذه المقاربات تجاوزها الزمن والأحداث - ابتداء من نظرية وسائل الإتصال الجماهيري في القرن التاسع عشر، وصولاً إلى مجموعة من الاتجاهات المعاصرة⁽¹⁾. ولذلك يمكن إدراج مجموعة النظريات العلمية والأخلاقية على الوجه التالي:

ص: 119

1- حسين أبو شنب - فصل من محاضرات في الإعلام التفاعلي - الجامعة الأردنية.

تعود الأفكار الأولى التي تأثرت ضمن مرحلة الاتصال الجماهيري إلى النصف الأخير من القرن التاسع عشر، وهي فترة تميزت بالانتشار السريع للمصانع الكبرى في المناطق الحضرية بالتزامن مع ارتفاع وتيرة هجرة الأفراد من المناطق الريفية إلى داخل المدن في الدول الصناعية وظهور المطابع التي سمحت بإنشاء الصحف القابلة للبيع بأسعار منخفضة لجمهور من القراء آخذ في الازدياد وبوتيرة متسرعة.

الخصوصية الأساسية لمنظري المجتمع الجماهيري والثقافة الجماهيرية أنهم بالغوا في التأثير الذي تحدثه وسائل الاتصال الجماهيري، وفي قدرتها على تحفيز التغيرات المجتمعية والثقافية. إنها تأسس على خلفية التأثير السريع والتلقائي للأفراد بالرسائل التي تتضمنها تلك الوسائل، وبعدم توفرهم على إمكانية مقاومتها.

نظريّة فرانكفورت

أنتَجت مدرسة فرانكفورت نموذجاً مبكراً للدراسات الثقافية النقدية لوسائل الإعلام الجماهيرية والثقافة ، إذ طورت نقداً متعدد التخصصات لوسائل الإعلام يقوم على الجمع بين نقد الاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام وتحليل النصوص، ودراسات الآثار الاجتماعية والإيديولوجية لاستقبال الجمهور للثقافة الجماهيرية والإعلام .

أو على الخصوص قام أنصار هذه المدرسة، ومن أبرزهم تيودور أدورنو Theodor Adorno وماكس هوركايمر Max Horkheimer، بفحص الصناعات الثقافية كشكل من أشكال إدماج الطبقة العاملة في المجتمعات الرأسمالية.

وقد ركزت مدرسة فرانكفورت جل اهتمامها على التكنولوجيا والثقافة، مشيرة إلى تحول التكنولوجيا إلى قوة رئيسية لإنتاج وتكوين التنظيم الاجتماعي وللسبيطية عليه. ففي مقال صدر له عام 1941 بعنوان «بعض الآثار الاجتماعية للتكنولوجيا الحديثة»، يذهب هربرت ماركوز إلى أن التكنولوجيا المعاصرة تشكل أداة لتنظيم وإدامة (أو تغيير) العلاقات الاجتماعية، ومظهراً من مظاهر أنماط السلوك والتفكير السائد وسيلة للسيطرة والهيمنة في مجال الثقافة تنتتج التكنولوجيا ثقافة شاملة تعود الأفراد على الامتثال لأنماط التفكير والسلوك المهيمنين وبالتالي توفر أدوات قوية للرقابة الاجتماعية والهيمنة.

نظريّة الأثُر المحدود لوسائل الاتصال الجماهيري

مع منتصف الخمسينيات من القرن الماضي قام لازارسفيلد Lazarsfeld وبقية باحثي وسائل الاتصال الجماهيرية ذوي النزعة التجريبية، بتجميل كم هائل من المعطيات والبيانات، وقد دفعهم تحليلها إلى استنتاج أن وسائل الاتصال ورغم مرور ما يزيد على ستين سنة من ظهور هذه النظرية فهي ما زالت تجد صدى وقبولاً في العديد من الأبحاث الأكاديمية، وذلك على الرغم من التحولات

الملحوظة في البنية الاجتماعية والسياسية، ومن تغير زاوية النظر في آثار وسائل الاتصال من الاهتمام بتغيير المواقف والسلوك على المدى القصير إلى إعطاء الأولوية للأثار غير المباشرة من قبيل إعداد جدول الأعمال التأثير معالجة المعلومات ، وغيرها من الآليات التي تؤثر على التصورات على المدى الطويل الأجل.

نظريّة الماركسية الجديدة

إنسجاماً مع النظريّة الماركسية حول دور وسائل الاتصال الجماهيري يعتبر مجموعة من المنظرين المنتسبين إلى تيارات الاشتراكية الأوروبيّة - الذين قاوموا بشدة هيمنة الولايات المتحدة بعد الحرب العالمية الثانية، والذين يطلق عليهم تسمية «الماركسيّن الجدد» - أن وسائل الاتصال تمكّن النخب الاجتماعيّة المهيمنة من خلق والحفاظ على استمرارية سلطتهم، من خلال استثمار الإمكانيّات التي تغولها تلك الوسائل والمتمثلة بما يلي:

- إنها تقدم آلية مريرة ولكنها فعالة في تعزيز التصورات حول المجتمع والاقتصاد والسياسيّة الملائمة لمصالح النخب المهيمنة.

- إنها إحدى أدوات الصراع الثقافي في المجال العام تمكن من تكريس ثقافة مهيمنة ودعم استمراريتها.

- إنها تستعمل لتهميش المعارضة وتقديم الوضع القائم quo the status باعتباره السبيل الوحيد المنطقي والعقلاني لهيكلة المجتمع.

ركز المتممون إلى هذه المدرسة (...) Stuart Hall، Richard Hoggart) بشكل كبير على وسائل الاتصال الجماهيرية ودورها في تعزيز نظرة وثقافة مهيمنة بين مختلف شرائح المجتمع، حيث درسوا كيفية استخدام وسائل الاتصال وتوجهها إلى تقييم كيف يمكن أن يؤدي ذلك الاستعمال إلى جعل الناس يساندون الأفكار التي تدعم النخب المهيمنة.

علاوة على ذلك، يتبع الإشارة إلى أن الدراسات الثقافية البريطانية اهتمت أيضاً بدراسة ثقافات الشباب بهدف إيجاد أشكال جديدة للمعارضة للتغيير الاجتماعي. فمن خلال بحثها في ثقافات الشباب الفرعية، أظهرت الدراسات الثقافية البريطانية كيف تشكل الثقافة نماذج متميزة للهوية وللشخصية في الجماعة ذات مقومات كبيرة لمقاومة الثقافة والهوية المهيمنة، وخلق هويات ونمط خاص بهن.

الاتجاهات النظرية الحالية

أدى تغير المعطيات السوسيولوجية والتكنولوجية في المجتمعات المعاصرة، وظهور وسائل الاتصال الجديدة، إلى تبدي محدودية كبيرة في قدرة المقتربات النظرية السابقة على تحليل وتقسيم أدوار وسائل الاتصال الجماهيري وتأثيرها على الأفراد. (...) ويمكن القول أننا نوجد اليوم في بداية سياق ظهور نظريات جديدة حول أثر وسائل الاتصال الجماهيري سواء

في شكلها التقليدي أم الجديد. ومن بين أمثلة النظريات التي تحاول مقاربة وسائل الاتصال بطريقة مختلفة عن المقارب السابقة، نظرية الإطار FRAMING THEORY التي تتحوّل إلى تفسير السيرة التي يمتلك من خلالها الأفراد التصورات حول قضية، أو يعيدون توجيه تفكيرهم، حولها، بحيث يشير الإطار إلى مجموعة من المفاهيم المجردة التي تستعمل من قبل الأفراد لتنظيم وهيكلة المعاني الاجتماعي للأحداث والرسائل.

النظريات الأخلاقية

لقد تطورت ثلاثة أنماط على الأقل من النظريات الأخلاقية حول الميديا بوجه عام:

- النمط الأول: نظريات ترتكز على القاعدة أو النظرية الأخلاقية للواجب الأخلاقي (Deontological).

- النمط الثاني: نظريات الغائية أو الموازنة (Teleological).

النمط الثالث: النظريات النسبية (Relativism).

إن أكثر النظريات الأخلاقية شهرة هي تلك المرتبطة بالفيلسوف إيمانويل كانت (Immanuel Kant). لقد افترض قوانين أخلاقية تشكل ضرورات مطلقة أو قاطعة للمبادئ التي تحدد ما هو الإجراء الصحيح أو المناسب في جميع الحالات. وإن اتباع هذه الضرورات القاطعة يمثل واجباً أخلاقياً على جميع البشر. ولتحديد ما هي الضرورات القاطعة، فإن على المرء أن يتساءل عما ما إذا كان

السلوك موضوع البحث هو أمر يرغب في أن يراه مطبقاً بشكل عام (عالمياً).⁽¹⁾

وبعبارة أخرى إن على المرء أن يتصرف بطريقة يرغب في أن يرى جميع الآخرين يتصرفون بها. لاحظ أن تفكير (كانط) يتوازى من عدة نواح مع القاعدة الذهبية القائلة: عامل الآخرين كما تُحب أن يعاملوك.

وعلى سبيل المثال، قد يطور باحث في مجال الإعلام الجماهيري حتمية قاطعة حول الخداع. فالخداع هو أمر لا يريد الباحث أن يراه يطبق بصورة عامة من قبل الجميع. كما أن الباحث لا يريد أن يخدع. وبهذا، فإن الخداع هو أمر يجب عدم استخدامه في البحث مهما كانت المنافع وبغض النظر عن الظروف.

أما النظرية الغائية، أو الموازنة (Teleological)، فإن أبسط مثال عليها هو ما دعاه الفيلسوف جون ستيوارت بالنفعية (مذهب المنفعة) (Utilitarianism). وفي هذه النظرية، تتم موازنة الخير الذي سيأتي جراء عمل مقابل الضرر المحتمل. ويتصرف الفرد بعد هذا بطريقة تزيد إلى أقصى الحدود الخير، وتقلل الضرر. وبعبارة أخرى، إن الاختبار النهائي لتقرير خبر سلوك ما يعتمد على النتائج التي تترتب على هذا السلوك الغائية قد تبرر الوسيلة. وكما سنتم ملاحظته فإن مجالس المراجعة في المعاهد في الكليات والجامعات تؤيد هذا المبدأ عندما تقوم بالنظر في مشاريع البحث

ص: 125

1- رoger وimer - جوزف دومينيك - مدخل الى مناهج البحث الإعلامي - ترجمة صالح أبو اصبع - فاروق منصور - المنظمة العربية للترجمة - 2013 - ص 123 .

والتزامها المعايير الأخلاقية. ولا شك بأن النظريات الثلاث تُشكل أساساً للمبادئ الأخلاقية.

في هذا المجال يقدم الباحثون في علم اجتماع الإعلام أربعة مبادئ :

- مبدأ الاستقلالية (Aitonomy) أو تقرير المصير الذي له ضرورة في الحتمية القاطعة. إن إنكار أو رفض الاستقلالية أمر لا يرغب الباحث بأن يراه يمارس بشكل عام. ومن أساسيات هذا المفهوم أن يحترم الباحث حقوق الآخرين وقيمهم وقراراتهم. إن أسباب تصرف شخص ما يجب أن تُحترم وأن لا يتم التدخل في تصرفاته. ويتجلى هذا المبدأ باستخدام الموافقة المسبقة الوعية في إجراءات البحث.

مبدأ عدم الإيذاء (Nonmaleficene). ويعني باختصار أن من الخطأ إلحاق الأذى بالآخرين عن قصد.

مبدأ الإحسان (Beneficence)، والذي يعتبر عادة مصاحباً للمبدأ السابق ويتطلب هذا المبدأ التزاماً إيجابياً بأزالة الأضرار الحالية وإسهام المنافع على الآخرين. ويعمل هذان المبدآن معاً، غالباً ما يجب على الباحث أن يوازن ما بين المخاطر الضارة لبحثه مقابل منافعها المحتملة (مثل زيادة المعرفة، أو تنقية نظرية). لاحظ كيف تتعامل نظرية المنفعة مع هذه المبادئ .

مبدأ العدالة (Justice) ، يرتبط بكلتا نظرتيي الأخلاق والغاية. وعند المستوى العام لهذا المبدأ فإنه يعني أن الناس المتساوين في

الجوانب المتناظرة يجب أن يعاملوا بشكل متساوٍ. أما في السياق البحثي، فإن هذا المبدأ يجب أن يتم تطبيقه عندما يجري تقييم برامج أو سياسات جديدة. ويتم تشارك الجميع في النتائج الإيجابية لمثل هذا البحث. وعلى سبيل المثال، فإنه يكون من غير الأخلاقي أن لا يستفيد من الإجراءات الجديدة للتدريس مجموعة الأطفال الذين تم اختيارهم كمجموعة ضابطة (مراقبة) من دون المجموعة التي أجريت عليها الإجراءات التجريبية. إن الفوائد يجب أن يتقاسمها جميع المؤهلين لذلك [\(1\)](#).

ويُقدم فراري وبوتان وكريبس (Frey, Botan and AKreps 2000) الموجز التالي للمبادئ الأخلاقية التي ينادي بها الباحثون بشكل عام:

1. وفّر للناس الذين تتم دراستهم حرية الاختيار.
2. إِحْمَ حُقُومُهُمْ فِي الْخُصُوصِيَّةِ.
3. أَفْدِهُمْ وَلَا تُؤذِهُمْ.
4. عَامِلُهُمْ بِاحْتِرَامٍ .

ومن الواضح أن على الباحثين في دراسات الإعلام اتباع مجموعة من القواعد لتحقيق التزاماتهم الأخلاقية نحو للأفراد والمستجوبين (المشاركين). وفي مناقشته للأسلوب المختبري، فإن كوك (Cook 1976) يقدم مثل هذا المعيار الأخلاقي الذي يمثل القاعدة في الميدان:

ص: 127

1. لا تُشرك أنساً في البحث من دون علمهم أو موافقتهم.

2. لا تجبر أنساً على المشاركة.

3. لا تحجب عن المشاركين الطبيعة الحقيقة للبحث.

4. لا تكذب بفاعلية حول طبيعة البحث.

5. لا تقد المشارك إلى ارتكاب أفعال تقلل من احترامه لنفسه.

6. لا تنتهك الحق في تقرير المصير.

7. لا تعرض المشارك لضغوط جسدية أو عقلية.

8. لا تنتهك خصوصية المشارك.

9. لا تحجب الفوائد عن المجموعات الضابطة.

10. لا تحجب عن معاملة المشاركين في البحث بمساواة، وإظهار الاحترام والتقدير لهم⁽¹⁾.

إن الأبحاث التي تدور حول أخلاقيات الإعلام تسير في اتجاهين اتجاه يرفض القول أن هناك أساساً ما يمكن تسميته بأخلاقيات الإعلام انطلاقاً من أن تصور أخلاق الإعلام هو في ذاته تصور متناقض ذاتياً، ذلك أنه كيف يمكن للصحافي أن يكشف عن بعض القصص التي يريد الناس معرفتها إذا كان يجب عليه دائماً التحليل بالأخلاقيات واحترام مشاعر وخصوصيات أولئك الذين يقوم بفضحهم؟ ثم إن نوع الأخبار التي ينشرها والطريقة

ص: 128

1- المصدر نفسه - ص 135

التي يحصل بها عليها أحياناً ما تكون غير أخلاقية، كيف يمكن أن يكون هناك - إذاً - اتساق بين مهنته ومسئوليته الأخلاقية؟ أضف إلى ذلك أن الغالبية من الناس ينظرون إلى رجال الإعلام - أو الصحافة تحديداً - على أنهم أولئك الذين يبحثون دائماً عما يرُوّج بضاعتهم أكثر، أي عن فضائح الناس، إذ هي مصدر كل من الشهرة والمال للصحافي . كيف يمكن - إذاً - أن تكون هناك أخلاقيات للإعلام أو للصحافة؟ وما يقوى هذه النظرة هي إصرار رجال الإعلام على ما يسمى حرية التعبير. ثم إنه إذا كانت وظيفة رجال الإعلام تتراوح من نشر الفضائح السياسية لبعض الشخصيات إلى عرض الأحداث الهامة التي تحدث في العالم ، فإن هذه المهام جميعها لا صلة لها من قريب أو من بعيد بالأخلاق.

أما الفريق الآخر فيرى على العكس أنه إذا كانت وظيفة الصحفي نشر الأخبار الهامة ذات الدلالة، بما في ذلك عرض وكشف أشكال الفساد والغش والمسائل اللا أخلاقية التي تحدث في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية ومن بعض السياسيين، والحديث عن الجريمة المنظمة وفضح الثراء غير الشرعي لبعض الشخصيات وهو ما جعل من الصحافة السلطة الرابعة كما يسمونها من حيث أنها من يملك مراقبة ذوي السلطة والنفوذ في المجتمع، فإذا كانت وظيفة الصحفي باختصار هي الكشف عن الفساد وفضحه فإن هذا وحده يقف دليلاً على صلة الإعلام بالأخلاق، بمعنى أنه إذا كانت مهمتها الكشف عن المسائل اللا أخلاقية، فإنه يجب على رجالها أن يكونوا أبعد الناس عن هذا الذي يريدون كشفه وفضحه

ف الرجال الإعلام عليهم واجب أخلاقي يتمثل في الكشف بـالخلاص عن الأعمال غير الأخلاقية من هنا فإنه لكي يكونوا متسقين مع أنفسهم فإن هدفهم يجب أن يتمثل في احترام المعايير الأخلاقية للسلوك التي يطلبون من غيرهم التمسك به⁽¹⁾.

والجدير بالذكر أنه إذا كان فحص الممارسات الصحفية والتحقق من فهم العامة للدور الذي تلعبه الصحافة يندرجان أيضاً ضمن اهتمام الدراسات الإعلامية وعلم النفس وعلم الاجتماع، فإن هذه الدراسات جميعها لا يمكنها الإجابة عن السؤال: ما الذي يجب - وما الذي لا يجب - على الصحفي - من الناحية الأخلاقية أن يفعله؟ إن البحث في الالتزامات الأخلاقية للصحافة والإعلام

مبحث فلسفى خالص من حيث أنه مبحث معياري.

أخلاقيات الإعلام - إذاً - مبحث أخلاقي يعني بالبحث في تلك المعايير التي تجعل من الإعلام إعلاماً جيداً، بمعنى أن المعايير الأخلاقية هي معيار التمييز بين الإعلام الجيد والإعلام غير الجيد وبما أنه بحث في المعايير فهو بالأساس مبحث فلسفى.

المشكلة الأخلاقية للإنترنت

رغم أن الكثير من البحوث التي تجري بالاتصال المباشر (Online) (الإنترنت) قد لا تثير أية أسئلة حول الأخلاقيات، إلا أن

ص: 130

1- بهاء درويش - أخلاقيات الإعلام - دعوى التنظير ومبررات التفعيل. دراسة خاصة - جمهورية مصر العربية.

الباحثين كمياً وكيفياً يجب أن يدركون أن الاستخدام المتزايد للإنترنت كوسيلة بحث قد سبق كثيراً جهود الباحثين لوضع مبادئ أخلاقية مقبولة عموماً في ما يتعلق بالبحث بالاتصال المباشر. وإحدى المشكلات هي أن البحث بالإنترنت قد ينطوي على طائفة واسعة من الأوضاع بما فيها المواقع الإلكترونية أو البريد الإلكتروني، أو غرف الدردشة (Chat)، أو الرسائل الفورية، أو مجموعات الأخبار، أو الحوارات المتعددة المستخدمين (MUDs) (Multiple User Dialogues)، والتي لم تتناولها المبادئ التوجيهية الأخلاقية القائمة حالياً. ومع إبقاء ذلك في الاعتبار، فإن التوصيات التالية هي مقترنات عامة لتوجيه الباحثين الذين يواجهون قضايا محددة في البحث بالإنترنت.⁽¹⁾

وكنقطة بداية من الممكن تمييز نوعين على الأقل من البحث بالاتصال المباشر. ويمكن تسمية النوع الأول بالبحث السلبي (Passive) حيث يدرس الباحثون محتويات المواقع الإلكترونية، أو غرف الدردشة، أو لوحات الرسائل، أو المدونات (Blogs). وقد يقوم الباحثون، أو لا يقومون بالتعريف بأنفسهم للمشاركين والكثير من البحوث النوعية، وبعض بحوث تحليل المضمون الكمية، تقع ضمن هذا النوع ومثال على ذلك هو الباحث الذي يقوم بإجراء تحليل مضمون للرسائل المنشورة على الموقع الإلكتروني لبرنامج تلفزيوني، أو المضمون الموجود في عينة من المدونات.

ص: 131

1- رoger وimer وجوزيف دومينيك - مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي - مصدر سابق ص 156 .

والمشكلة الأخلاقية التي قد تظهر في مثل هذه الحالة تكون في ما إذا كان الباحث بحاجة إلى موافقة مسبقة ليقوم بتحليل واقتباس التعليقات المعلقات على الإنترت ومن الواضح أنه إذا كان القصد من الموقع أصلاً الوصول إلى عامة الناس مثل شبكة CNN.com، فإن المادة تكون متاحة بحرية للتحليل والاقتباس في البحث إلى درجة معقولة من دون حاجة إلى موافقة مسبقة. وهذا الوضع مماثل لتحليل مضمون صحيفية أو نشرة أخبار تلفزيونية.

ولنأخذ مثالاً ملمساً. ماذا عن تحليل ما ينشر على منتدى على الإنترت مثل ذلك الموقع الذي يديره معهد بوينتر (Poynter Institute)؟ فأحد هذه المنتديات يتناول قضياباً خلافية. فهل هو أخلاقي أن يقوم الباحث بنشر مقتبسات من هذا المنتدى من دون موافقة المشاركين المُسبقة؟ في هذه الحالة يحتاج الباحث إلى أن يسأل:

1. هل المنتدى مفتوح للجميع؟ وبعبارة أخرى هل هو مساحة عامة أم خاصة؟

2. هل التعليق عليه يحتاج إلى تسجيل أو كلمة سر؟

3. هل للموقع سياسة ضد الاقتباس من محتوياته؟

4. هل لدى المشاركين توقع في الخصوصية في ما يتعلق بتعليقاتهم / بمعلقاتهم (Post)؟

وفي هذا المثال المحدد فإن المنتدى يتطلب التسجيل وفق

كلمة سر للدخول، مما يوحي بأنه مساحة خاصة لا عامة وأن لدى المشاركين بعض التوقعات بالخصوصية.

هذه

وبالرغم من أنه ليس للموقع سياسة صريحة ضد الاقتباس المباشر، فإن نشر التعليقات / المعلقات من دون موافقة مسابقة يبدو أمراً مشكوكاً به أخلاقياً وترتيبات معهد «بوينتر» هذه هي نموذج عن معظم منتديات الإنترنت الحالية. فالتسجيل وكلمة السر مطلوبان بشكل عام وبعض مواقع مجموعات الأخبار على أي حال كذلك المكرسة لمناقشة (Microsoft's Windows Media Player) تتضمن موافقة يُمكن قراءتها من قبل أي شخص من دون حاجة للتسجيل. ويحذر بيان على هذا الموقع بالقول «لطفاً ذكر أن مجتمعاتنا مساحات مفتوحة، لذا لا تعلق أي شيء لا ترغب في أن يراه العالم». ويفيد أن تحليل مثل هذا النوع من المنتديات لا يشير إلا قليلاً من المخاطر الأخلاقية.

إن كان موقع ما يتطلب كلمة سر أو لديه مبادئ توجيهية تشير إلى أن لدى الأعضاء بعض التوقعات بالخصوصية، عندها يجب على الباحث أن يحصل على موافقة المشاركين المُسابقة. وعلى أي حال، ينبغي على الباحث أن يدرك أن تعليق رسالة مثل «هل يمكنني تسجيل تعليقاتك لأغراض البحث؟ على لوحة رسائل قد لا تقابل بإجابة دافئة. وفي الحقيقة، أنه في معظم غرف الدردشة الحية، فإن مثل هذا الطلب يكفي لطرد الباحث خارجاً. وعلاوة على ذلك، إن أعطيت الموافقة، فعلى الباحث أن يتذكر في ما إذا كان فعل تسجيل التعليقات من المجموعة (وجعلها دائمة) يشير أي نوع من المخاطر للمشاركين.

ص: 133

وأخيراً، هناك مشكلة إخفاء أو ستر شخصيات المشاركين. فتسمية المجموعة أو المنتدى الذي جرى الاقتباس منه قد يمكن بعض الناس من تحديد هوية فرد ما . وأكثر من ذلك، إن نشر باحث مقتبسات حرفية طويلة، فمن الممكن أن يكون محرك البحث قادراً على تبع الجملة المقتبسة إلى الشخص الذي قالها والباحث الذي يعد مساهمه بالسريقة قد يستخدم أحد الضمانات التالية:

لا تذكر اسم المجموعة.

غير صياغة المقتبسات الطويلة.

إخفِ بعض المعلومات، مثل أسماء المؤسسات أو المعاهد.

إحذف التفاصيل التي قد تكون ضارة بالأفراد المشاركين.

والنوع الثاني من بحوث الاتصال المباشر (الإنترنت) الذي يمكن التفكير فيه هو البحث النشط (Active) حيث يحاول الباحث جمع معلومات من خلال مسوح الإنترت، أو مجموعات التركيز، أو أنماط من التجارب. ويطرح هذا الوضع مشكلات أخلاقية أكثر . ، فأولاً، تتطلب القواعد الاتحادية لمواضيع البحث الإنسانية من الباحثين توثيق الموافقة المسبقة الواعية من المشاركين وإضافة إلى ذلك، فإن القواعد تقول بأن هذا التوثيق يجب أن يكون «أنموذجاً مكتوباً» موقعاً من الشخص. وهذا يكاد يكون مستحيلاً على الإنترت. ولحسن الحظ أن هذا المتطلب يمكن التنازل عنه في البحوث مع البالغين التي تثير القليل فقط من المخاطر. وفي هذه الحالة يعد الباحث نسخة إلكترونية عن استماراة الموافقة المسبقة،

وتعطى هذه الموافقة بالنقر على زر يشير إلى أن المستجوب قدقرأ الاستماره وفهمها.

وفي بعض الحالات يكون من الصعب على الباحث تحديد إن كان المشارك يفهم حقاً أنموذج الموافقة المسبيقة .

ولقد زودنا سنجر وسنجر (Singer and Singer 1981) بمثال ممتاز عن كيفية تضييق موضوع البحث وتطويره ووضعه في صيغة بسيطة. كان الباحثان معنيين في ما إذا كانت مواد التلفزيون تعزز مقدرة الطفل على السلوك التخييلي أو تعوقها، وبعد مراجعة عميقة للأدبيات المتوفرة قام سنجر وسنجر بتضييق الدراسة بالتفتش عن أجوبة لأسئلة بحثية أساسية ثلاثة (1):

1- هل يُثير مصممون التلفزيون مقدرات الطفل التخييلية بتقديم مواد وأفكار من أجل اللعب الذي يكون الاقتئاع؟ (Play).

2- هل يقود التلفزيون إلى تشويهات الواقع لدى الأطفال؟

3- هل يقوم تدخل الراشدين وتسطيعهم أثناء مشاهدة الأطفال للبرنامج أو فوراً بعد انتهائه، إلى إثارة تغيرات في اللعب الذي يكون الاقتئاع، أو أنه يستثير لعباً يكون الاقتئاع.

ويتمكن للمعلومات التي يتم جمعها من مثل هذا النوع من الدراسات توفير بيانات تؤدي إلى فرضية قابلة للاختبار. فمثلاً،

ص: 135

1- روجر ويمر - جوزف دومينيك - مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي - ترجمة: صالح أصبع وفاروق منصور - مركز دراسات الوحدة العربية والمنظمة العربية للترجمة - بيروت 2013 .

قد يكون سنغر وسنغر قد جمعا بيانات مهمة كافية من دراستهما المبدئية لاختبار هذه الفرضيات.

1- إن الوقت الذي يقضيه الطفل في اللعب المكون للاقتناع يرتبط مباشرة بمقدار الوقت الذي يقضيه في مشاهدة اللعب المكون للاقتناع على التلفزيون.

2- مستوى تشويهات الواقع لدى الطفل يرتبط مباشرة بمقدار وطبيعة البرامج التلفزيونية التي يشاهدها.

3- مناقشة الأبوين مع الأطفال حول اللعب المكون للاقتناع قبل وأثناء وبعد مشاهدة الطفل لبرامج تلفزيونية.

والفرق بين المجموعتين من البيانات، أن الأسئلة البحثية تطرح فقط مجالات عامة للتحصي، في حين أن الفرضية هي بيان قابل للاختبار حول العلاقة أو العلاقات بين المتغيرات والقصد الوحد في مرحلة السؤال البحثي هو جمع معلومات تساعد الباحثين في تحديد الفرضية واختبارها في المشروعات اللاحقة.

وعلى سبيل المثال، في ما يلي مقتطف من الاستنتاج الذي توصل إليه سنجر وسنجر (Singer and Singer 1981 p. 385) :

«إن التلفزيون بطبيعته وسيلة تُؤكد على كل العناصر التي توجد عموماً في التخييل : السيولة البصرية، مرونة الوقت والمجال (المساحة)، وتوليد الاقتناع (Make-Believe)... ونتج من المريين أو المنتجين جهد ضئيل لتطوير برامج لأعمار محدودة... وهذا دليل على أن هناك حاجة ماسة إلى المزيد من البحث التطويري البرامج ولتوسيط البالغين».

الفصل الثالث : موقع التواصل الاجتماعي

اشارة

(Social Media)

رموزها ووظائفها ومخاطرها

ص: 137

خلص تقرير بحثي بريطاني صدر في العام 2016، إلى أن موقع التواصل الاجتماعي تتفوق على التلفزيون كمصدر رئيسي للحصول على الأخبار بين فئة الشباب. وأشار إلى أن 28 في المئة من الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 24 عاماً يلجؤون إليها كمصدر رئيسي لمعرفة الأخبار مقارنة بنسبة 24 في المئة منهم يعتمدون على التلفزيون [\(1\)](#).

أضاف التقرير الذي أعده معهد «رويترز لدراسة الصحافة»، وشمل 25 ألف شخص من 26 دولة، أن 51 في المئة من المستخدمين ممن لديهم إمكانية الدخول إلى الإنترنت يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، وأدى هذا الاتجاه الجديد، فضلاً عن زيادة استخدام الهواتف المحمولة في معرفة الأخبار، إلى تقويض دور النماذج التقليدية في هذا المجال.

ويذكر التقرير في مقدمته أن «موجة ثانية من الإضطرابات» تعصف بمؤسسات الأخبار في شتى أرجاء العالم، نتيجة «العواقب المحتملة الكبيرة التي تستطول الناشرين، وكذا مستقبل إنتاج الأخبار»، مشيراً إلى أن موقع «فايسبوك» وموقع أخرى للتواصل الاجتماعي تخطت حيز كونها «مساحات لاكتشاف الأخبار» لتتصبح موقع للمستخدمين يستهلكون فيها أخبارهم. ورأى أن هذا الموقع هو الأكثر شيوعاً بين المستخدمين (44 في المئة ممن

ص: 138

1- انظر : جين ويكفيلد - مراسلة التكنولوجيا في شبكة .bbc

شملتهم الدراسة) من حيث مشاهدة الأخبار وتبادلها والتعليق عليها يليه في المرتبة موقع «يوتيوب» بنسبة 19 في المئة، وموقع «تويتر» بنسبة 10 في المئة.

وتحصل نسبة المستخدمين لموقع «أبل نيوز» 19 في المئة في الولايات المتحدة، و3 في المئة في بريطانيا، في حين تصل النسبة بين مستخدمي تطبيق «سناب شات» للرسائل إلى واحد في المئة فقط أو أقل من ذلك في معظم الدول.

ويشير التقرير إلى أن المستخدمين يفضلون الحصول على مادتهم الإخبارية التي تخضع لعمليات انتقاء بعمليات حسابية، ويقول 36 في المئة إنهم يحبون قراءة الأخبار المختارة على أساس القراءات السابقة، في حين قال 22 في المئة منهم إنهم يفضلون جدول أعمالهم الإخباري الذي يعتمد على قراءات الأصدقاء.

ويرغب 30 في المئة من المستخدمين أن تخضع عملية الاختيار لإشراف محررين، صحافيين، كما يخشى كثيرون من أن تؤدي العمليات الحسابية إلى حدوث «فقاعات» إخبارية يرى فيها المستخدمون الأخبار من وجهات نظر مشابهة لتفكيرهم. في هذا الإطار، يقول نيك نيومان المشرف على التقرير : يحب المستخدمون قراءة الأخبار المختارة بعمليات حسابية، لكنهم يخشون من أن يعني ذلك فقدانهم نقاطاً رئيسية أو وجهات نظر قوية.

ولاحظ التقرير زيادة استخدام الهواتف الذكية في معرفة الأخبار

ص: 139

وسجلت السويد أعلى مستويات (69 في المئة) تليها كوريا (66 في المئة) وسويسرا (61 في المئة). كما أشار إلى أن المستخدمين يلاحظون العالمة التجارية الإخبارية الأصلية للمحتوى المقدم على موقع التواصل الاجتماعي أقل من نصف الوقت، وهو أمر قد يثير قلق منصات الإعلام التقليدية.

Face Book 1 – فايس بوك

«فايس بوك» في الاصطلاح عبارة عن كلمتين باللغة الإنكليزية: ((وتعني الوجه، وبوك)) وتعني الكتاب، وبهذا تعني «كتاب الوجوه».

هو موقع تواصل اجتماعي يمكّن المستخدمين من الأصدقاء وإضافة أصدقاء جدد، وكذلك التحدث التحدث التواصلي مع سهولة عن طريق إرسال رسائل إليهم والتواصل معهم من خلال نشر صور وكتابة تعليقات ونقل أفلام أو موسيقى من أي موقع على شبكة التواصل. كما يؤمّن المحادثات سواء كانت صوتية أم فيديو صوتاً وصورة، هذا فضلاً عن الكثير من الخدمات المميزة التي تجعله شبكة التواصل الأفضل على الإطلاق.

إنطلق الموقع في 4 كانون الثاني (يناير) 2004 من خلال فكرة بسيطة جداً. فقد كان الطالب في جامعة «هارفارد» مارك زوكربurg يحضر مشروع التخرج، ففكر بإيجاد وسيلة تواصل بين طلبة الجامعة، ثم انضم إليه طلاب كليات جامعتي «بوسطن» و«إيفي ليج»، ثم أصبح متاحاً للعديد من الكليات في الولايات المتحدة

الأميركية وكندا، ويتواءل من خلاله الطلبة، وفي شهر حزيران (يونيو) العام نفسه انتقل مقره إلى مدينة «بالو ألتو» بولاية كاليفورنيا.

وقد أحدث الموقع ضجة كبيرة في العالم، وتتسابق أصحاب الشركات الكبرى على شرائه بهدف الاستثمار فيه، وكان أول العروض التي حصل عليها مارك من شركة «باي باي» بقيمة 500 ألف دولار أمريكي، وجاء عرض آخر في عام 2005، والعرض الثاني من شركة «أكسيل بارتزر» بقيمة 12.7 مليون دولار، ثم قدمت له شركة «جريبلوك بارتزر» عرضاً أكثر إغراء بلغت قيمته 27.5 مليون دولار، ولكن مارك رفض هذه العروض.

وفي عام 2007 أعلنت شركة مايكروسوفت» أنها اشتريت ما يقدر بـ 1.6% من الموقع بمبلغ 240 مليون دولار، وفي العام نفسه أعلن الملياردير لي كاشينج من هونغ كونغ أنه قام باستثمار في فايسبوك بقيمة 60 مليون دولار.

ونظراً لفاعلية الموقع ومحدوده المالي، صدر كتاب بعنوان «بليونير بالصدفة» للكاتب بن مزريتش، هاجم فيه زوكربurg، وفيما بعد تحول إلى فيلم بعنوان «ذا سوشال نتورك»، عرض فيه مراحل انطلاق موقع «فايس بوك»، وكيف جمع منه مؤسسه ثروة تقدر بـ 6 مليارات دولار. وقد رشح الفيلم لثمان جوائز أوسكار.

خطوات تطوير الموقع

ذكر الموقع الإلكتروني لصحيفة «إنديندنت» البريطانية، أن شركة «فايس بوك» بقصد إطلاق ميزة للدردشة السرية داخل تطبيق

«ماسنجر»، تتيح للمستخدمين التواصل بكل سهولة بعيداً عن أعين أجهزة المخابرات، وهي الميزة التي تشبه خاصية التشفير الجديدة التي أضافتها الشركة لتطبيق «واتس آب».

وكشف الموقع الأميركي «إنجادجت»، أن «فايس بوك» تحطط لإحداث ثورة دفع كبيرة بتطبيق «ماسنجر»، حيث تنافس الشركة التكنولوجية الشهيرة تطبيقات وخدمات الدفع التابعة لـ«أبل» و«غوغل» و«سامسونغ»، كي يتمكن المستخدمون من الدفع مقابل مشترياتهم في أي مكان باستخدام تطبيق «ماسنجر».

الميزة الأبرز المتوقع أن تعلنها الشركة خلال المؤتمر، هي إضافة «الذكاء الاصطناعي»، الذي سيكون بمثابة «موظفين في خدمة العملاء»، ليتمكن من الرد على أسئلة المستخدمين، ومساعدة الشركات في التسويق لممتلكاتها، على أن يتم تعيين الروبوتات الذكية، لتتبّيه المستخدمين بشأن توفر منتج معين، أو توجيههم في أثناء عملية استرجاع المنتجات.

2 - «فايس بوك ماسنجر» :

يتميز «فايس بوك ماسنجر» بالانتشار الواسع النابع من انتشار الموقع ذاته، وهو يتيح إجراء محادثات وإرسال رسائل نصّية ليس فقط للأصدقاء بل لجهات الاتصال المخزنة في الهاتف المحمول، كما يوفر أدوات للتحكم بالمحادثة وإرسال الرسائل.

ويعبر هذا التطبيق أحد أقوى المنافسين لتطبيق «واتس اب» الذي تملكه شركة «فايس بوك» أيضاً.

يقدم البرنامج ميزة الدردشة الجماعية، فهو يقوم بجمع الأصدقاء معاً في محادثة، كما يسمح بعرض الرسائل في نافذة واحدة. ويمكن أيضاً إنشاءمجموعات للحديث مع العديد من الأصدقاء في وقت واحد، ويسمح بإجراء مكالمات مجانية عبر آل«واي فاي».

من الميزات الإضافية لتطبيق «فايس بوك ماسنجر»:

- معرفة وقت عرض الأشخاص لرسائلك.
- إعادة توجيه رسائل أو صور إلى أشخاص غير موجودين في المحادثة.
- البحث عن الأشخاص والمجموعات حتى تتمكن من معاودة التواصل معهم بسرعة.
- تشغيل ميزة تحديد الموقع حتى يعرف الأشخاص الآخرون مكانك
- معرفة الأشخاص الموجودين معك على الموقع.
- إنشاء اختصارات للوصول إلى أي محادثة من شاشتك الرئيسية.
- وقف تشغيل الإشعارات أثناء انشغالك بالعمل، أو أثناء الراحة والنوم.

ص: 143

حضرت دراسة جديدة قام بها فريق من الباحثين في جامعة هيوستن بولاية تكساس من أن مدمني استخدام موقع فايس بوك يمكن أن يصابوا بأضرار نفسية حادة. وأوضحت الدراسة التي نشرتها جريدة «جورنال أوف سوشال إندي كلينيكال» أن هؤلاء المدمنين يقارنون أوضاعهم الاجتماعية دائمًا بالنسبة إلى غيرهم، وبالتالي يؤدي ذلك إلى زيادة خطر إصابتهم بالاكتئاب المزمن.

وقال ماي لي ستيرز المؤلف الرئيسي للدراسة في الجامعة: «من المهم أن ندرك أن معظم الناس يميلون إلى التفاخر على موقع «فايس بوك»، لذلك فهم يصورو أنفسهم دائمًا في أفضل الأحوال، ولا يعرضون سوى الجوانب الجيدة فقط في حياتهم، مخففين السيئة، ومع ذلك فنحن لا ندرك أن هذا يحدث، ونحن نحاول دائمًا أن نقارن أنفسنا بالآخرين بما حققوه وبما وصلوا إليه، ونسشعر لا

إرادياً بأننا لا نعيش الحياة الطيبة التي يتمتع بها أصدقاؤنا»[\(1\)](#).

وقام فريق الدراسة بمراقبة 154 مستخدماً متراوحاً في عمرهم بين 18 إلى 42 عاماً لمدة أسبوعين، وفي نهايتهما لاحظ ظهور علامات اكتئاب عليهم، فضلاً عن انشغالهم بمستوى معين من المقارنة

الاجتماعية.

وأوضح فريق البحث أنه على الرغم من حقيقة أن مستخدمي الموقع يمكن أيضًا أن يقارنوا أنفسهم بالأقل حظاً منهم، إلا أن

ص: 144

الاستخدام المنتظم يهبط بمزاجهم العام، مما يولد حالة من تدني الاحترام للذات، ومع الوقت يشعرون بالأسوأ.

٣ - تويتر (Twitter)

«تويتر» في اللغة تعني «المغّرد»، وهي مستمدّة من صوت العصفور الذي اتخذه مطلق الموقع شعاراً له، هذا الموقع يختص بمتابعة أخبار الشخصيات، وكذلك تتبع الأصدقاء والمقرّبين، ويقوم على مبدأ التّغريدة أي كتابة نص ونشره على صفحتك الخاصة وبحد أقصى 140 خانة؛ حتى يراه كل المتابعين لديك. وعندما تقول خانة؛ فتحن لا يعني عدد أحرف، لأن المسافة بين الكلمات تعتبر خانة، والفاصلة خانة، والنقطة خانة وهكذا. وما يجعل الموقع مميّزاً أيضاً هو سهولة وسرعة نشر الأخبار والأفكار وما يجعله أفضل من غيره من شبكات التواصل الاجتماعي؛ هو الإحترافية العالية حيث أنّ أغلب مستخدميه هم من المحترفين وذوي الإختصاص؛ بغض النظر عن نوع الإحتراف أو التخصص، فكلّ يجد من يريد لمتابعته ومعرفة أخباره.

ولاستخدام «تويتر» لا بدّ من أن يكون لديك حساب، وإن لم يكن متوفراً لديك، فيمكن فتحه في غضون دقائق. وبعدّها يمكن أن تغرّد بما يجول في خاطرك. ويمكن في التّغريدة أن تذكر أسماء أصدقائك أو معارفك ومن تريده أن تشاركهم هذه، ويجب أن يكون الإسم كما هو موجوداً في حساب الشخص على «تويتر» مسبوقاً

ص: 145

بالرّمز «@»، حتى تصله تغريدتك. وكذلك يمكن استخدام خاصيّة الرّسائل الخاصّة في حال أردت أن ترسل للّمستكِيل رسالة لا يتم نشرها على حسابه.

4 - هاشتاغ خاصية تويتر

الـ «هاشتاغ» هو مصطلح فرعي يتبع «تويتر» وهو خاصية أخرى يتميز بها «تويتر» عن غيره من شبكات التواصل الاجتماعي، ورمزه «Sharp». وهو رمز يستخدم للدخول إلى مواضيع معينة يتم تداولها على الموقع، ونشر الأفكار الخاصة بالشخص إلى الفئة المستخدمة لهذا الهاشتاغ كما يمكن عمل هاشتاج جديد خاص بموضوع غير مستخدم ونشره، ويجري الموقع إحصائية لأكثر هاشتاغ تم استخدامه خلال فترة معينة؛ ويقوم بوضعه تحت مسمى «ترندينغ». أما الدردشة فهي غير موجودة في «تويتر»، كـ «فايس بوك» مثلاً ولا يمكن إجراء حوارات خاصة.

تأسس الموقع بصورته الحالية على يد الأميركي جاك دورسي وشريكه إيفان ويليامز وكريستوفر بيز ستون. والبداية كانت من دورسي الذي كان في صغره مولعاً بخرائط المدن، إلا أن تركيزه على الجوانب التفاعلية في الإنسان آنذاك، كان مؤشراً على أنه سيكون وراء تأسيس إحدى كبرى شبكات التواصل الاجتماعي في العالم اليوم، وأكثرها شعبية.

ولد دوري في 19 نوفمبر (تشرين الثاني) سنة 1976، بولاية ميسوري الأميركية. وعام 1984 أحضر والده إلى المنزل أول جهاز حاسوب، فسرق اهتمامه كاماً، وبدأ بتصميم الخرائط بنفسه عبر برامج المؤثرات وتعلم تقنيات البرمجة ليتمكن من تعيين مناطق وصول القطارات وانطلاقها على الخرائط. ولم يتوقف عند هذا الحد، بل شغل نفسه بالاستماع إلى موجات الراديو المخصصة للurbat الشرطة وسيارات الإسعاف وراقبها، كي يتمكن من رسم طريقة حركتها في المدينة على خرائطه الخاصة.

بعد تنقل دوري بين مجموعة من الوظائف سنة 2006، انتهى به الأمر أخيراً لدى شركة برمجيات تحمل إسم «أوديو» في مدينة «سان فرانسيسكو»، واقترب على مالك الشركة إيان ويليامز إطلاق خدمة يتمكن من خلالها كل مشترك من كتابة جملة أو جملتين عن نفسه عبر لوحة مفاتيح الهاتف الخلوي الخاص به، وسيتمكن كل من يرغب في قراءة هذه الرسالة من الوصول إليها ، إذ سيعلمه بوصولها نظام تبيه، وهذه الجملة القصيرة كانت هي الحلقة المفقودة التي تمكّن دوري من إيجادها. وبالفعل شجع ويليامز فكرة دوري وقام بتعيينه رئيساً لمجلس إدارة الشركة الجديدة التي حملت لاحقاً اسم «تويتر». وبعد مرور خمس سنوات على تأسيسها أصبحت واحدةً من أكثر منصّات التواصل الاجتماعي شهرةً، بعدما وصل عدد المستخدمين فيها إلى أكثر من ربع مليار مستخدم، وباتت الشركات العملاقة في مجال البرمجيات أمثال «غوغل»

و «مايكروسوف» و «فايسبوك»، تهافت على شرائها بمبالغ زادت على 8 مليارات دولار في ذلك الحين.

في نيسان / أبريل سنة 2007 أبصر «تويتر» النور في صورة شركة قائمة بذاتها، تحت رئاسة جاك دورسي، وذلك بعد الحصول على أموال من مستثمرين سمح لهم بالتوسيع وزيادة عدد العاملين، وأصبح إيفان المدير التنفيذي في عام 2008، ليترك المنصب في ربيع 2011، بينما صار جاك رئيس مجلس الإدارة.

5-واتس آب (WhatsApp)

هو تطبيق تراسل فوري ومتعدد المنصات للهواتف الذكية. ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين، إرسال الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو والوسائط. تأسس عام 2009 من قبل الأميركي بريان أكتون والأوكراني جان كوم (الرئيس التنفيذي أيضاً)، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع «ياهو»!، ويقع مقرها في سانتا كلارا - كاليفورنيا.

يتناقض WhatsApp عدد مع (مثل WeChatt و KakaoTalk LINE)، وقد تم إرسال عشرة مليارات رسالة يومية من خلاله في آب 2012 ، كما زادت مiliاريين في نيسان 2012 ، وملياراً في تشرين الأول. وفي 13 حزيران 2013، أعلنت الشركة على «تويتر» أنها سجلاتها اليومية الجديدة وصلت إلى 27 مليار رسالة.

وقد قامت شركة «فاييس بوك» بشراء «واتس آب» في 19 شباط من العام 2014 بمبلغ 19 مليار دولار أمريكي.

مخاطر أمنية:

أكد خبراء في أمن المعلومات ومحققون جنائيون في جرائم الكمبيوتر، الخطورة التي تحيط بمستخدمي تطبيق «واتس آب» بعدما استحوذت عليه «فاييس بوك»، وهي تمثل في مسألتين:

الأولى: متعلقة بسياسية الخصوصية التي ستقوم إدارة «فاييس بوك» بتعديلها لتوافق سياسته مثلما حصل بعد استحواذها على «إنستغرام»، إضافة إلى أن المعلومات والبيانات الحالية ستنتقل إليها، وهي بحسب سياسة الخصوصية الحالية لـ«واتس آب» تجمع أيضاً العديد من البيانات بما يعرف بـ Metadata.

الثانية: تتعلق بتعاون «فاييس بوك» مع الأجهزة الاستخباراتية خصوصاً وكالة الأمن القومي الأميركي ومكاتب الاتصالات الحكومية في وكالة الاستخبارات البريطانية، والتساهيل مع طلبات الحكومات الأخرى، مثل قيامه بالبحث في الرسائل الخاصة بالأعضاء ثم تبلغ السلطات عن مخالفاتهم تحت ذريعة استغلال الأطفال وغسل الأموال وغيرها.

وأضاف الخبراء أن سياسة الخصوصية الحالية الخاصة بتطبيق «واتس آب» تنص على أن أي تعديل عليها سيتم حتى من دون إبلاغ المستخدمين، الأمر الذي أشاروا إليه على أنه يثير قلق العديد من المختصين، لما يميزها من مقدرتها على التجسس على معلوماتنا

الشخصية بكل سهولة والغريب في ذلك أيضاً أننا نقوم بذلك بمحض إرادتنا أو بسبب عادات الجهل التكنولوجية التي تعودنا عليها .

مؤخراً تمت إضافة تشفير E2EE في الإصدارات الحديثة من البرنامج، حيث يقوم المستخدم بتبادل الرسائل مع شخص آخر من دون أن يستطيع أحد قراءة الرسائل لكونها مشفرة .

محاذير :

ومن محاذير استخدام تطبيق «واتس آب» :

1. عند تنزيل التطبيق يتمكن من تحديد موقعك الجغرافي وهذا أمر خطير جداً خصوصاً إن لم نكن نعرف الجهة المسئولة عن تحديد المكان!

2. تصبح له القدرة على الدخول إلى رسائل جوالك، وأخذ نسخة منها، وربما استخدام المعلومات المتضمنة ضدك !

3. يستطيع الدخول إلى جهات الاتصال الخاصة بك، وبهذا يعرف عنك أكثر مما يعرف الكثيرون.

4. يدخل إلى ألبوم صورك .

5. بمجرد تنزيلك لهذه التطبيقات فإنها تستطيع استغلال كاميرا جوالك وكذا المايكروفون!

6. التطبيق قادر على أخذ معلومات عن جهازك وعن الشبكة المتصل بها.

ص: 150

وإنطلاقاً من هذه المحاذير ثمة احتمال لوجود ثغرات للتجسس على المستخدم من خلال تسريب الصور أو الفيديوهات أو المعلومات المتبادلة بين الأطراف.

6- سناب شات (Snapchat)

وهي عبارة رمزية تعني اللقطة المصورة (snap) سناب، كما تعني (chat) شات محادثة، وبهذا يعني المطلع: محادثة بالصور.

يعتبر تطبيق «سناب شات» من أهم وأبرز التطبيقات الحديثة، حيث انتشر بين الشباب ومستخدمي الهواتف الذكية وأصبح له شعبية كبيرة، خصوصاً بعد الإعلان عن ميزة رسائل الفيديو لأجهزة «آيفون»، التي تجعل الشخص قادراً على تسجيل مقطع فيديو مدته 10 ثوان. كما تم إطلاق تلك الميزة في الأجهزة التي تعمل بنظام «أندرويد». استخدام هذا التطبيق على النسخ وأشارت بعض الابحاث إلى أن عدد مستخدمي «سناب شات» يصل إلى 4000 مليون صورة يومياً.

ولكن التحديث الجديد على نظام أي أو إس» يتميز بإعادة الرسالة وإمكانية مشاهدتها مرة أخرى، حيث أصبح هذا التطبيق يمكّن مستخدميه على أجهزة أبل الذكية من مشاهدة رسالة واحدة فقط يومياً من الرسائل الواردة مرة أخرى، وبعد ذلك يقوم خادم «سناب شات» بمسحها، كما يتصف التطبيق بميزة المرشحات

الذكية التي تجعل المستخدم قادرًا على وضع درجة الحرارة الحالية على الصور التي يقوم بإرسالها لأصدقائه. ويتميز التطبيق بالمرشحات البصرية التي تضيف مؤشرات على الصور، بالإضافة إلى إمكانية كتابة تعليق على الصور المرسلة، وكذلك إمكانية تفعيل الفلاش الضوئي خصوصاً في الصور التي تم التقاطها من خلال الكاميرا الأمامية، كما يتميز بإمكانية تحديد وقت معين لأصدقائك المشاهدة الصورة التي قمت بإرسالها ، وبعد انتهاء هذا الوقت يتم مسح تلك الصورة وحذفها بشكل نهائي.

سلبيات «سناب شات»:

من سلبيات «سناب شات» أنه من أكثر التطبيقات المعرضة للقرصنة، حيث يقوم القرصنة باستخدام ميزة البحث عن الأصدقاء الموجودة في التطبيق، ويحصلون على معلومات عنهم من قاعدة البيانات، وبالتالي يستطيعون الوصول إلى اسم حساب المستخدم والمشاركات التي قام بها والاسم الذي يظهر به لأصدقائه. كما يمكنهم استخدام برنامج لتوليد أرقام هواتف عشوائية، ويحصلون على كل المعلومات عن الحسابات الموجودة والمطابقة لتلك الأرقام، كذلك يقومون بإنشاء حسابات على خدمة التراسل الفوري بشكل تلقائي، وقد تستخدم تلك الحسابات لأهداف تسويقية أو لإرسال بعض الرسائل المزعجة لمستخدمي التطبيق، أو تعطيل بعض الحسابات، مما جعل الكثيرين يشعرون بالقلق خصوصاً بعدما قام عدد من قراصنة الإنترنت بتحميل حسابات 4.6 شخص كانوا قد أنشأوا حسابات شخصية لهم على التطبيق من خلال الهواتف

ص: 152

الذكية، وحصلوا على كل بياناتهم الشخصية، وقاموا بنشرها على موقع يسمى «سناب شات دي بي». وقد أكد مطورو التطبيق أنهم يعملون على التخلص من تلك الثغرات واتخاذ كل التدابير لحماية حسابات الأشخاص، وتقليل عمليات القرصنة، واستخدام الخدمة بشكل سيئ. ومن السلبيات أيضاً القدرة على حذف الرسائل الأمر الذي يدفع إلى الغش في الامتحانات، وكذلك إرسال الرسائل أو الصور التي تدرج تحت ما يسمى التحرش.

حكاية الإنطلاق

بدأت فكرة «سناب شات» بجملة نطق بها ريجي براون أمام صديقه إيفان شيبغول من جامعة «ستانفورد»، حيث قال إنه يتنبئ أن تخفي الصور التي يقوم بيارسالها إلى صديقته، فهبّ الأخير من مكانه وقال إن هذه الجملة فكرة تساوي مليون دولار، لكنه كان مخطئاً تماماً لأن الفكرة تُقدر اليوم بـ 19 مليار دولار أميركي.

لقد تنبه إيفان إلى قوّة فكرة ريجي ورغب بتحويلها إلى تطبيق لتبادل الصور التي تخفي بعد فترة من الزمن ، وبسبب نقص خبرتهما التقنية استعانا بصديقهما بوبي مورفي الذي قام ببرمجة التطبيق بشكل كامل وخلال عام 2011، قام الثلاثة بالعمل على التطبيق الذي حمل في ذلك الوقت اسم «بيكتابو»، حيث قام إيفان برسم شعار التطبيق الذي يُستخدم حتى يومنا هذا، وشغل في الوقت نفسه منصب الرئيس التنفيذي، وشغل بوبي منصب المدير المسؤول عن الجانب التقني في الشركة، فيما شغل ريجي منصب مدير التسويق.

لكن الخلاف الذي حصل بين إيفان وريجي حول ترتيب ظهور الأسماء في براءة الاختراع، بالإضافة إلى مطالبة ريجي بالحصول على حصة أكبر تصل إلى 30 % لأنه صاحب الفكرة، أدى إلى مشاكل كثيرة وصلت إلى حد طرده من الشركة، وقام إيفان وبوببي بتغيير اسم التطبيق إلى «سناب شات»، وبعد ستة أشهر تقريباً، وتحديداً في ربيع عام 2012 نجح التطبيق في الوصول إلى 100 ألف مستخدم، إلا أنه في المقابل بدأت التحديات تأتي من جديد وتحديداً من جهة الخوادم التي بدأت كلفتها الشهرية بالارتفاع إلى حد يفوق ميزانية فريق العمل. وهذا ما دفع شركة «لا يغسّيد» إلى تمويل مؤسسي التطبيق بمبلغ 485 ألف دولار للتخلص من المشكلات التي تعترضهم، وفور تسلمه المبلغ، قرر إيفان الخروج من الجامعة للتفرّغ بشكل كامل للعمل على التطبيق، وإطلاق نسخة لنظام «أندرويد» مع نهاية العام، حيث عمل التطبيق لمدة سنة تقريباً على نظام «آي أو إس» فقط.

عام 2013، كان عام السعد على الشركة، حيث وصل عدد المشاركين اليومية إلى أكثر من 60 مليون مشاركة، وبالتالي ارتفعت قيمة التطبيق إلى 13 مليون دولار تقريباً، وهنا ظهر ريجي إلى الواجهة من جديد، كيف لا وقد وصلت قيمة فكرته إلى 13 مليون دولار، فدفع دعوى قضائية مطالبًا بحقوق الملكية الفكرية في تطبيق «سناب شات». لكن فريق عمل التطبيق لم يكترث لهذه المشاكل وتتابع مسيرة النجاح في الوصول إلى 150 مليون مشاركة يومياً في صيف عام 2013.

وارتفعت بذلك قيمة التطبيق إلى 800 مليون دولار تقريباً، وحصل على تمويل بقيمة 80 مليون دولار.

من جديد عاد ريجي إلى الواجهة وبدأ بنشر محادثات بينه وبين إيفان تمت بالبريد الإلكتروني أو الرسائل القصيرة لإثبات ملكيته لفكرة التطبيق، وبالتالي الحصول على تعويض مادي. وبما أن إيفان وبوببي لم يكتروا بل تركا القضية للمحامين، وصباً كل اهتمامهما على التطبيق الذي أثار حفيظة مؤسس موقع «فايس بوك» مارك زوكربurg الذي عرض دفع مبلغ 3 مليارات دولار للاستحواذ عليه، إلا أن إيفان رفض المبلغ فوراً لأنه كان يعلم ما الذي يتطلع إليه التطبيق في المستقبل.

خلال هذه الفترة، أضاف فريق عمل «سناب شات» ميزات جديدة لمنافسة بعض التطبيقات الأخرى مثل «إنستغرام» الذي قدم ميزة الرسائل المباشرة فلاقت نجاحاً كبيراً. ولم يكن عام 2014 كسابقه أبداً، فالتطبيق عانى من مشاكل تتعلق بالخصوصية والأمان، فضلاً عن دعاوى قضائية تتهمه بانتهاك اتفاقية الاستخدام، إلا أنه ومن جديد تابع فريق العمل مهمته في تقديم ميزات جديدة معتبراً أن هذه المشكلات تحل سواء بالمال أم بالقضاء. وبالفعل، مع نهاية ذلك العام، وصلت الدعوى القضائية بين ريجي ومالك سناب شات إلى خواتيمها، حيث نشرت الشركة تدوينة رسمية ذكرت فيها أن ريجي هو صاحب الفكرة وتشكره على مساهماته في التطبيق وتحويله إلى فكرة على أرض الواقع.

يوتيوب هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات مجاناً ومشاهدتها عبر الـ **بـدـل التـنـزـيل** (Bdil al-Tanzil) ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك. أسسه في 14 فبراير (شباط) سنة 2005 ثلاثة موظفين سابقين من شركة باي بال : هم تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم في مدينة سان ،برونو سان ماتيو، كاليفورنيا، ويستخدم تقنية برنامج «أدوبي فلاش» لعرض المقاطع المتحركة. ومحتوى الموقع يتتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفاز، والموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها. وهو حالياً مزود بـ 67 موظفاً. وفي تشرين الأول 2006 أعلنت شركة Google التوصل إلى اتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 1.31 مليار يورو. وقد اختارت مجلة «تايم» الأمريكية موقع يوتيوب كشخصية هامة عام 2006 لدوره في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج المواد التي يعرضونها فيه.

8 - البريد الإلكتروني (EMAIL):

البريد الإلكتروني «EMAIL» هو من أشهر الخدمات التي تقدمها الشبكة المعلوماتية في الوقت الحالي، اخترع عام 1972 من طريق رايد كومنسون الذي تمكّن من إرسال أول رسالة إلكترونية. واليوم، وبعد مرور حوالي 45 سنة، أصبح ضرورة اتصالية حقيقة، ومن مميزاته إمكانية إرسال الرسائل مرفقة بصور أو وثائق...

بالإضافة إلى توفير العديد من المواقع والخدمات بالمجان، وهي وسيلة سهلة وبسيطة وفي متناول الجميع.

9- مواقع متعددة:

تزخر شبكة الإنترن特 بالكثير من المواقع الإلكترونية التي تقيد أمور التواصيل والعمل والتسلية وغيرها من الأمور، وفي ما يلي جولة على عدد منها :

- Pinterest:

يسمح موقع (Pinterest) لمستخدميه بتحديد صفحة أو موقع معين وتعليقه على لائحتهم وهو يستخدم للت تخزين والجمع والتداول. والعناصر التي تحفظ، يطلق عليها اسم «بينز»، أي دبليس. كما يسمح بمتابعة اهتمامات الأصدقاء وأفراد العائلة.

- Google plus :

تملك شركة غوغل تطبيق (Google plus) الذي يتيح لمستخدميه إنشاء صفحة خاصة بهم تحتوي على صورهم، ومعلومات شخصية عنهم، كالسيرة الذاتية. كما يسمح لهم بتبادل الصور مع الأصدقاء أيضًا. وهو يضم زر «لايك» في موقع «فايس بوك».

- Linkedin:

أنشئ موقع (Linkedin) سنة 2003، وهو مزيج بين «فايس

الميديا 158

ص: 157

بوك» و«غوغل بلاس»، لكن بدلاً من إضافة الأصدقاء والعائلة ونشر صور الرحلات، سيكون للتواصل مع الشركات وزملاء وأرباب العمل.

يعمل الموقع على مستوى الفرد كسيرة ذاتية إلكترونية، حيث يضيف معلوماتٍ عن دراساته وشهاداته والخبرات التي اكتسبها. كما يتبع إضافة صورةٍ شخصية معلومات التواصل الأوراق البحثية، الهوائيات وأشياء أخرى، ليتسنى للموظفين الاطلاع عليها و اختيار ما يناسب الوظائف الشاغرة بشكلٍ دقيق. كما يؤمن لأرباب العمل بحثاً واسعاً ضمن السير المهنية للأشخاص.

ويعطي الموقع للشركات منصةً لتقديم معلومات عن الشركة للمهتمين وعرض الوظائف المتوفرة، كما يعمل كمنصةً أخبار للموظفين بالشركة. كذلك يمكن أن يعمل كصفحةٍ شخصية للأخبار الشخصية المهمة، فمثلاً من الممكن لرب العمل أن ينشر أخبار ومناسبات الشركة على صفحته، ويمكن للموظفين رؤيتها على شكل newsfeed بدلاً من إرسالها إلى بريدهم الإلكتروني.

- tumblr:

إبتكر ديفيد كارب موقع (tumblr) «تبلر» عام 2006 وهو يمكّن مستخدميه من نشر ما يريدون من صور وفيديوهات ونصوص على شكل مدونة قصيرة. كما يمكنهم من تبادل الروابط مع بقية المستخدمين ورمز الهاشتاغ (Sharp) هو الطريقة المثلثيّة التي تتيح للمتابعين إيجاد ما نشره المستخدم.

ص: 158

- VK :

موقع روسي يُستخدم في أوروبا أيضًا. وعلى الرغم من أنه متوافر بلغات عدّة، إلا أنّ اللغة الروسية هي الأكثر تداولاً فيه وهو يستخدم بشكلٍ أساسي لتبادل الرسائل، الصور، الفيديوهات، النصوص، الخرائط، الملفات... كما يمكن المستخدمين من نشر أخبار ومقالات من المجالات، وإبداء إعجابهم بها.

- flickr:

هذا الموقع استحوذت عليه «ياهوو» عام 2005 وهو يقدم الموقع ثلاثة أنواع من الحسابات الأولى مجاني مع مساحة محددة للتخزين، الثاني مجاني وبالمساحة نفسها لكن من دون الإعلانات، الثالث يقدّم ضعف المساحة ويسمح بنشر الرسائل والصور والفيديوهات.

- Vine:

تأسس الموقع في حزيران من العام 2012، ومنذ ذلك الحين يسمح لمستخدميه بتعديل وتسجيل وتحميل أفلام ترواح مدتها من 5 إلى 6 ثوانٍ. ويمكن المستخدمين من متابعة بعضهم بعضاً، وإعادة نشر ما نشره الآخرين كذلك نشر الفيديو على كلٍ من «تويتر» و«فايس بوك» في الوقت نفسه.

- pennystocks:

إذا حاولت الدخول إلى هذا الموقع ستتجد أي حركة تحصل

ص: 159

الآن على أشهر الموقع ، لأنه عبارة عن منصة لمشاهدة تزايد نشاط المستخدمين على أشهر الموقع ، من عدد المشتركين والمشاهدات واللاليكات ... إلخ.

-map.ipviking:

يعتبر من أفضل المواقع التي يمكنك عبرها مشاهدة الهجمات الإلكترونية التي تحدث الآن بشكل مباشر عبر الإنترنت، حيث يعطيك الموقع معلومات عن الهجمات وخرائط تفاعلية لأهم الدول التي تتعرض لهذه الهجمات، حيث تشاهد بشكل مباشر أن الولايات المتحدة الأمريكية أكثر تعرضاً لها .

-apowersoft:

قد تحتاج إلى تسجيل صوتك «أون لاين» بدون استعمال أي برنامج، وبالتالي يمكن استعمال هذا الموقع الذي يسمح بتسجيل الصوت بجودة عالية، وما يحتاجه منك فقط أن تتوفر على java

مثبتة على حاسوبك.

-mandific:

هذا الموقع يسمح لك بإنشاء أشكال مختلفة بالاعتماد على اسمك أو على كلمات تقوم بداخلها بنفسك، ويوفر بعد ذلك تغيير اللون وحجم الأشكال .. إلخ ، وحين تضغط على done سيطلب منك الموقع نشرها على فايسبوك أو تويتر، لكن يمكن استعمال بعض البرامج لتصوير الشكل وحفظه على حاسوبك.

ص: 160

-ruzzit:

هذا الموقع يمكّنك من معرفة الفيديوهات أو الصور ... إلخ الأكثر اهتماماً من قبل المسخدمين حول العالم، سواء كان ذلك على يوتيوب أم على فايسبوك وتويتر ومواقع أخرى عديدة.

-dashlane:

هذا الموقع يمكّنك من فحص بريدك الإلكتروني للتأكد عن مستوى حمايته والمعلومات المتوفرة داخل الرسائل. فبمجرد الدخول إلى الموقع تضغط على Scan My inbox ، ثم تقوم بتسجيل الدخول إلى أي بريد إلكتروني تريد فحصه.

-movbucket:

هذا الموقع يوفر لك أداة فعالة، حيث يكفي أن تقوم بنسخ رابط التحميل من أي موقع أفلام التورنت، ثم وضعها في الأداة والضغط على Stream it ، وهكذا سيدأ في تشغيل الفيلم بدون أن تقوم

.تحميله.

ص: 161

لا شك بأن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في شؤون السياسة المعاصرة يدفع - كما يقول المفكر الأميركي نعوم تشومسكي - إلى طرح تساؤلات حول ماهية العالم والمجتمع الذي نرغب في العيش به، وعلى وجه الخصوص في أي صورة من الديمقراطية نريد لهذا المجتمع أن يكون ديمقراطياً⁽¹⁾.

يطرح تشومسكي مفهومين أو تعريفين مختلفين للديمقراطية. يعتبر المفهوم الأول أن المجتمع الديمقراطي هو المجتمع الذي يملك فيه العامة (الجمهور) الوسائل الالزمة للمشاركة الفعالة في إدارة شؤونهم ، وأن تكون وسائل الإعلام منفتحة وحرة. إذا بحثت عن المعنى اللغوي لكلمة الديمقراطية في القاموس، فستجد ذات التعريف ذاته. أما المفهوم الآخر للديمقراطية فهو أن يمنع العامة من إدارة شؤونهم وكذلك من إدارة وسائل الإعلام التي يجب أن تظل تحت السيطرة المشددة».

وقد يبدو هذا مفهوماً مستهجناً أو شادداً للديمقراطية حسب، ولكن من المهم بمكان فهم أن ذلك هو المفهوم الحاكم، وفي الواقع الأمر هو ليس فقط المفهوم المعمول به فعلياً لفترات طويلة ولكنه أيضاً له أساس من الناحية النظري ولكنني سأقتصر بالحديث عن

ص: 164

1- نعوم تشومسكي - السيطرة على الإعلام الإنجازات الهائلة للبرو بااغندا - تعریب: أميمة عبد اللطيف - مكتبة الشرق الدولية - القاهرة 2003 - ص 7

الفترة الحديثة، وسأوضح كيف تطورت فكرة الديمقراطية وكيف ولماذا نقدم مشكلة وسائل الإعلام والتضليل المعلوماتي ضمن هذا السياق؟! لنبدأ أولاً بالإشارة إلى أول عملية دعائية حكومية في العصر الحديث، حيث كانت أثناء إدارة الرئيس وودرو ويلسون الذي انتخب رئيساً للولايات المتحدة الأمريكية في عام 1916، وفق برنامج انتخابي بعنوان «سلام بدون نصر»، وكان ذلك في منتصف الحرب العالمية الأولى. في تلك الأثناء كان المواطنين مسالمين إلى أقصى الدرجات، ولم يروا سبباً للانخراط والتورط في حرب أوروبية الأساسية، بينما كان على إدارة ويلسون التزامات تجاه الحرب، ومن ثم كان عليها فعل شيء ما حيال هذا الأمر، فقادت الإدارة بإنشاء لجنة للدعائية الحكومية أطلق عليها (لجنة كربل) وقد نجحت هذه اللجنة خلال ستة أشهر في تحويل المواطنين المسالمين إلى مواطنين تملّكهم الهستيريا والتعطش للحرب، والرغبة في تدمير كل ما هو ألماني، وخوض حرب، وإنقاذ العالم!.

لقد كان هذا الأمر بمثابة إنجاز هائل - كما يضيف تشومسكي - وقد قاد بدوره لإنجاز آخر ذلك أنه بعد أن وضعت الحرب أوزارها، تم توظيف ذات التكتيك لإثارة هستيريا ضد الرعب، الشيوعي، كما كان يطلق عليه، وقد نجحت إلى حد كبير في تدمير الاتحادات العمالية والقضاء على بعض المشكلات الخطيرة، مثل حرية الصحافة وحرية الفكر السياسي، وكان هناك تأييد قوي من قبل وسائل الإعلام، وكذلك من قبل مؤسسة رجال الأعمال التي

نظمت بل وشجعت جلّ هذا العمل، وكان بصفة عامة نجاحاً عظيماً .⁽¹⁾

-نظريات التحشيد السياسي

تشدد نظريات التحشيد السياسي على التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام في المعاشرة على المشاركة الديمقراطية و تشجيعها. يرى أنصارها ضرورة التمييز بعناية بين الآثار السلبية والإيجابية لمختلف وسائل الإعلام للرسائل والمشاهدين فعلى سبيل المثال تذهب ببلا نوريس Pippa Nourris إلى أن المستهلكين المنتظمين لأخبار التلفزة، والذين يعتادون قراءة الصحف السياسية، وبغض النظر عن مدى التغطية التي تقدمها تلك الرسائل هم أكثر ميلاً إلى الاهتمام والاطلاع والانخراط في الحياة السياسية. وعلى العكس من ذلك يعد المواطنون الذي يتعرضون لمحتويات الإثارة التي تتضمنها وسائل الإعلام أكثر ميلاً إلى اكتساب سلوكيات العزوف والسخرية من الأحداث السياسية.

وفي ما يتعلق بوسائل الاتصال الحديثة لابد من الإشارة إلى أنها تملك دوراً مهماً في الرفع من قدرات المنظمات والهيئات وبصفة عامة النشطاء، خصوصاً أولئك الذين تجاوزوا عتبة الهوة الرقمية أو الأمية الرقمية فوسائل الاتصال الجديدة، ومن ضمنها تكنولوجيا الشبكات في الإنترنـت تعطي الأفراد والمنظمات فرصة القيام بأنشطة متعددة كإنشاء المدونات، أو الانخراط في الشبكات

ص: 166

1- تشومسكي - المصدر نفسه - ص 9.

الاجتماعية، وتحتاج لمستخدميها إمكانية تخفيض تكلفة نشر الأخبار والأعمال مبؤة «المواطنين الصحفيين» مركزاً مهماً في مواجهة مؤسسات الإعلام التقليدية القوية.

وفي المجال المدني، تعطي الشبكات الاجتماعية للمنظمات الفرصة للتعبئة السريعة للأفراد حول قضايا محددة وتجاوز إكراهات المجال، ما دام مدى تلك التعبئة يمكن أن يتجاوز حدود الدولة الواحدة ويتجه إلى أفراد متسببن إلى فضاءات وطنية مختلفة.

في ما يتعلق بدور التصويت الإلكتروني في تحفيز في الانتخابات، ورغم الحوافز التي يطرحها بالنسبة إلى الناخب، يصعب تقديم جواب ينطبق على جميع تجارب استخدامه في الانتخابات سواء كانت محلية أم جهوية أو وطنية، وعلى جميع الدول (ديمقراطية، غير ديمقراطية، في مراحل الانتقال .. الخ)، وفي جميع الظروف (فترات الرخاء الاقتصادي، الركود، الأزمات ... الخ)، خصوصاً أن المشاركة الانتخابية ذاتها تتأثر بمتغيرات معقدة، عديدة ومتداخلة. ولذلك نقترح أن يكون المدخل لملامسة علاقة التصويت الإلكتروني بالمشاركة يبدأ باستعراض بعض التجارب الانتخابية التي اعتمده:

لقد أظهرت الدراسة التي قامت بها بيبا نوريس للانتخابات المحلية التي جرت في شهر أيار عام 2003 في إنكلترا انعدام وجود أرضية صلبة تسمح بدعم الاعتقاد بأن التصويت عن بعد الإلكتروني من مكان العمل أو المنزل يمكن أن يحسن نسبة المشاركة. ففي هذه

المحطة الانتخابية اعتمدت إنكلترا 59 دائرة انتخابية تجريبية متاحة لـ 6.4 مليون مواطن (حوالي 14 بالمائة من الناخبين الانكليز) سمح فيها للمواطنين بالإدلاء بأصواتهم باستعمال الانترنت من المنزل أو الموضع العام، عن طريق التلفزيون الرقمي التفاعلي، بواسطة رسائل الهواتف المحمولة ورئ الهاتف في طبقت بقية الدوائر الانتخابية تطبيق التصويت العادي في مراكز الاقتراع المحلية.

وخلصت الدراسة إلى أن نتائج الانتخابات واستطلاعات الرأي التي أجريت عقبها تؤكد أن استعمال تسهيلات التصويت البريدية أدت إلى نسبة مشاركة بلغت 50 بالمائة مقابل 35 بالمائة في دوائر انتخابية مشابهة لم تطبق فيها تلك التسهيلات. أما بالنسبة إلى استخدام التصويت الإلكتروني فقد بلغت نسبة ذلك الاستخدام 8 بالمائة من المصوتين في 59 دائرة انتخابية، ولم تسجل إلا ثلث دوائر انتخابية منها ارتفاعاً في المشاركة الانتخابية (فال غويال Vale Royale) بنسبة 12.8 بالمائة، شروسبوي واتشام Shrewsbury Atcham (نسبة 11.3 بالمائة وسومرست الجنوبي South Somerset) بنسبة 89 بالمائة، أما بقية الدوائر الانتخابية فقد سجلت انخفاضاً في نسبة المشاركة. وهكذا، فرغم أن التصويت الإلكتروني يساهم في توسيع الخيارات المفتوحة أمام المواطنين في مجال التصويت فهو لم يكن فاعلاً في تحسين نسب المشاركة إذا ما قورن باعتماد وسائل التصويت عن بعد البريدي [\(1\)](#).

ص: 168

1- محمد بن هلال - المصدر نفسه.

من الميدياوجيا إلى الإيديولوجيا :

إن من أهم التحولات التي طرأت على الصراعات بين الدول وداخل المجتمعات العالمية، هو قدرة الميديا على صناعة الحقائق السياسية. لكن الموضوع الأهم هو أن الميديا باتت تملك طريقة استعمال الإيديولوجيا لتحقيق التغيير من دون خسائر ، تذكر بل هي تستغل أي قتيل أو شهيد أو حدث لتصنع منه رمزية توجّج من خلاله المشاعر والوجدانيات فتحقق الفكر بالعاطفة وتنجز السياسة بالصور، وتحقق الثورة من خلال دعوة من الفايسبوك أو غيره من موقع التواصل الاجتماعي [\(1\)](#).

في عصر عصر الميديا اليوم نعيش حرب المعلومات الإعلامية Neocortical Warfare بعدها وصل حكام الدول إلى استنتاج أن الحروب العسكرية غير كافية وحدها لبسط سيطرتها ونفوذها، فبدأت باستخدام نسق مفاهيمي للإعلام يؤثر في مشاعر وانفعالات المشاهد وتوجه عقله من خلال جملة من النشاطات الإعلامية والمعلوماتية لترسيخ أو إلغاء بعض الأفكار عنده. يرتكز هذا النسق المفاهيمي للحروب الإعلامية المعلوماتية على نظرية الموجة الثالثة Third wave التي جاء بها الباحث الأميركي ألفين توبلر (Alvin Toffler) والتي تفترض مرور العالم بثلاث موجات من الثورات التقنية، جاعلة ثقنية المعلومات الموجة الثالثة التي تعدّ البؤرة الحيوية التي ترتكز فيها جل التغييرات الحاسمة، التي نجح الإنسان في تحقيقها ضمن سجله العلمي والتكنولوجي على الأرض.

ص: 169

1- المصدر نفسه - ص 10 .

لقد أحدثت تقنية المعلومات وأدواتها الرقمية تغييرًا جوهريًا في طبيعة الآليات المعرفية والإعلامية التي يمارسها الإنسان المعاصر، بعدما منحته فرصة جمع كم هائل من البيانات في بيئه رقمية توفر له فرصة تحليلها إلى عناصرها الأولية، وإعادة تشكيل مادتها بالطريقة التي يريد، مع توافر فرصة زج الوسائل المتعددة المفعمة بالمؤثرات السمعية والبصرية.

نشأت هذه المسائل داخل وزارة الدفاع الأمريكية في عام 1995 تحديدًا، وبدأ الاهتمام بالتأثير في الجزء الأيمن من الدماغ حيث توجد القشرة المتكونة حديثًا Neocortical التي يمكن تشبيهها بمنظومة إعلامية تستقبل المؤثرات الخارجية، وتساهم في إحداث تأثيرات عميقه في العقد العصبية Neural Nodes للعقل البشري.

لكن هذه الفرضيات العلمية ما لبست أن تطورت وتحولت إلى نظريات تؤكد وجود تأثيرات حقيقية على المشاهد، مثل نظرية جون بويد (John Boyd) الذي أكد وجود حلقة تأثيرية تتالف من أربعة عناصر يرمز إليها بالرمز OODA ، والتي تلخص أربع آليات يمارسها الذهن البشري هي:

- يراقب Orient بـ- يوجه Decide جـ- يقرر Act . وتعمل الميديا خلال حروفيها الإعلامية على إحداث خلل في حلقة OODA بهدف إحداث تأخير في نمطها الدوري، وبث الخطاب الإعلامي الذي يحتوي على المفردات المراد إيصالها واستقبالها والاستجابة إليها في الوقت المناسب. ولعبت تقنيات

المعلومات الرقمية وتقنيات البث المرئي ومواقع الإنترنت.. دوراً أساسياً في خلق مفاهيم جديدة في العالم تصب في مصلحة سيد الميديا والسيطرة عليها.

- خدمات الميديولوجيا للثورة: لا بد من الإشارة إلى أن الثورة ليست شيئاً منفصلاً عن السياسة، بل على العكس تماماً هي الزمن الحار في التاريخ السياسي، وهي لحظة فاصلة في مسار مجتمع

ما، وحدث تاريخي يحدث تغيرات سياسية واجتماعية عميقة . إنها لحظة سياسية مميزة أرادها الثوار لقلب الواقع القائم، كونه لم يعد محتملاً أو يستحيل استمراره. ولكل ثورة وسائلها الميديولوجية، تختلف باختلاف الزمان والعصر الميديولوجي الذي انتمن إليه⁽¹⁾.

نظريتان متناقضتان للتلفزة الفضائية

تنشغل الأوساط الثقافية والأكاديمية في أوروبا بدراسة الآثار الاجتماعية والسياسية المرتبطة على التلفزيون كجهاز كوني لانتشار الميديا⁽²⁾.

وقد تناول علماء الاجتماع بعض هذه الآثار على الحياة الديمقراطية في المجتمعات العالمية وخصوصاً في الغرب. في هذا الإطار توجد أطروحتان :

تقول الأطروحة بأن التلفزيون ديمقراطي «لأن كل الناس

ص: 171

Pievre – Yves Beaurepaire. L'Europe des Lumière presses Universitaires de France-Paris- 2004- P.P – 1

61

– 2- ريجيس دويريه .

تشاهده وكل الناس تتحدث عنه». فالمساواة في الاستعمال «ضرورية لممارسة الديمقراطية». إن التلفزيون يتدارك نفثت الروابط الاجتماعية الذي بدأ مع الثورة الصناعية أي قبل اختراعه. فهذه القرية البديلة، باعتبارها فضاء عمومياً جديداً، تمكّن من إدماج العجزة والمرضى وكل الفئات الهامشية في الحفلات الجماعية الكبرى والفضاء السياسي، التي بدونها ستظل خارجها. «من قبل لم يساهم أحداً هذا القدر من المواطنين في الحياة المدنية، ولم يحصلوا على الأخبار بهذا القدر، ولم يصوتووا بهذه المساواة التامة». ويضيف أصحاب هذا الرأي بأن السياسة عندما تحولت إلى فرجة وغواية عدّت أقلّ نخبوية وأكثر جاذبية لعدد كبير من الناس البسطاء. فبدون التلفزيون، لن يعرف الناخب العادي، الذي لم يعد يقرأ، أي شيء عن برامج الأحزاب المتنافسة. كما يمكن أيضاً امتداح أثره في التهدئة والتسامح. فالسمعي البصري يهدئ من الحقد الجماعي ليحوله إلى مبارزات شخصية وخطابية، وهو بذلك يقلل من ارتقاع المهيمنة ويعوض المهمّشات بالحوار والقطيعة بالتواصل والهجومات العنيفة بالمبرزة الخطابية الثانية. إنه إذن «الوسيلة الأكثر ديمقراطية في المجتمعات الديمقراطية»، و«وسيلة مثلٍ للتواصل الناس» (كما يقول دومينيك كولتون).

إن الإعلام التلفزيوني ملائم بالضرورة لنظام يكون فيه المنتخبون مطالبين يومياً بالإقناع وتفسير مواقفهم للناخبين، لذا فإنه في خضم الصحافة الكبرى والبث الإذاعي يوسع من ساحتته لتشمل البوادي والضواحي، ويسهل للمواطنة طابعاً دولياً، ويُخفّف من الوطأة

البورجوازية للكلمة فقد جعلت سيادته الشفافية تنتصر على السرّ والمجتمع المدني على مؤامرات السلطة التي كانت دائمًا غامضة، مقرّبًا باستمرار بين المحكومين والحاكمين. عموماً، فإن السياسة لم تعد هي «فن منع الناس من الاهتمام بما يخصهم» لأن حقل رؤيتهم لم يكف عن الاتساع، كما أنها لم تعد تعتبر «فن مساعلتهم ما يجهلون» (كما يقول بول فاليري) لأن المشاهدين الذين يستطيعون رأيهم يعرفون جيداً إلى من يعود كل شيء. ومع أن هذه الملاحظات مختصرة إلا أنها في مجملها ذات أساس صلب، وهي تشكل الخطاب الأكثر معقولية لعالم الاجتماع المعترف به. أو بصيغة أخرى فهي المعتقد الراسخ السائد اليوم.

أما الأطروحة الثانية فهي نقىض الأولى ولكنها لا تقل متانة عنها. فالأمر يبدو كما لو أن فضاءنا العمومي الزائف قد كان ناجحاً، وأن علينا من الآن فصاعداً - على الأقل في البلدان المتقدمة - أن نقرن بين التقدم في الوسائل السمعية البصرية والتراجع الديمقراطي في الوقت نفسه وبالإيقاع ذاته. وليس من الصعب علينا البرهنة على أن التلفزيون يفرغ السياسية من طابعها السياسي، ويفرغ الناخبين من كل حافز والمسؤولين من كل مسؤولية، ويعزز بشكل خطير السلطة. لنشرح ذلك باختصار.

ثمة مقوله ثابتة هي: «الحكم معناه جعل الآخر يعتقد في شيء ما». أما التلوين التقني التاريخي لهذه المقوله فهو: ما هو الشيء الأكثر استحقاقاً لأن نعتقد فيه؟ إن الصورة اليوم أكيد، فهي

فعلاً تحدد مؤشرات جماهيرية شخص ما، وتشكلية الحكومة

والتراتبية في الدولة، ومواقيت ومضمون الخطابات العمومية. وكل رئيس دولة أو زعيم حزب يقضي نصف وقته في «التواصل». وفي البلاط، أخذ المستشار في شؤون الصورة مكان التقني والمنظر الإيديولوجي والأديب في الدور المفضل، لسبب بسيط هو أن الأمير يحتاجه في كل لحظة. هكذا أغدا التعريف، أو كيف يرى المرء جيداً، أول مهارة للمهنة بذلك تحولت استراتيجية السلطة من استراتيجية برهنة إلى استراتيجية إظهار وانهارت البلاغة أمام السينوغرافيا. لكن وبما «أن الوسيط هو الرسالة» وأن التلفزيون في الجوهر ترفيه، فالمقرر والممثل والسياسي والمعنوي والمحامي والمهرج سوف يخضعون لقانون الوسيط ويتجاوزون أكثر فأكثر (ريغان وإيف مونتان... الخ). فالشيء العمومي غداً تنويعاً للمنوعات، والوسط السياسي مستعمرة للاستعراض التلفزي إله انحصار الحدود الذي نزع الشرعية والاحترام عن «الطبقة السياسية الوسائلية». فما ربحه احترافيو الفرجة والمحظوظون في العلاقات هو مقدار ما خسر رجال الدولة من حظوة وامتيازات. ثمة بالضبط طلاق بين منطق الدولة باعتبارها آلة لانتاج النصوص (قوانين ، نظم، مذكرات بلاغات... الخ)، ومنطق الفرجة الذي يفرض التحكم في الرأي العام عبر بناء المؤامرات بطريقة الإعلان كما أن هذا الطلاق قد تم بين المدى الطويل للاستراتيجيات المطلوبة عقلانياً واليومي اللاحق لممارسات الرأي. فالتلفزيون (الذي يحرك الاختلافات كما عرفناه الأطروحة)، وكثرة ما يخلط الاختلافات بين كل الفاعلين في المشهد السمعي البصري، فإن الوسيلة التي يفترض فيها - في

الأطروحة - أن يجعل المسؤلية عامة تغدو هنا عاملاً للامسؤولية.

فلكثرة اهتمام صاحب القرار المفترض بصورةه الشخصية لم يعد يتخذ أي قرار ويترك الضحية لغموض مصيرها. ولأنه يضحي يومياً أكثر فأكثر بالواجب المنوط به لصالح نداء الكاميرا، فإنه يستعيض بأثر «الإعلان» عن المتابعة الحثيثة للإصلاحات المطلوبة لأنه الممتنع على الدوام.

لكن علينا النظر إلى الصورة التلفزية كعامل إضافي للمساواة، فحين تعرض الحوادث المهمة من الحياة السياسية لبلد ما على الشاشة الصغيرة، فإن الساحة الإلكترونية تستبدل موطنها. لقد أثبتت الكتابة الديمocrاطية الإغريقية واقعاً وحقاً. فهي التي مكنت من المساواة بين الكل أمام القانون ولأنها كانت تسجل على الألواح والمسلات وتعرض في واسحة النهار، فإن كل واحد كان بإمكانه تأويتها ومراقبتها. وسواء تعلق الأمر بالشمال أم بالجنوب بالأمس أم اليوم، فالقراءة والكتابة والديمقراطية لا ينفصل بعضها عن بعض. قد يقال بأن الصورة والصوت أكثر ديمocratie لأن الأميين أنفسهم يدركونها. إن هذا يعني نسيان أن المجتمعات الارستقراطية - كسبارطة مثلاً - قد شجعت دائماً الثقافة الشفوية لأنها غير ملائمة للقواعد والقانون مثلها مثل الصورة فعصر الشاشة دائرة صالحة لأرستقراطية المال ومضررة بأرستقراطية الدبلوم. إنها على كل حال تستعيد للسطح ثقلاً أوليغارياً كان عصر الكتابة قد خفف منه عبر المدرسة والجرائد البخسة. فالصورة تأكل اقتصادياً الحرف كما يتلع السمك الكبير الصغير. فلننطق بخطاب أو نشره يكفي وجود

حنجرة أو طابعة، لكن لاقتراح صورة إلكترونية لملايين المشاهدين (أو ملصق بأربعة ألوان للماركة) يستلزم ذلك أولاً رأسماً. إن الظهور الفجائي للعمال في مجال الصورة، وللصورة في مجال الإقناع الجماهيري، يساهم في تحلل الفضاء المدني داخل الفضاء الاقتصادي، ويربط أكثر المساواة في الحقوق باللامساواة الفعلية، ويخصص الوظائف القيادية لمن هم أكثر غنى. ففعل الإقناع يتم تحليله باعتباره عملية شراء (الفضاءات أو أزمنة معينة)، ويتم التوجّه إلى المواطن باعتباره مستهلكاً، ثم استطلاعه بعمق وتعيين موقعه التراتي واستهدافه وترقيمه في جداول التسويق لمختلف رؤساء الشركات المهيمنة على السوق. وبهذا المعنى فإن سيطرة الصورة على المطبوع قد قامت بتسريع هائل لفساد اللعبة نفسها ومعها اللاعبين السياسيين فالشمن الباهظ للحملات الانتخابية قصد الحفاظ على «صورة ناصعة لأصحابها»، يؤدي إلى خلق صندوق أسود للتمويل وإلى استغلال الأموال العامة وعودة فرسان الصناعة إلى الساحة بقوة.

إن اللامساواة في الديمقراطية الوسائلية بين القراء الجدد الذين يستقبلون البصري، والأغنياء الجدد الذين يصنعونه ويذيعونه، ويفرزونه، لا تكمن فقط في المقدرة الفردية على الإرسال والبث. إنها توجد أيضاً في المقدرة على عرض المرء نفسه للرؤية شخصياً. ففي كل الأماكن العامة (مطعماً أو مسرحاً أو طائرة... الخ) يكون تصدر الوجه المرئي حقاً واجباً، سابقاً على كل ما لم يُرَ من قبل في أي مكان. هكذا تصبح الرؤية معياراً للمجتمع له نُظمه من جهة،

المؤئون الذين يصبحون نباءً جدداً وأصحاب رأي موثوق، ومن جهة أخرى القذرون أو المجهولون الذين لم يمرروا أبداً على الشاشة. إنه ليديمقرطي هذا النظام الذي ينظم الصراعات وطرق تصريفها. ونحن نتمنى لهذه الهوة بين ذوي ،الصور كما من قبل بين ذوي الخصائص والسيوف والأفراد الذين لا صور لهم ألا تصبح تناقضناً حاداً؛ ذلك أننا لا نملك لحد الآن إطاراً لمعالجة ناجعة لهذا النمط الجديد من انتفاضات الجماهير، أعني، تمرد الأشباح ضد Vip.

ويخلص دويريه في انتقاداته للظاهرة التلفزيونية إلى أنها تنتج سطة استبدادية على الرأي العام. إذ أن الوصاية التلفزيونية لا تعمل سوى على تقليل خطوط التعددية وهي عامل انضباط لا عامل تطور⁽¹⁾.

إن التحول الجديد الذي طرأ خلال السنوات العشر الأخيرة من القرن العشرين وحتى الآن هو انفراد ما يمكن أن نسميه بالأيديولوجيا الناعمة بموقع الصدارة في وسائل الإعلام المختلفة وتمثل هذه «الأيديولوجيا الناعمة» (ideologie soft) في تلك الجرعات اليومية بل اللحظية التي تبثها وسائل الإعلام الحديثة، وكذلك الوسائط المتعددة Multimedia وانتشار شبكة الإنترنت على المستوى العالمي. هذه الجرعات تتغلغل وتتساب إلى عقول المشاهدين القراء والمستمعين ومستخدمي الوسائط المتعددة والإنترنت بهدوء وبلا ضجيج على عكس ما كان يتم في السابق.

ص: 177

1- دويريه - المصدر نفسه.

المفكر الفرنسي بيير بورديو يقول إن هنالك من يملكون وسائل الإنتاج وأدوات السيطرة والتحكم من ناحية، ومن ناحية أخرى هناك دائمًا أولئك الذين يخضعون لشروط هذه السيطرة ويسعون للتحرر منها. وإذا كنا قد دخلنا في شكل أو مرحلة جديدة من مراحل تطور المجتمع؛ تلك التي يطلق عليها اسم مجتمع المعلومات». فإن السؤال الذي يواجهنا على الفور هو من يملك المعلومات؟ والإجابة عند بورديو واضحة وهي أن من ينتج ويسطير على هذه المعلومات ووسائل نشرها في المجتمعات المعاصرة هو الذي يحكم ويسطير ويفرض رؤيته على الآخرين الذين يملكون ويسطرون على أكبر الشبكات التلفزيونية في الولايات المتحدة الأمريكية هم أمثال: بوستن، هيرالد شيكاغو، تريبيون، لوس أنجلوس تايمز، نيويورك تايمز، يو، إس. توادي، وول ستريت جورنال، واشنطن بوست، تايم ونيوز ويك (الخ). شركات صناعية ومالية عالمية مثل كابيتال سيتيز، وجنرال إلكتريك، وكوكس إنتربريز، الخ . بالإضافة إلى أسماء كبار المالكين والمساهمين من أمثال روبرت مردوخ، وارن بوفيت ولورانس تيتش صاحب سلسلة فنادق لويس، وتديرن (شبكة سي . ان . ان)، وأسرة اوشن سلز برجر، وأسرة هيرست، وأسرة جراهام [الحلوخي مقدمة الترجمة] الخ. إن شبكات التلفزيون والراديو والصحف والمجلات التي تؤثر على الرأي العام وتشكله في البلدان الأوروبية. يملكونها أمثال روبرت مردوخ المتوج بامبراطور أو ملك الميديا وراء ملكية كبريات الصحف الإنكليزية الواسعة الانتشار وكذلك شبكات التلفزيون وقنوات البث عبر الأقمار الصناعية،

وربما يكون المثال الأكثر دلالة الذي يجسد مدى خطورة هذه الظاهرة هو مثال سيلفيو بيرلسكوني في إيطاليا.

وبالمثل يمكن أن نتساءل من الذي يملك ويهيمن على أجهزة الإعلام العربية ويضع سياستها، وخصوصاً شبكات التلفزيون التي تشكل وتوجه الوعي والرأي العام في الفضاء العربي؟ أي قيم وأفكار ثقافية تروج لها هذه الأجهزة؟ عن أي مصالح اقتصادية واجتماعية تعبر؟ أن جميع شبكات التلفزيون والراديو وكذلك معظم الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية كما نعلم مملوكة أو تدار من جانب الدول والحكومات .. كما أن الدولة ذاتها في معظم هذه البلدان تحكمها أسر وعائلات مالكة حيث تُحكم في غالبيتها من قبل شبكات عائلية واجتماعية تلتقي حول رئيس الدولة. ومن هنا نجد أن ملكية القنوات القضائية العربية ؛ أي تلك التي تبث عبر الأقمار الصناعية ويتم استقبالها في جميع البلدان ظلت تعكس التركيب الخاص نفسه بملكية وسائل الإعلام المحلية داخل الدول العربية. مثلاً فناتي-ART MBC يهيمان عليهما تحالف كل من الشيخ صالح كامل والأمير الوليد بن طلال والشيخ الوليد الإبراهيم، وهناك قناة تلفزيونية أخرى انشأها ويدرّيها ابن شقيق رئيس سابق لإحدى الدول العربية، كما أن قناة الجزيرة التي اكتسبت شهرة واسعة، أنشأها أحد أمراء. ومن هنا ندرك العلاقة القوية بين دور وسائل الإعلام من جانب وتوظيفها من السلطة. والمصالح المتبادل بين المال والإعلام والهيمنة [\(1\)](#).

ص: 179

1- درويش الحلوجي مقدمة كتاب ببير بورديو التلفزيون وآليات التلاعُب بالعقل، دار كنعان للدراسات والنشر ،دمشق، 2004 - ص

ويكاد يكون من المستحيل فهم لماذا أصبحت المعلومات ووسائل الاتصالات الحديثة تعبيراً عن هذه المصالح من دون الإجابة عن السؤال المركزي الخاص بملكية المعلومات ووسائل نقلها⁽¹⁾.

يكشف التلفزيون من خلال الآليات المتعددة التي يحددها بورديو عن خطر كبير جداً يهدد مجالات مختلفة علي مستوى الإنتاج الثقافي. كما يكشف كذلك عن خطر كبير لا يقل تهديداً للحياة السياسية وللديمقراطية. أن التلفزيون ومعه جزء من الصحافة مدفوعين بمنطق اللهو وراء مزيد من الإقبال الجماهيري، قد أثأحا المجال للمحرضين على الممارسات والأفكار العنصرية والمعادية للأخر من خلال تقديم التنازلات التي يمارسونها كل يوم⁽²⁾.

وعلى هذا يهدف بورديو في عمله عن التلفزيون والتلاعب بالعقل إلى وضع ما هو أساسى في المحل الأول بدليلاً عن السائد والمهيمن على أجهزة الأعلام أي - إبراز الخطاب المختلف عن ذلك الذي يمارس يومياً

في التلفزيون. ويعتبر الخطاب الجيد التركيب الذي استبعد شيئاً فشيئاً من برامج التلفزيون - القاعدة المستهدفة للخطاب الذي يقدم في التلفزيون، يظل في الحقيقة أحد الأشكال الأكثر إحكاماً المقاومة للتعب وللتأكيد على حرية التفكير .

ص: 180

1- المصدر نفسه - ص 30.

2- جمال حمداوي: المفاهيم السوسيولوجية عند بيير بورديو، موقع الألوكة: <http://www.alukah.net> /- ص 33.

من أبرز المشاكل الخطيرة التي أفرزتها الطفرة الإعلامية هي ظاهرة التوتر والقلق العام في المجتمعات العالمية. وهذا ما يندرج ضمن ما يسميه الخبراء باستراتيجيات صناعة الخوف.

ولم يكن الخوف ليتشر بهذه السرعة في المجتمعات المعاصرة، ويتحول إلى حالة ثقافية عامة تتغلغل في تفاصيل الحياة اليومية، لولا تلك القدرة التي تتمتع بها وسائل الإعلام الحديثة في هذا المجال؛ إذ عملت هذه الوسائل على تصنيع الخوف، ونشره وتعديله، وعولجته بفاعلية فائقة وبسرعة مذهلة. فلم يسبق أن عرفت المجتمعات في الماضي البعيد، أو حتى القريب، مخاوف بالقدر الذي عرفته المجتمعات المعاصرة؛ حيث حولت هذه الوسائل الخوف من كونه حالة فردية يشعر بها الفرد إلى حالة جماعية عامة تسم العلاقات الاجتماعية بكل أبعادها، مشكلة ثقافة من نوع خاص أطلق على تسميتها ثقافة الخوف ([Culture of Fear \(1\)](#))

ثقافة الترهيب الإعلامية

وفي الواقع، إن لجوء الأنظمة السياسية، في بعض المجتمعات، إلى افتعال الخوف بين الناس وتحويله إلى مصدر خارجي، ليس أسلوباً جديداً في التعامل مع المشكلات والأزمات الحقيقة الداخلية التي تعاني منها هذه الأنظمة، كما يرى الباحثون في مجال

ص: 181

1- حلمي ساري - دور الوسائل الإعلامية في صناعة الخوف - دراسة إجتماعية - إصدار حر - الأردن.

ديناميات العلاقات الاجتماعية والصراع الاجتماعي، وبخاصة (كامبل وكوسن)، بل قديم عرفه معظم المجتمعات؛ فكثيراً ما كان يختلف من هم في السلطة في هذه المجتمعات مصدراً خارجياً للخطر ليحيفوا به الناس من أجل كسب ولائهم وتأييدهم في ما سيقومون به من أفعال عدوانية تجاه هذا الخطر المزعوم، بحججة درئه، وإقصائه وإبعاده، وبذات تكون هذه الأنظمة قد وجدت في التدابير الأمنية والعسكرية والعدوانية التي تنتهجها في مواجهة هذا الخطر، حجة تستند إليها في هرويها من مواجهة مشكلاتها الحقيقة الداخلية من جهة وتكون، في الوقت نفسه، قد حققت أهدافها ومصالحها الخاصة من جهة أخرى.

وفي سبيل تحقيق النظام السياسي لأهدافه السابقة جميعها، سواء في المجتمعات الغربية أم غيرها من المجتمعات الأخرى، فإنه يلجأ إلى أكثر من مؤسسة من المؤسسات التي يسيطر عليها، بشكل مباشر أو غير مباشر، من أجل إنتاج الخوف ونشره. وتأتي المؤسسة الإعلامية في مقدمة هذه المؤسسات دونما منازع؛ حيث تقوم بتصنيع الخوف على صعد عددة، وفي أكثر من مجال، وأكثر من طريقة أو أسلوب، بحيث يتحول إلى مادة أو سلعة استهلاكية تباع وتشرى كقيمة السلع، مع الفارق الكبير في الربح المادي الذي تجنيه المؤسسة من هذه الصناعة. وما استثمار أصحاب رؤوس الأموال الضخمة في المجتمعات الغربية في قطاع صناعة أخبار الخوف، وأفلام الرعب والعنف والجريمة، والمسلسلات البوليسية التي تعود عليهم بمليارات الدولارات سوى أدلة واضحة على ذلك [\(1\)](#).

ص: 182

لقد أحدثت وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة تغيرات جوهرية في بنية العلاقات الاجتماعية في المجتمعات الغربية؛ إذ غدت هذه الوسائل تشكل عصب الحياة، وأضحت تحكم بمحريات الأمور والشؤون الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية، إلى الحد الذي ذهب معه العديد من الباحثين الاجتماعيين، وفي مقدمتهم عالم ما بعد الحداثة (ليوتار) والعالم (جان بودريار) إلى القول أن هذه الوسائل هي التي نقلت المجتمعات إلى مرحلة ما بعد الحداثة .

وقد حظيت المؤسسة الإعلامية باهتمام خاص من قبل العاملين في مجال العلوم الاجتماعية، ولاسيما في العقدين الأخيرين؛ إذ انصب اهتمامهم على الدور الذي تمارسه في حياة الأفراد الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية. وقد نجم عن هذا الاهتمام اتجاهات ومداخل نظرية متباعدة ومدارس فكرية متعددة، أهمها المدخل المعروف باسم مدخل الاعتماد على وسائل الاتصال الذي يتزعمه ملن دوفلور الذي يرى أن المؤسسة الإعلامية هي نظام اجتماعي ذو طبيعة تفاعلية وتبادلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع. وعليه فإنه من الصعب فهم طبيعة الأدوار والوظائف التي تقوم بها، ومن المتعدد فهم التأثير الذي تحدثه، ما لم يتم فهم طبيعة الاعتماد المتبادل والترابط الوثيق بينها وبين الأنظمة الأخرى، وبخاصة النظمتين السياسي والاقتصادي، من جهة، وما لم يتم أيضاً، تحديد المجالات التي يعتمد فيها الجمهور على هذه المؤسسة من جهة أخرى [\(1\)](#).

ص: 183

Mills C.W.The Sociological Imagina.Newyork Ox fo ford University press. 1959. pp. 103. -1

في ما يتصل بعلاقتها بالنظام السياسي في المجتمعات، وبخاصة الغربية، فهي علاقة اعتماد متبادل، كما يرى دوفلور؛ فهو لا يمكنه الاستغناء عنها من أجل نشر مبادئه وقيمه والترويج لها، ولا هي باستطاعتها الاستغناء عنه لدعم مشاريعها وحمايتها، أيضًا، فكل منهما بحاجة ماسة إلى الآخر للقيام بوظائفه، وتحقيق مصالحة الخاصة. ويتفق هربرت شيلر مع هذا الرأي إلى حد بعيد؛ إذ يعتقد أن العلاقة التي تربط هذه المؤسسة بالنظام السياسي هي علاقة قائمة على رؤية هذا النظام لها، بأنها وسيلة مناسبة، وأداة فاعلة في نشر سلطته وفرض هيمنته والترويج لأفكاره ومبادئه، وثقافته في المجتمع.

في ما يتصل بعلاقتها بالنظام الاقتصادي فهي علاقة لا تقل في قوتها ومتانتها والتبادل المشترك بينها وبينه أيضًا عن تلك العلاقة التي تربطها بالنظام السياسي؛ إذ يلجم النظم الاقتصادي إليها من أجل تحقيق أهدافه المادية؛ فهي التي تروج لمشاريعه الضخمة، وهي التي تقوم بالإعلان عنها والدعائية لها. ولا توجد مؤسسة أخرى بمقدورها القيام بهذا الدور بفاعلية كهذه المؤسسة. وإذا كان هذان النظمان لا يمكنهما الاستغناء عنها للأسباب السابقة، فهي الأخرى ليس بمقدورها الاستغناء عنهم. فهما اللذان يوفران لها الحماية السياسية والقانونية، وهما اللذان يقومان بتقديم الدعم المادي الذي تحتاجه لتصنيع منتجها والترويج له، ونشره بين أكبر قطاع ممكن من الناس. وليس إنتاج الخوف وتصنيعه سوى إحدى السلع المرجحة ماديًّاً لمالكى هذه المؤسسة والقائمين عليها.

أما في ما يتصل بطبيعة العلاقة بين المؤسسة الإعلامية

والجمهور، فيرى دوفلور أنها هي الأخرى علاقة وثيقة ومتينة؛ فليس بمقدور هذا الجمهور، وبخاصة في المجتمعات الغربية، الاستغناء عنها. فمجريات حياته السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وشؤون حياته اليومية تكاد تعتمد عليها اعتماداً شبه كلي. ورغم وجود مؤسسات أخرى يلجأ إليها الأفراد في هذه المجتمعات لتسهيل هذه المجريات والأفعال (كالأسرة، والأصدقاء، وبعض الاتحادات، والجمعيات التي يتبعون إليها ... الخ)، ومع ذلك يبقى اعتمادهم على هذه المؤسسة أقوى بكثير.

لقد تناهى الاهتمام بدور المؤسسة الإعلامية ووظائفها وتأثيراتها في العقدين الماضيين بشكل كبير وبخاصة الدور الذي تقوم به الصورة الإعلامية في التأثير على المتلقين. فهذا المفكر الفرنسي ما بعد الحداثي جان بودريار يرى أن وسائل الإعلام والاتصال عملت على إدخال تغييرات جوهرية وإحداث تحولات جذرية غير مسبوقة في حياة الناس بسبب التطور المذهل الذي طرأ على صناعة الاتصال الجماهيري. فالتلفاز، بصفته أحد أهم هذه الوسائل، على سبيل المثال «لا يعرض لنا العالم أو يعكسه أو يمثله، بل إنه أصبح بصورة متزايدة يحدد ويعيد تعريف ماهية العالم الذي نعيش فيه».

الخاتمة

اشارة

تقد الميديا إستعمار الصورة والصوت

ص: 187

يعد الإعلام الجديد، أو ما سبق وأطلق عليه بـ«ثورة الميديا»، محطة أساسية هزّت نهاية القرن العشرين.

وبحسب الخبراء فإن التأثيرات الحاسمة للإعلام الفضائي (التلفزة الكونية - الإنترنت - والهواتف الذكية) لم تقتصر على مجال واحد في الحضارة المعاصرة، بل شملت معظم الميادين الإنسانية.

وإذا كان ثمة الكثير من الإيجابيات التي لا يمكن إنكارها للميديا وخصوصاً تحقيق التواصل بين الحضارات والثقافات المختلفة في المجتمع العالمي، وتوفير المعلومات للأفراد والجماعات، فإن توظيف تقنيات التواصل في مجال السيطرة وتفكيك القيم الأخلاقية والدينية تبرز الوجه الخطير والسلبي لهذه الظاهرة.

فعلى هذا السياق، ركز بعض علماء الاجتماع في الغرب على سياسات السيطرة التي أوكلت لمجتمع الإعلام العالمي. وقرروا أن الميديا باتت تشكل الوسيلة الفضلى للهيمنة العسكرية والاقتصادية كونها توفر المكان النادر الذي لا يكون فيه المسيطر كائناً مرمياً في مواجهة المسيطر عليه. ولذا، فإن خطاب الميديا - كما يلاحظ الفيلسوف الفرنسي ميشيل فوكو - بدل أن يكون العنصر الشفاف أو المحايد الذي تكتسب فيه السياسة طابعاً سليماً، شكل أحد المواقع التي تمارس فيها السلطات الاقتصادية والثقافية والسياسية ممارساتها الرهيبة بشكل أفضل. ويضيف: يبدو الخطاب الإعلامي - في ظاهره

- شيئاً بسيطاً، لكن أشكال الممنوع التي تلتحقه تكشف باكراً ويسرعاً عن ارتباطه بالرغبة والسلطة [\(1\)](#).

ما لا يُشكّ فيه أن التحولات التي عصفت مؤخراً بالنظام العالمي، تعطى الكلام على حقيقة الميديا بعداً أكثر تعثراً وشمولًا . وقد أثبتت الإعلام بتقنياته الهائلة أنه دافع التحولات الكبرى في السياسة والاقتصاد والفن والثقافة. بل هو محورها ومحركها ومحرّضها.

لقد أصبح العالم مع ثورة الميديا قرية كونية متصلة كما وسبق وقيل. وهذا يعني أن كمية كبيرة من المفاهيم التي انتظمت العلاقة بين المجتمعات البشرية باتت الآن ضمن دوائر الشك. فعلى سبيل المثال لا الحصر، لم يعد مفهوم السيادة القومية، مثلاً، هو نفسه اليوم، بعدما تحولت الدولة القومية ذات السيادة إلى دولة عالمية مفتوحة بفعل الأسواق المشتركة والشركات متعددة الجنسيات، وثورة الاتصالات، والإعلام والمعلوماتية.

الجدير بالذكر أن نهاية الحرب الباردة 1989 - 1990 شكلت بداية الانعطاف الفعلي نحو ثورة الميديا، وقد أظهر واضعو الاستراتيجيات العليا في الغرب الأوروبي والأميركي رغباتهم الملحوظة في السيطرة على شبكات الاتصال والثروات الهائلة التي توفرها الصناعات «اللامادية» من علم، ومعرفة، وقدرة استثنائية على التحكم بالعقل واتجاهات الرأي العام في العالم. في هذا

ص: 189

1- ميشيل فوكو، نظام الخطاب ترجمة محمد سبيلا، دار التدوير بيروت، ص 10.

الخصوص يقول جيمس كورث أستاذ العلوم السياسية في عدد من الجامعات الأمريكية، «إن الدور الذي تلعبه الولايات المتحدة في الصراع الهائل بين المنظمات الكبرى ووسائل الإعلام العالمية والشركات المتعددة الجنسيات، سيتوقف على نتيجة صراع آخر أكثر أياماً، ذلك لأن الفترة الأولى من تاريخ ما بعد العصر الحديث ستتضمن صراعاً موازياً، وربماً أهلية داخل الولايات المتحدة بين

المؤسسات المتعددة الثقافات والتسللية الجماهيرية من جانب، والثقافة القومية والتعليم الجماهيري من جانب آخر. ومنذ الآن - يضيف كورث - يبدو أن معسكر ما بعد العصر الحديث هو الذي سيسود ، وإذا ما حدث ذلك فإن الولايات المتحدة بالمعنى التقليدي للشعب الأميركي وحكومة الولايات المتحدة، لن تكون هي الممثل، بل المترج - بل حتى المسرح - لعالم ما بعد العصر الحديث، وستصبح متلقياً للتاريخ لا صانعاً له ... » .⁽¹⁾

وكان من البديهي إذاً أن تؤدي الشبكة الإعلامية الهائلة مهمتها الكبرى باتجاه تفكيك أنظمة القيم في العالم. وإذا كانت مجتمعات الأطراف أو ما يصطلح عليها بالدول النامية آثرت خيار التقلي والامتثال عموماً للهيمنة الإعلامية والثقافية - الأمريكية، فذلك ما لم يحصل على الإجمال في المجتمعات الغربية. فكان أن انفجرت في وجه الزحف الإعلامي الأميركي تيارات وازنة في المجتمع المدني الأوروبي، تطالب بضرورة الممانعة والمواجهة. حتى أن

ص: 190

1- جيمس كورث، ما تزال أميركا أمة؟، مركز الدراسات الاستراتيجية والبحوث والتوثيق، بيروت، ص 20 .

الحكومة الكندية استشعرت هذا الخطر وأعلنت على لسان السيدة شيلاكوبس النائبة السابقة لرئيس الوزراء وزيرة المالية لعام 1997، وجوب مواجهة ما سمته بـ«الإمبريالية الثقافية»، وأكدت أنه إذا أصرّ الأميركيون على فرض هيمنتهم على المجتمع الثقافي العالمي باستخدام الأدوات المتوفرة لهم، فإن عليهم أن يتوقعوا إجراءات مضادة.[\(1\)](#)

لم يكن الإعلام بأحيازه المختلفة، بما فيها الصناعة السينمائية، حالة عارضة على الأمان القومي لدول الغرب ولأمريكا على الخصوص. فهو في الأساس يندرج ضمن أولويات الاستراتيجية العليا ثم ينحدر ويتوزع على استراتيجيات الحرب والاقتصاد والأمن والمجتمع الداخلي وأنظمة الأمان الإقليمية والدولية[\(2\)](#).

وإذا عدنا إلى الحرب الدعائية الغربية التي خاضت في الماضي يتضح لنا أنَّ صناعة الأفلام الأمريكية لعبت فيها دوراً إلى جانب دور الصحافة، ولننظر إلى الدعاية التي يخلفها فيلم يشاهده مئات الملايين من البشر؟ مَنْ مَنْ لم يسمع أو يقرأ كتاب فيل تايلور «ذخائر العقل» والوصف الذي جاء فيه حول شن حملة دعائية واسعة عبر سلسلة أفلام أمريكية أشرف عليها مكتب «الدعائية والمعلومات الحرية» الأميركي بعد أشهر قليلة من الهجوم الياباني

ص: 191

1- هربت شيلر الرعب الإعلامي من شؤون الرئاسة في واشنطن. لوموند دبلوماتيك، الطبعة العربية - الشهيرية - آب (أغسطس) 1997.
Tod Gitlin. Media Unlimited: How the torrent of Images and Sounds over Whelms our lives New York, -2 .2002

على القوات الأمريكية في ميناء بيرل هاربر عام 1941 كانت وزارة الدفاع الأمريكية التي كان يطلق عليها في ذلك الوقت اسم «وزارة الحرب» تتفق سنوياً مبلغ 50 مليون دولار - وهذا مبلغ كبير جداً في ذلك الوقت - على إنتاج الأفلام أثناء الحرب العالمية الثانية من أجل ترويج الدعايات الحربية التي ترغب بها المصالح الأمريكية داخل الولايات المتحدة وخارجها. وقدم الإعلام والصحافة والنشر في ذلك الوقت، كل خدماته لصالح تلك الحرب وأهدافها بشكل لم يسبق له مثيل . وما عاد أمراً غير معروف القول أنَّ للولايات المتحدة ما يزيد على المئة عام من التجارب الواسعة في التسويق الإعلامي السياسات إداراتها في الداخل والخارج.

وبحسب البروفسورة نانسي سنو المتخصصة في علم الدعاية K وهي إحدى أبرز الكوادر في وكالة المعلوماتية الأمريكية، أنه كان لدى الرئيس الأمريكي وودرو ويلسون وزیر خارجيته جورج كريبل واللجنة «الإعلامية العامة» برنامج لتدجين الشعب الأمريكي لأجل قبول اشتراك أمريكا في الحرب العالمية الأولى، وترويج بلادهم في الخارج. بل إن ويلسون نفسه ألقى خطاباً أمام «كبار التجار الأميركيين» قال فيه: «إذهبوا إلى دول العالم لبيع البضائع الأمريكية من أجل تغييرها وتوفيقها مع المبادئ للأمريكية». هذا كان عام 1916 . الآن لم يختلف الأمر لكنه ازداد كثافة بسبب توفر التقنية التي تساعده على الإسراع بالجهود وبسبب توفر حملة «الحرب على الإرهاب» واحتلاقتها كعدو جديد.

وتتحدث فكتوريا دي غراتسيا الكاتبة في (نيويورك تايمز) عن

الطريقة التي تعمل بموجبها جهود الدعاية الأمريكية بالمقارنة مع الطرق والأشكال الأخرى فتقول: «إنَّ النشر والإعلان اللذين يدعمهما القطاع الخاص الأميركي كانا في خدمة حكومة تقدم نفسها بمظهر من يعارض التدخل الواسع الخارجي، ومن يحاول تطويق وحصار قادة دول ترى أنهم ديكتاتوريون، من أجل تصوير نفسها أمام الجمهور الأميركي بصورة من يحمل رسالة إنسانية عقلانية تجاه الجمهور الذي يحمل هذه الأفكار. وإذا كانت أنظمة دول أخرى قد تقوم بالدعابة لإيديولوجية متشددة وبشكل مباشر فإنَّ الديمقراطية الأمريكية تفعل ذلك بشكل يستخدم المثل الرفيعة». وهذا القول يدل على أن مؤسسات النشر والدعابة التي تعمل مع القطاع الخاص كانت خدماً للدعابة الأمريكية، وهذا بالضبط ما تقوله الشركات الدعائية الكبرى حين تصف وظيفة «وكالة المعلوماتية الأمريكية» أثناء الحرب الباردة وما بعدها. والحقيقة هي أنه لا توجد أي دولة في العالم تشبه الولايات المتحدة في ميدان إنشاء صلات قريبة بين التجار (ترويج البيع) وبين أعمال الإدارية الأمريكية (ترويج الدعاية السياسية) [\(1\)](#).

ومنذ الحرب العالمية الأولى اختلطت الإعلانات والدعائيات بترويج الحرب والمساعدات الخارجية والتبادل الثقافي وهذا ما خلق إشكالاً حقيقياً للإدارة الأمريكية في عام 2002. وكان ثمة تساؤل عما إذا كانت الولايات المتحدة وهي الدولة التي تعتبر نفسها

ص: 193

1- نانسي سنو - حوار مع شبكة غوريلا الألكترونية حول كتابها «حرب المعلومات: الدعاية الأمريكية والسيطرة على الرأي العام - نيسان (أبريل) 2003 .

الأولى في فن الدعايات ستتجنب أن تتدخل في عملية يُخلط فيها بين الدعاية التجارية والجهود الحكومية لترويج المجتمع الأميركي. لا شك في أنها لا - يمكن أن تقوم بذلك، فنحن - والكلام لها - ما زلنا نواصل قراءة تقارير بين فترة وأخرى عن كيفية قيام مجلس العلاقات الخارجية الأميركي واللجنة الاستشارية الدبلوماسية، بإدخال أسنانها إلى برامج الإعلانات والدعايات الكبرى من أجل إعادة إبراز وجه أميركا في العالم بالمظهر المطلوب. وهذا ما ترغب أميركا بأن تشكله للعالم إنه مظهر البائع المطلق⁽¹⁾.

وإذا كانت الديمقراطية وحقوق الإنسان تماماً مفردات الخطاب السياسي الغربي اليوم فذلك لأنّها صارت سلاحاً إيديولوجياً لتسويغ المنافع وتحقيق السيطرة. وهكذا لا نزال إلى اليوم نرى كيف أنّ الديمقراطية الغربية ترعم موت الإيديولوجيا في حين تحولت هي نفسها إلى قوة إيديولوجية قاهرة ولنا أن نتحرّر ما يكتظ به الخطاب الإعلامي لنبلغ هذه الحقيقة.

في عرضه لمكونات وأسس الإمبراطورية الإعلامية الأميركيّة يسأل الباحث الفرنسي ميشال بوغونون: لماذا يمكن أن يشكّل احتكار الاتصال امتيازاً أو كسباً حاسماً لمن يستطيع امتلاكه؟ ويجيب: لأنّه يغطي كلّ وظائف البشر الروحية ثم ينبري ليلاحظ أنّ النجاح الأول لأميركا في مجال الاتصال، قام على مفارقة لافتة: فهي أمّة قتّاصة، وشرسة مسؤولة عن عدّة تدخلات خارج حدودها الشرعية، منذ نهاية حرب الاستقلال، وهي من وجه آخر موضوع

ص: 194

1- المصدر نفسه.

كره من جانب شعوب كثيرة. ومع ذلك، توصلت الولايات المتحدة إلى خداع الشعوب بحكمٍ مسبقٍ، وذلك يعود إلى عوامل: خبرة طويلة في الإعلان احتكار كبريات وكالات الصحفة الدولية، القوة المالية، وكذلك فالأمريكيون يدينون لسلبية الأجهزة الإعلامية والمؤسسات التربوية والحكومات في مجلمل العالم⁽¹⁾.

لقد انبنت العمارة الإعلامية الأميركية على امتداد تاريخ طويل. ومكتنحتها الاستهدافات الرسالية والإيديولوجية متضادة مع المجتمعات الصناعية والعسكرية بالتزامن معها من التطور المطرد باتجاه السيطرة (2).

سنة 1848، ولدت في الولايات المتحدة الوكالة الصحفية، «آسوشيتيد برس»؛ تلتها سنة 1907، «يونيتد برس آسوسيشن»، و«الإنترناشيونال نيوز سرفيس»، سنة 1909 المجمع، سنة 1958، في وكالة «يونيتد برس إنترناشيونال». وإذا أضفنا وكالة «رويتر» (تسمى الآن «رويترز») التي تنتهياليوم، إلى صحفة بريطانيا العظمى وأستراليا ونيوزيلندا، وتكتفي على غرار معظم الوكالات غير الأمريكية في العالم، غالباً، بتكرار معلومات الوكالات الأمريكية، فإننا نحصل على تكتل قادر على مراقبة 90% من الإعلام المبثوث.

و مع الصحف الكبرى التي بلغت جمهوراً عالمياً (نيويورك

195 : ص

- 1- راجع : ميشال بوغنون - موردان أميركا التوتاليتارية - الولايات المتحدة والعالم إلى أين - قدم له بيير سالينجر - تعریف خلیل احمد خلیل - دار الساقی - لندن - بيروت 245-246 . 2002
 - 2- محمود حیدر - استراتیجیات الاعلام الأميركي بعد الحادی عشر من أیولوی - محاضرة في مؤتمر كلمة سواء - الأونیسکو - بيروت . 15-4-2002

تايمز، ونيويورك هيرالد تريبيون)، والدوريات (الريدرز دايجرست، ناشيونال جيوغرافيك ماغازين بلاي بوي، تايم نيوزوينك، وشبكات NBC و CNN ABC الشبكة العالمية الأولى)، ومنذ عام 1980 صارت الولايات المتحدة تملك سلطاناً ذا مدى لا يُسبّر غوره، يسمح لها منذ عشرات السنين بقولبة فكر بضعة مليارات من الأفراد. عبر الصحافة والسينما والتلفزة والراديو، وجد الأميركيون طريقة لتصوّر الثقافة والأدب والإعلام والسياسة واستعمال القوّة، والإملاء ولفظ اللغة الإنكليزية ولا خراق الرؤوس [\(1\)](#).

إعصار الفضائيات

في السنوات الأخيرة من القرن العشرين نشأت الفضائيات التلفزيونية لتضيف إلى مجتمع الإعلام العالمي نكهة أميركية زائدة. وقد كان من أهم القنوات الأميركيّة «إيه بي سي»، «سي بي إس»، « وإن بي سي»... وذلك قبل أن تعزز الإمبراطوريات الإعلامية قبضتها على هذه السوق وتبتلع تلك القنوات. ولكن عندما كانت تلك الشبكات مستقلة كان يسيطر عليها جميعاً اليهود، منذ إنشائها..

إذ سيطر على «إيه بي سي» ليونارد غولدينسون، وسيطر على «إن بي سي» ويليام بالي ثم لورنس تيش وكلاهما يهوديان كما أسلفنا. وخلال عقود من عمل هذه الشبكات كانت تمثل باليهود من الصحفيين والإداريين والفنين وعندما تم ابتلاع هذه الشبكات من قبل إمبراطوريات أكبر حجماً، انتقل هذا الثقل اليهودي إلى الإمبراطوريات نفسها التي كان يسيطر عليها اليهود أساساً.

ص: 196

- المصدر نفسه.

والأخطر من قضية ملكية يهود لمعظم هذه الإمبراطوريات هو ما أوردته نانسيي سنو من معلومات في هذا الموضوع الخطير. فلقد تمكنت البروفسورة الأمريكية من خلال وجودها على مقربة من موقع القرار السياسي من إلقاء الضوء على المناطق المعتمة وتلك المسكونة عنها في العلاقة الخفية التي تربط الإمبراطورية الإعلامية بالبيت الأبيض والبنتاجون ووكالة المخابرات المركزية (سي. آي. اي.). تقول: إنَّ ابحاثها تطرق مواضيع تتعلق بالدعائية التي بدأت تسود في الولايات المتحدة والعالم الذي بدأ يتشكل فيه وضع جديد قبيل غزو أفغانستان، وعلى الوضع الذي تحول فيه وزير الدفاع دونالد

رامسفيلد إلى أكبر مروج دعايات للمتشددين في إدارة بوش.

أما في ما يتعلق برعاية الميديا للموجات الاجابية في العالم ما بعد 11 أيلول سبتمبر فقد صدرت العديد من الدراسات النقدية لتبرر حقيقة أنَّ «الإرهاب ليس شيئاً يذكر من دون وسائل إعلام» كما يقول عالم الاجتماع الفرنسي جان بودريار فوسائل الإعلام برأيه، هي جزء لا يتجزأ من الحدث، ومن الرعب، وقد تؤدي دورها في هذا الاتجاه أو ذاك. وبالتالي، فإنَّ الفعل القمعي يسلك المسار غير المرتقب نفسه الذي يسلكه الفعل الإرهابي، ولا أحد يعلم عند أي حد سيتوقف والانقلابات التي ستليه. ما من تمييز ممكن، على مستوى الصور والإعلام. وفي سياق شرحه لمفهولة الإرهاب المركب (الرمزي / الواقعي) يبيّن العالم الفرنسي بودريار وجهاً آخر للإرهاب دفع به الإعلام الأميركي الموجّه بوسائله الكثيرة والكبيرة إلى أن يتحول من مجرد صوت وصورة إلى باعث لزمن وواقع جديدين.

هذا الوجه الآخر للإرهاب يكمن في أنَّ كل الأشكال الأخرى للعنف وزعزعة استقرار النظام تتضاد لصالحه إرهاب معلوماتي، إرهاب بيولوجي، إرهاب الإنتراسكس والشائعة، هذه كلها تسب إلى بن لادن حتى أنه صار بإمكانه أن يعلن مسؤوليته عن الكوارث الطبيعية. كل أشكال اللاتنظم والتداول الشاذ مفيدة له. وحتى بنية التبادل العالمي المعمم تخدم التبادل المستحيل. كأنها الكتابة الآلية للإرهاب يرددتها باستمرار الإرهاب (غير المعتمد) لإعلام، وبكل ما يتوجب عليها من تبعات الهلع فإذا كانت الإصابة، في قضية الإنتراسكس هذه كلها تتم من تلقائها عبر التبلور الآني، على غرار محلول كيميائي، إذ يمس، مسًاً، إحدى الخلايا، فهذا يعني أنَّ السستام بأسره قد بلغ كتلة حرجة تجعله عرضة لأي اعتداء [\(1\)](#).

هكذا لم تكن الميديا التي أنجبتها الحداثة الغربية في أي يوم بريئه من غاياتها السياسية. وحين يذهب الإعلام المسيطر ليسوَّغ ثورته المعلوماتية عن طريق وسائل التواصل فلا يفعل هذا إلَّا لخدمة طبقة سياسية تتصدر عرش العولمة وشركاتها الكبرى. وعلى امتداد هذه الملجمة الفظيعة تلقي إمبريالية الصورة والصوت بظلالها فوق عالم يتربَّح، وإنسان يواجه حالة من الانفلات والضياع.

وبعد.. فالسؤال الكبير الذي تطرحه ثورة الميديا هو هو ما يخص الطريقة التي يمكن فيها مواجهة الآثار المعنوية والأخلاقية التي تعكس سلباً على القيم الإنسانية للشعوب وخصوصاً شعوبنا

ص: 198

1- جان بودريyar - ماذا يفعل الغرب ضد الذين يقاتلونه بموتهم - (لوموند) 3/11/2001 - «نواخذ» ترجمة بسام حجّار 11/11/2001 .

العربية والاسلامية. ولا شك في أن الأخلاق الفطرية التي توفرها الطبيعة البشرية، وبالتالي الأخلاق الدينية والقوانين المدنية التي تنتظم فيها المجتمعات، ستتشكل أساساً لحفظ القيم في مجتمعاتنا، ومن ثمة لتأليف نظام للقيم في كل ما يتصل بتدبير الشأن العام والعلاقات بين أفراد المجتمع.

استناداً إلى ما تقدم، تسقط خرافة الحياد الإعلامي، لتمضي القوى المهيمنة على المجتمع الإعلامي العالمي في حروب لا نهاية لها، ولا سيما الحرب المعنوية التي تخاض للتأثير على عقول

الناس وتوجيه ثقافاتهم عبر الصورة والصوت. وذلك ما يسميه ناقدو «الميديا المعلومة» بـ«الإمبريالية الناعمة». وهي تلك السلطة الطاغية التي تعرج في الأثير اللامتناهي، فتتجاوز الحدود، وتنكث العهود، وتخرق سيادات الدول.

المؤلف في سطور

حضر إبراهيم حيدر

حضر إبراهيم حيدر

- باحث في الإعلام المعاصر وشاعر. مواليد طيردبا - صور 1964/5/7

- حائز على إجازة بالصحافة من كلية الإعلام والتوثيق في الجامعة اللبنانية عام 1990.

- مدير تحرير مجلة «الأمن» اللبنانية منذ عام 1997.

- عضو نقابة المحررين اللبنانيين واتحاد الصحافة اللبنانية منذ عام 2000.

- عضو اتحاد الكتاب اللبنانيين.

- حائز على ميدالية العطاء الثقافي من وزارة الثقافة اللبنانية عام 2000.

- له عدد من المقالات والدراسات الفكرية في مجلة «الاستغراب» الفصلية.

- مدير الصفحة الثقافية في جريدة «الشرق» اللبنانية بين عامي 1990 و 2001.

- نشر مقالات وتحقيقاً في عدد من المجلات اللبنانية بين عامي 1987 و 1992.

- كتب في عدد من الصحف والمجلات العربية بين عامي 1992, 1997.

- أشرف على مراجعة عدد من الكتب الفكرية والثقافية والرسائل الجامعية

- له عدة دراسات أكاديمية في علم الإعلام وتقنيات التواصل.

- له ديوانان شعريان، الأول بالفصحي والثاني بالمحكية عن مؤسسة الرؤى للطباعة والنشر والتوزيع - بيروت.

ص: 200

مع ختام القرن العشرين إنطلق العالم الحديث إلى زمن جديد اصطلح على تسميته بـ«زمن العولمة». وقد ساد مناخ ثقافي عارم عنوانه الطاغي: تحول العالم إلى قرية كونية لم تعد الحواجز التقليدية للمجتمعات ولا الحدود الجغرافية للدول تشكل عائقاً أمام التواصل بين مواطنيها. لكن العامل الأساسي الذي يقف وراء هذه النقلة الكبرى التي شهدتها الحضارة المعاصرة هو ثورة الاتصالات التي سميت اختصاراً وتكتيفاً بـ«ثورة الميديا».

تتناول هذه الحلقة في سلسلة مصطلحات معاصرة مفهوم الميديا ويعرض له في دلالاته الاصطلاحية والمعنوية وطرائق الاستخدام، فضلاً عن نشأته التاريخية وعلاقته بالإعلام الكلاسيكي.

تبعد أهمية هذه الدراسة في أنها تلقي الضوء على المقدمات التي أسست لما سمي بثورة المعلوماتية والآثار الاجتماعية والسياسية والثقافية التي ولّدت لها على اتجاهات الحضارة العالمية المعاصرة.

من المقدمة

المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية

<http://www.iicss.iq>

islamic.css@gmail.com

ص: 201

تعريف مركز

بسم الله الرحمن الرحيم

جَاهِدُوا بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

(التجويه : 41)

منذ عدة سنوات حتى الان ، يقوم مركز القائمية لأبحاث الكمبيوتر بإنتاج برامج الهاتف المحمول والمكتبات الرقمية وتقديمها مجاناً. يحظى هذا المركز بشعبية كبيرة ويدعمه الهدايا والنذور والأوقاف وتخصيص النصيب المبارك للإمام عليه السلام. لمزيد من الخدمة ، يمكنك أيضاً الانضمام إلى الأشخاص الخيريين في المركز أينما كنت.

هل تعلم أن ليس كل مال يستحق أن ينفق على طريق أهل البيت عليهم السلام؟

ولن ينال كل شخص هذا النجاح؟

تهانينا لكم.

رقم البطاقة :

6104-3388-0008-7732

رقم حساب بنك ميلات:

9586839652

رقم حساب شيبا:

IR390120020000009586839652

المسمي: (معهد الغيمية لبحوث الحاسوب).

قم بإيداع مبالغ الهدية الخاصة بك.

عنوان المكتب المركزي :

أصفهان، شارع عبد الرزاق، سوق حاج محمد جعفر آباده ای، زقاق الشهید محمد حسن التوکلی، الرقم 129، الطبقه الأولى.

عنوان الموقع : www.ghbook.ir

البريد الإلكتروني : Info@ghbook.ir

هاتف المكتب المركزي 03134490125

هاتف المكتب في طهران 021 - 88318722

قسم البيع 09132000109 . 09132000109 شؤون المستخدمين



للحصول على المكتبات الخاصة الأخرى
ارجعوا الى عنوان المركز من فضلكم
www.Ghaemiyeh.com

www.Ghaemiyeh.net

www.Ghaemiyeh.org

www.Ghaemiyeh.ir

وللإيصال من فضلكم

٠٩١٣ ٢٠٠٠ ١٠٩

