

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة البليدة 02 علي لونيبي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية

شعبة علم الاجتماع

محاضرات مقياس نظريات الاتصال الاجتماعي

سنة أولى ماستر علم اجتماع الاتصال

إعداد:

أ. محمد أوسريير

توطئة لفهم المقياس:

بات الانشغال بظاهرة الاتصال الاجتماعي يأخذ مساحة أكبر فأكبر في دائرة البحث ضمن علم الاجتماع، حيث بدأ سؤال الاتصال ينتشر ويتوسع ويتعد أطرادا مع كل مرحلة، تسدعيه جملة متكاملة من الملاحظات حول تمدد آفاق الحاجة إلى الاتصال في مختلف تفاصيل الحياة الاجتماعية بعناصرها ومؤسساتها الفاعلة، فالحراك التاريخي لتكنولوجيا الاتصال وتطوراتها المفرطة ولدت لحظة تاريخية اجتماعية يتم فصل فيها الاتصال كمكون رئيسي واستراتيجي لا يمكن تجاوزه على الإطلاق، وما زالت هذه اللحظة تتمدد وتكتسب المزيد من القوة والأهمية والقدرة على النفوذ والسيطرة، فحالة التطوير المستديم للاتصال لم يستنفذ بعد غرضه الاجتماعي والتكنولوجي، وسعي القائمين عليه إلى إعادة تمثيل المجتمع والعلاقات والتفاعلات الاجتماعية والانشغالات والاهتمامات، بمعنى أن التطور التاريخي للاتصال يرتبط إلى حد بعيد بالنزعة التأثيرية، لذلك كانت الحاجة لتطوير التكنولوجيا الاتصالية وتعميمها وتسهيل استخدامها لضمان استدامة التأثير والسيطرة أحيانا.

إن موقع الإعلام والاتصال في البنية الاجتماعية المعاصرة استدعى الكثير من المحاولات التحليلية التفكيكية لاستمداد المعرفة الدقيقة بهذه الظاهرة والإحاطة المنهجية بها لإبقاء العقل السوسيولوجي منتبها دوما في إطار محاولات فهم الاتصال في تشكيلاته المعاصرة، وقد أنتجت هذه المحاولات مصفوفة كاملة من النظريات العلمية، وعموما يمكننا أن نؤكد من خلال الغوص في حمولة هذه النظريات أنها اشتغلت بسياقين أساسيين هما:

أ – **سياق الفعل:** وهو منزع نظري تعاطى مع الفعل الاتصالي كفعل اجتماعي مواجهي مباشر يتسم باليومية والشخصانية والفردانية، محاولا التوغل في ضمنياته الإنسانية وكيفيات تكونه وعمله وتحركه وصياغة مضامينه المختلفة.

ب – **سياق البنية:** وهو منزع نظري تعاطى مع الفعل الاتصالي كبنية اجتماعية تتأسس في شرطية نظامية توزع الأدوار وتضبط المكانات وتحدد الوسائل والأهداف والاستراتيجيات، وهو منزع يتعامل مع الظاهرة الاتصالية ضمن بنية مؤسساتية تستند على نظام تأطيري متكامل.

وسنستعرض في الخطوات المقبلة في استعراض نماذج عن هذه السياقات المعرفية وما نتج عنها من نظريات ونماذج تحليلية لظاهرة الاتصال.

المحاضرة الأولى:

مدخل لفهم النظرية السوسيولوجية.

محتويات المحاضرة:

01 – مدخل.

02 – النظرية السوسيولوجية نماذج المعاني والدلالات.

03- بناء النظرية السوسيولوجية.

04- النظرية السوسيولوجية الموضوع والتأويل.

05 - خاتمة.

01 - مدخل:

المعرفة العلمية الموضوعية لا تتشكل بصفة فوضوية ولا عشوائية غير محددة الأبعاد والمعالم، بل إن كل جهد فكري وعقلاني لا يعترف به كعلم إلا إذا كان منتظما وفق نسيج منهجي مضبوط ومتحكم به وهو ما نصلح عليه عموما بمفهوم النظرية، إن هذه الأخيرة تكتسي أهميتها البالغة بالنسبة لعلم الاجتماع من خلال قدرتها المشهودة في جعل المعرفة السوسيولوجيا تنخرط في دائرة العلم الموضوعي وتتأى به عن التخمينات الذاتية التي كثيرا ما اتهمت العلوم الاجتماعية والإنسانية بها، و على هذا الأساس فقد اجتهد رواد علم الاجتماع المحدثون كثيرا في إنتاج نظرية اجتماعية علمية تحاول باستمرار استيعاب ما يحدث في المجتمع الإنساني وتنميط ذلك الاستيعاب وفق مقولات علمية دقيقة وموضوعية تتسجم مع روح العلم الحديث، وبهذا المعنى تشكلت النظرية السوسيولوجية كحقل معرفي غزير الإنتاج بما يواكب التغيرات الكبرى التي ما يفتأ الفعل الاجتماعي يحدثها مستفزا بذلك العقل لمحاولة الفهم والتقنين.

02 - النظرية السوسيولوجية نماذج المعاني والدلالات:

يعتبر علم الاجتماع باستثناء التجربة الخلدونية علما حديثا، ظهر بعد تمام تشكل المجتمعات الصناعية الغربية و ما أنتجته من إعادة تشكيل لبنياتها وأنظمتها المختلفة، وما انجر عن ذلك من مشكلات وظواهر جديدة، لذلك ارتبطت معاني النظريات السوسيولوجية ودلالاتها بالجهد المعرفي الغربي بكل ما يحمله هذا الغرب من قيم وثقافة وأخلاق ومعايير وتجارب، غير أننا سنحاول ان نضع نماذج تعريفية تلخص مجمل الأبعاد العلمية المحتملة للنظرية السوسيولوجية.

أ- **التعريف النموذجي الأول:** النظرية السوسيولوجية هي نسق منطقي استقرائي استنباطي يحتوي على مفاهيم وتعريفات ومفاهيم عن العلاقة بين اثنين أو أكثر من أوجه الظاهرة

ب- **التعريف النموذجي الثاني:** النظرية السوسولوجية هي وحدة للمفاهيم المنتظمة والمترابطة والمتسادة منطقياً وبنائياً، لها مرجعية إمبريقية في الواقع تشكل فيها العلاقات بين الأجزاء إمكانية اشتقاق فرضيات جديدة أو تعميمات تعبر عن انتظامات إمبريقية .

ج- **التعريف النموذجي الثالث:** النظرية السوسولوجية هي المفاهيم التي يتشكل من خلال العلاقات بينها منظورا تحليليا للواقع الاجتماعي وما يترتب عنه من إمكانية للاستنباط والاستنتاج .

د- **التعريف النموذجي الرابع:** النظرية السوسولوجية هي عملية تطوير أفكار حول تفسيرات المعاني والتي تسمح بتفسير الأحداث وفقا للمفاهيم والمقولات والمتغيرات المتاحة¹.

وعليه ومن خلال التعريفات السابقة نستطيع استنتاج ثلاثة مفاهيم أساسية مشكلة للنظرية السوسولوجية **المفهوم الأول:** المتعلق بالنسق والذي يفترض وجود وحدة معرفية متكاملة تتكون من أجزاء مترابطة منطقياً وبشكل منظم وهذه هي شروط الاتساق.

المفهوم الثاني: المتعلق بمفهوم التجريد، أي وجود مستوى تجريدي لحقائق الواقع الاجتماعي ويتضمن هذا التجريد كيفية النظر للواقع الاجتماعي وكيف نحلل العلاقات المتحكمة فيه.

المفهوم الثالث: والمتعلق بالتعاريف والمفاهيم والافتراضات، وكلها رموز اصطلاحية لمعنى الواقع الاجتماعي الملاحظ.

ومن هنا ننتهي إلى القول بأن النظرية السوسولوجية تشتغل على تحقيق استكشافات علمية دقيقة في كفاءات عمل منظومة المجتمع الواسعة كما يصفها "بارسونز"، وذلك من خلال بناء تليخيصات علمية دقيقة حول حقائق المجتمع التكيف وميكانيزمات التكيف وحماية المعايير، ولأجل ذلك على النظرية أن تفكك المنظومات الاجتماعية الثانوية التي تساعد على استقرار المجتمع كالأسرة والاقتصاد والقضاء والتعليم والدين².

03 – بناء النظرية السوسولوجية :

تعتبر النظرية في علم الاجتماع طريقة منظمة للتعبير عن الرؤى والتصورات التي تنتظم عند الدارسين الاجتماعيين حول الموضوعات الاجتماعية المتنوعة التي تتفاعل داخل البناء الاجتماعي، وهو نفس الأمر الذي تتشارك فيه مع مختلف العلوم الإنسانية والاجتماعية والمادية والبيولوجية الأخرى، وتعتبر التشاركية أيضا خاصية ثابتة ومهمة حتى داخل النظرية السوسولوجية ذاتها وذلك من خلال الربط العلمي بين الأحداث مع العديد من الاختلافات الظاهرة عن طريق مبادئ عامة لتظهر التشابهات القائمة فيما بينها، ففي حالة التنظير للظاهرة الصراعية في المجتمع فإننا نستطيع أن نجمع جملة من الأحداث و الظواهر المتشاركة التي تخدم نفس المحتوى المجتمعي والثقافي والاقتصادي والسياسي ومنها الاحتجاجات الطلابية وإضرابات العمال وأحداث الشغب في الشارع والملاعب، لأنها تحمل نفس الخصائص الهرمية والقيمية .

1 - محمد عبد الكريم الحوراني، النظريات المعاصرة في علم الاجتماع – التوازن التفاضلي صيغة توليفية بين الوظيفية والصراع، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، ط 01 ، 2008 ، ص ص 21 – 27 .

2 - فيليب كايان وجون فرنسو دورتيه، علم الاجتماع من النظريات الكبرى إلى الشؤون اليومية أعلام و تواريخ وتيارات ، ترجمة إياس حسن، دار الفرقد للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ط 01 ، 2010 ، ص 109.

إن هذه الخاصية التشاركية التي تتميز بها النظرية السوسولوجية مع غيرها من النظريات لا ينفى تميزها وتفردها في الكثير من الجوانب وهي تشير دون غيرها إلى نوع محدد من النظرية، فهي تنطلق من مفاهيمها الخاصة ذات التعريفات المضبوطة بقواعد الحياة الاجتماعية الإنسانية التي لا تتشابه بالمطلق مع أي ظاهرة أخرى، كما أن النظرية السوسولوجية تنطلق من فرضياتها الخاصة التي تصاغ في البداية بشكل من العمومية ثم توضع القواعد المنهجية البحثية التي تجعلها أكثر دقة بعد إضافة الملاحظات الميدانية الجديدة¹، ومن ثم تضع النظرية عددا من التعديلات على الفرضيات حتى تتمكن من الوصول إلى استنتاج جملة من المقولات حول دينامية و طبيعة الموضوع المدروس، ولعلنا نجد كثيرا من النظريات السوسولوجية قد صيغت على هذا النحو، غير أن "روبيرت ميرتون" يرى أن الكثير مما يعرف بأنه نظرية في علم الاجتماع يتألف في الحقيقة من توجهات عامة نحو الواقع المادي، مما يعني أنها تنازلت كثيرا عن التفسيرات الكامنة البعيدة عن الملاحظة المادية والتي تحتاج إلى افتراضات أكثر عمقا.

وفي خضم هذا النقاش حول كيفية بناء النظرية السوسولوجية ظهر توجه معرفي جديد لا يهتم كثيرا بالدراسات الإستنتاجية والتنبؤية ويتصور ذات النظريات بأنها لا تعدوا أن تكون مجرد ملاحظات ليس بوسعها ملاحقة السلوك الاجتماعي المتعدد والمتنوع والديناميكي سريع التغير والتحول²، وبدلا من أن تكون مقولاتهم العامة حول الانتظامات في محتوى السلوك الإنساني الاجتماعي من الأجدر أن تتحول إلى التنظير حول وصف كيفية تواصل التفاعل الاجتماعي بين الناس.

وبسبب تلك الاختلافات تظهر النظرية السوسولوجية كأنها مجموعة من المنظورات لا تشترك في الكثير من التصورات باستثناء فرضياتها العامة واهتمامها المشترك بالفعل الاجتماعي، إلا أننا نستطيع أن نفند ذلك بالتنوع لا يعني التناقض دائما وإنما يعني في الكثير من الأحيان الثراء المعرفي، خاصة وأن كل النظريات تعتمد على نسج مقارب من المفاهيم والتي كثيرا ما توصف بأنها أحجار بنائية الأكثر أهمية في بناء النظرية، مما يعني أن النظريات السوسولوجية على اختلافها تجد دائما ما يجمعها ويقاربها، فالمفاهيم هي التي تمكننا من مشاهدة الواقع بكل أجزائه و تفصيلاته الاجتماعية، وهي الخطوة التفسيرية الأساسية التي تلجأ إليها كل النظريات.

04 – النظرية السوسولوجية الموضوع والتأويل:

تنقسم النظريات السوسولوجية من حيث الموضوعات بين تلك التي تنشغل بالخصائص بعيدة المدى للبناء الاجتماعي والأدوار أو ما يعرف بعلم الاجتماع بعيد المدى، وتلك التي تنشغل بالخصائص اليومية والممارسات البسيطة المتعلقة بمواجهة شخص لشخص و تفاصيل التفاعل الاجتماعي أو ما يعرف بعلم الاجتماع القصير المدى، بحيث يمكننا أن درج كمثال على ذلك النظرية الوظيفية ونظرية الصراع ضمن الموضوعات البعيدة المدى نظرا لاهتمامهما بالخصائص الكلية للبناء الاجتماعي والطبيعة العامة للمؤسسات الاجتماعية، في حين يمكننا أن نصف المنظور التفاعلي الرمزي و الظاهراتي ضمن الخصائص القريبة المدى لأنهما تعتبران الفعل بما فيه التفاعل الاجتماعي ممارسة تفصيلية تتجلى أبعادها العميقة ضمن الممارسات الاجتماعية البسيطة واليومية، بحيث تتصوران أن إدراك الموقف الاجتماعي الذي يكون فيه الناس يحتاج بالخصوص إلى الخبرات والتصورات الخاصة المطعمة بالوصفات والعادات

1 - رث و لاس و آلسون و ولف، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع – تمدد أفاق النظرية الكلاسيكية -، ترجمة محمد عبد الكريم الحوراني، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، عمان، ط 01، 2012، ص 31.

2 - نفس المرجع، ص 32.

الاجتماعية، وعلى سبيل المثال كيف أن سلوك البائعة في المتجر يصطدم بزبون متشدد هذا السلوك في هذه الحالة يتوزع بين خبرتها وتصوراتها الخاصة وبين العادات الاجتماعية التي تنحدر منها وتصف لها طرق تعاملية محددة، وفي نفس هذا الاتجاه يمكن الحديث عن نظرية الاختيار العقلاني خاصة وأنها تتشغل كثيرا بالقرارات الفردية والاختيارات الخاصة مع محاولة ربطها بالخصائص البنائية العامة التي تراعي على الدوام الشرعية الاجتماعية، ويمكن القول أن هذا المنظور النظري هو من يخرج علم الاجتماع إلى دائرة العلمية.

وعموما عند الحديث عن موضوع النظرية السوسولوجية فإننا نتحدث في الغالب بطريقة أخرى عن موضوع علم الاجتماع نفسه فهو علم مازال في مرحلة التطور وما زال في مرحلة البحث عن النظرية التي تتمكن من تصور حقيقة النسق الاجتماعي التي تحدث فيه مختلف الظواهر الاجتماعية، فالنظرية ما هي إلا آلية معرفية يستخدمها العلم للتعريف بنفسه وموضوعه ومنهجه، فموضوع النظرية ليس محددًا منعزلاً عن طبيعة العلم وإنما هو الميزة الاستثنائية ومحل الاختلاف والتنوع تكون في طبيعة الفهم الذي تبنيه النظرية حيال الموضوع والكميات التي تعالجه بها ونوعية المفاهيم المستخدمة في ذلك ومستوى الحدود التي يمكن أن يصل أو يتوقف عندها التحليل العلمي المتوصل إليه ومدى قدرته على احتواء كل الموضوع وقدرته كذلك على الصمود في وجه التغيرات الطارئة على ذات الموضوع المطروح للدراسة، و منه فالموضوع يمكن في بعض النظريات أن يكون واحداً إلا أن وجه الاختلاف يكمن تماما في الفرضيات والأبعاد التي تستخدمها نظرية دون أخرى، ومن ثم يحدث الاختلاف والتشعب وتختلف النتائج النهائية، لذلك يعتبر الكثير من علماء الاجتماع أن صحة النظرية السوسولوجية تتعلق بمدى ارتباطها بالواقع، مما يعني أن التساؤل عن مدى موضوعية النظرية وهو في الحقيقة سؤال عملي وليس سؤالاً نظرياً²، وبالمحصلة يمكن القول أن النظريات تختلف في الفرضيات والمفاهيم والمناهج المستخدمة والأهداف العامة لها، يتم ذلك حتى وإن كانت تتشغل بموضوع واحد، فميزة التعاطي العقلاني مع الظاهرة الاجتماعية تكمن في التأويل النهائي الذي تنتهي إليه النظرية والذي يعتمد في الكثير من ملامحه على الخبرات الذاتية وحمولة القيم والمعايير والانتماء الفكري والإيديولوجي الذي يميز شخصية علمية عن أخرى، فالمعطى الميداني يمكن اعتباره مادة خام في حين أن التأويل هو مادة مضافة يتم تركيبها وصياغتها بحسب توجهات رواد النظرية ومشاربهم المختلفة.

1 - نيكولاس لومان، مدخل إلى نظرية الأنساق، ترجمة يوسف فهمي حجازي، منشورات دار الجمل، بغداد، ط 01، 2010، ص 22 .
2 - جان بيار دوران وروبير فايل، علم الاجتماع المعاصر، ترجمة ميلود طواهري، دار ابن النديم للنشر والتوزيع، الجزائر، ط 01، الجزائر، ص 71 .

المحاضرة الثانية:

سوسيولوجيا الاتصال

محتويات المحاضرة:

01 – مدخل.

02 – الاتصال منظورات سوسيولوجية.

03 – الاتصال بين المشترك والذاتي.

04 – الاتصال الحديث وهيمنة التكنولوجيا.

05 – خاتمة.

01 – مدخل:

يحتفظ الاتصال بمكانته الحيوية في كل تفاصيل الحياة الاجتماعية فلا يفتأ من ظهوره المؤثر والمستمر ولا تستطيع جميع الممارسات اليومية التحايل عليه أو الاستغناء عنه، ليس لأنه يحمل موضوع التفاعل

الاجتماعي فحسب بل لأنه يعطي لهذا التفاعل قيمته وطابعه ويحدد مدى نجاحه أو فشله، بما يعني أن الاتصال يتمدد عموديا وأفقيا في أدق أشكال الفعل الاجتماعي ويفرض نفسه كمتغير أساسي لضمان جدوى هذا الفعل وتأديته لغاياته المرغوبة اجتماعيا، فعلى ضوء الجودة الاتصالية تتحدد ملامح النجاح المجتمعي على مستويات الاستقرار والتوازن والتضامن و التماسك والتنمية، وتتعد أهمية الاتصال أكثر حينما يصبح هذا الأخير مرتبطا بالتكنولوجيا وتطوراتها المربكة للنظام الثقافي بما يتأسس عليه من قيم ومعايير وأخلاقيات وتراث، فسطوة تكنولوجيا الاتصال المعاصرة وقدرتها الفائقة على تجاوز العوائق التقليدية وتخطي أدوات الرقابة السياسية والدينية والأسرية بسهولة غير مسبوقة تمنح للاتصال المعاصر مزيدا من الهيمنة على الحياة الاجتماعية برمتها وتمنحه أيضا القدرة الكبيرة في صناعة المواقف والأذواق والقناعات والسلوك وتحديد حتى التوجهات العامة للدول، وعليه نتأكد أكثر من ذي قبل بأن الاتصال كظاهرة اجتماعية لم يعد يتعلق بنقل المعلومة كما هو الشأن في حالته التقليدية ولكنه انتقل إلى وضع اعتباري عال ترسمت فيه جاذبيته الهائلة و سطوته اللامتناهية على المجتمعات المعاصرة.

02 – الاتصال منظورات سوسيولوجية:

يشكل موضوع الاتصال هاجسا حقيقيا بالنسبة للسوسيولوجيا المعاصرة نظرا للتعقيدات التي تحملها الظاهرة الاتصالية وتدخلاتها المستمرة في دقائق الحياة الاجتماعية، وقد ساهمت الظروف التاريخية كالحرب العالميتين الأولى والثانية في رسم صورة قاتمة عن الإعلام والاتصال بوصفهما أداتين للدعاية والتضليل¹، الأمر الذي أشكل على الباحثين في العلوم الإنسانية والاجتماعية في بناء مفهوم صريح للاتصال خاصة وأن هذا الأخير لا يفتأ يتسع ويتطور، ولعل من أبرز ما نتج عن هذا الاتساع في مفهوم الاتصال هو تعدد أبعاده الفكرية والاجتماعية، ومن أبرز هذه الأبعاد البعد الاجتماعي الثقافي وهو الذي يتجسد في حالة التوتر وعدم الانسجام بين التقنية ومخرجاتها مع المعايير الاجتماعية والتوقعات المثالية التي ينتظرها المجتمع من المؤسسات الاتصالية، ومن هنا يطرح التساؤل الملح حول حقيقة العلاقة المفترضة بين الإعلام والاتصال والنظام الثقافي الاجتماعي، فالمجتمع يحاول على الدوام فرض نمطية معيارية وقيمية على الاتصال لينال الشرعية، في حين أن القائمين على الاتصال يفترضون أن طبيعة نشاطهم تفرض عليهم تجاوز هذه النمطية الاجتماعية بل ومقاومتها، ويتمثل البعد الثاني في الحالة الإبداعية الافتراضية للاتصال وكيف يتم الوصول إليها؟، فمستويات النشاط الاتصالي تلامس حدود وجوهر الحياة الاجتماعية بحاجياتها المختلفة مما يتطلب قدرة عقلية فائقة الإبداع في بناء ترابعية تحقق الإبداع المتواصل دون صدام أو صراع مع المجتمع بل ويضمن لها دوام التأثير والانتشار، وأما البعد الثالث فيتمثل في المستوى الوظيفي للاتصال² وذلك من ناحية خدمة المجتمع والتناغم مع حاجياته وتطلعاته وتنمية رغبته في الحرية والديمقراطية والشفافية، أو التموقع ضمن إيديولوجية معينة وخدمة مشروع ما يصطف ضمن مصالح جماعة بعينها دون مراعاة مصالح الشأن العام.

03 – الاتصال بين المشترك والذاتي:

لا شك أن الفعل التواصلي يقتضي تفاعلا اجتماعيا بين أكثر من طرف ومن هنا فهو فعل اجتماعي أصيل ومظهر ركين من مظاهر التفاعل الاجتماعي، غير أن الحمولة الثقافية والأخلاقية والمادية التي يحملها

1 - إريك ميغري، سوسيولوجيا الاتصال والميديا، ترجمة نصر الدين لعباضي، منشورات هيئة البحرين للثقافة والآثار، المنامة، ط 01 ، 2018

، ص 27 .

2 - إريك ميغري، المرجع السابق ص ص 28 – 29 .

كل طرف تطرح تعقيدات ومعوقات كثيرة قد تتسبب في عدم وصول الفعل التواصلي إلى منتهاه ومنعه من تحقيق غاياته، وبمعنى آخر فإن فكرة وموضوع الاتصال يصنعان ويتبلوران ضمن نسق معين ويتجهان إلى محيط خارج هذا النسق بما يحتويه من تميزات واختلاف الأمر الذي يستدعي نشوء حالة من التضارب بينهما، فإذا كان الاتصال هو حالة تفاعل ضمن نظام عضوي يتشكل من التقاليد والتقاليد المضادة¹، فإن استمراره عبر الرسائل التي هي بدورها تمثل أحداثاً رمزية وشفرات ودلالات مشتركة أحياناً وذاتية أحياناً أخرى فإن هذه العلاقة ستكون رهينة التناقضات المحتملة بين المشترك والذاتي، بحيث تكون الرغبة ملحة لدى كل طرف في استعلاء منطقته وقيمه ومشروعه الاجتماعي وقناعاته المختلفة وعلى أساسها يبني طرائق تواصله مع الطرف الآخر وتحديد موقفه منه، ومن هنا فإن انعكاس الذات – سواء كانت فردية أو حزبية أو عرقية أو دينية – على الفعل ورد الفعل التواصلي ذات تأثير بالغ في سيرورة الاتصال من خلال الاندفاع التلقائي نحو التصارع والتصادم مع الذات المخالفة وهذا الذي يمكن أن نسميه بالشكل الضعيف من الاتصال الذي يحكمه التوتر وتعقيدات متشعبة ومتضاربة، في حين أن المشترك هو الذي يجسد الحالة الإنسانية المتسامية للاتصال والذي يمكن أن نسميه بالشكل القوي من الاتصال، هذا الشكل تتناسق فيه النماذج الاجتماعية والثقافية والسياسية والفكرية بحيث تتوالد كينونة اتصالية يكون المشترك فيها كفيل بتحديد المخاطر المحتملة للتصادم على الرغم من كفالة الحق في الاختلاف والحسم المبكر في القضايا المهمة والمصيرية.

04 – الاتصال الحديث وهيمنة التكنولوجيا:

يعتبر الاتصال أكثر الظواهر الاجتماعية تأثراً بالتطور المتسارع للتكنولوجيا، بل يمكننا القول أن التكنولوجيا أعادت بناء مفهوم الاتصال وهويته ووظيفته وجعلته أكثر طلباً وأكثر استهلاكاً من طرف الجميع، فعلى مستوى الإعلام أو الاتصال الجماهيري يبدو التغيير الذي أحدثته التكنولوجيا عميقاً وغير نهائي في نفس الوقت، ولعل أخطر هذه التأثيرات ظهور ما يمكن أن نسميه إيديولوجية التقنية التي قضت على المغزى الطوباوي للاتصال وانتقلت به إلى عوالم المادية والربح وتفكيك كل ما هو تقليدي، بحيث أصبحت كل المتخيلات الاجتماعية التقليدية لا وظيفية وعدمية في نظر التقنية الاتصالية الحديثة بما في ذلك الإعلام التقليدي والنخبوي، وتمكن العالم الافتراضي من إغراق الصحف والإذاعات والقنوات والأفراد والأسر وتهميش دورها القيادي لصالح مواقع التواصل الاجتماعي التي تروج للتبادلية والحرية والتعاون الإنساني وتشارك القيم والتنمية ومنح الفرد أينما وجد القدرة على صناعة إعلامه الخاص وصناعة الصورة التي تدعم الحق في الديمقراطية والرأي المخالف.

وتشكل الإنترنت العصب الأساسي لهذه الإيديولوجية التقنية، فهي حامل كبير ومذهل للتواصل نظراً لخصائصها العملية المركبة والمتنوعة والسهلة في نفس الوقت، والتي تتيح للعالم القرية من التشابك المعلوماتي في اللحظة ذاتها وهي بذلك تصنع الإنسان الكوني الذي يحيط علماً بكل ما يحدث في العالم بل ويشارك ويؤثر فيه بالصورة والتعليق والنقل وغيرها²، فالمخيل الذي أسقط على الاتصال اليوم هو مخيل الحداثة التقنية والاجتماعية، إلى حد أن هذا الإنسان أصبح يعتقد بأنه يعيش مواءمة تامة مع التقنية الاتصالية وتماهى فيها بلا رجعة إلى درجة الانتقال من الإنسان الكوني إلى الإنسان التقني المحض، ومن هنا أصبح الخوف من التكنولوجيا الاتصالية حقيقة مبررة ليس لمخلفاتها السيئة على الثقافة والخصوصية

1 - أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة ترجمة نصر الدين لعباضي والصادق رايح، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط 01، 2005، ص 36.
2 - إريك ميغري، المرجع السابق، ص 60.

الاجتماعية والأمن الاجتماعي فحسب، وإنما أيضا لتلك المخلفات القاصية على الإنسان في تركيبته النفسية والذهنية والعقلية والاجتماعية، والقضاء المبرم على التجانس بين الإنسان الفرد والإنسان الاجتماعي وتوسيع دائرة الانعزالية والفردانية وإشعال فتيل صراع الذوات بين الفرد والمجتمع من جهة وبين الفرد وذاته من جهة أخرى.

05 – خاتمة:

لا يزال الاتصال وفق انشغالات السوسيولوجيا الحديثة يفرض المزيد من التساؤلات المعرفية والمنهجية حول توجهاته المستقبلية وطرائق التحكم فيه وكيفيات استخدامه لصالح التوافق الاجتماعي والتنمية المستدامة دون تحوله إلى قوة مهيمنة تعيد ترتيب المفاهيم الثقافية والقيمية والمعيارية الأساسية التي بنت المجتمعات نفسها على أساسها، الأمر الذي يحيلنا إلى مزيد البحث والدراسة في جوهره، فالمعرفة السوسيولوجية الحالية حول الاتصال تتعلق بسياقات اجتماعية وتاريخية محددة مما يجعلها أسيرة لها وغير قادرة على اختراق سياقات جديدة تبعا لحتمية التطور التاريخاني التي تميز المجتمع الإنساني، ويترتب عن هذه الوضعية ضرورة تغيير الأدوات الفكرية السوسيولوجية لاكتساب أهلية فهم الحالة العامة والتفصيلية التي سيكون عليها الاتصال مستقبلا، فهذا التحدي الذي يجد علم الاجتماع نفسه في مواجهته لظالما كان سببا في تطويره وتمكينه من اكتساب تراكمية معرفية تقوي حضوره وتمنحه الخبرة المناسبة للإرتقاء في مستويات المصادقية والموضوعية العلمية في تناولاته للظاهرة الاتصالية.

المحاضرة الثالثة:

النظرية البنائية الوظيفية

المقاربة البنائية الوظيفية للاتصال

محتوى المحاضرة:

01 – مدخل.

02 – الاتصال الجماهيري ونظام التبادلية.

03 – الاتصال الوظيفة والمتغيرات.

04 – الاتصال كفعل من منظورات بارسونز.

05 – نقد وتقييم.

01 - مدخل:

تعتمد النظرية البنائية الوظيفية في تعاملها مع الظاهرة الاجتماعية على ثلاثة قضايا أساسية أولها الترابط العام والاعتمادية المتبادلة بين عناصر النسق، وثانيها حالة التوازن الضرورية، وثالثها كفاءات إعادة تنظيم الأجزاء والعودة إلى الوضع الطبيعي، وعلى ضوء هذه القضايا الكبرى يتشكل انشغال هذه النظرية بالظاهرة الاتصالية كظاهرة اجتماعية كبرى مستمرة ومؤثرة، لذلك نسجل أن الوظيفيين يميلون على الدوام إلى البحث في القيم المشتركة التي تتدخل في استمرار الأنساق وتضمن توازنها والأداء المتواصل للوظائف والأدوار الملزمة بها.

02 – الاتصال الجماهيري ونظام التبادلية:

تعتمد الفكرة التبادلية في علم الاجتماع على مبدأ القيمة على اعتبار أن الناس يختارون مسلكيات معينة وممارسات محددة وفقا لقيمتها المحتملة وما يترتب عن ذلك من القدرة على الاختيار بين المسارات المتبعة وفقا لاتساقها مع القيمة التي يريدونها، وهنا تأخذ القيمة معنى المنفعة بما تحتاجه من خلفيات ومعايير لقياس جودة وصلاحيه وأخلاقية القيمة المنشودة، ووظيفيا يمكن القول أن استقرار وتوازن النسق

يشكلان قاعدة قيمة تنبني عليها القيم وكل التفاعلات المرتبطة به¹، ومن هذه الاعتبارات الأساسية فإن الاتصال يخضع من الناحية البنائية الوظيفية إلى مبدأ التبادلية التي يعتمد فيها القائم بالعملية الاتصالية على النظم الاجتماعية التي يوجد فيها من جهة والتي يستهدفها من جهة أخرى، كما تعتمد هذه النظم الاجتماعية على الاتصال في ضمان استمرارها وتأثيرها على عناصرها، فالإتصال الجماهيري المعاصر على وجه التحديد تتركز قيمته المفصلية حول الربحية والتوسع والانتشار والتحكم في الرأي العام بما يضمن ديمومة هيمنته وسيطرته، مما يفرض عليه نمطا من التبادلية مع النظم الاجتماعية التي تتفاعل معه، وهنا تتشكل المعالم الكبرى للسلوك الاتصالي التبادلي كسلوك اجتماعي طوعي اختياري مدفوع بعوائد متوقعة بتعبير "بيتر بلانو" بحيث تتأسس روابط العلاقة بين القائم بالاتصال وسائر الفاعلين الاتصاليين، وتأخذ هذه العلاقة طابع التكامل أحيانا وطابع السيطرة أحيانا أخرى خاصة من الدوائر المتحكمة في الاتصال الجماهيري، فالنظم الاجتماعية تتوقع من الاتصال أن يؤدي حيالها وظائف محددة ذات الصلة بإشباع حاجياتها ذات القيمة المركزية المتسقة مع خصوصيات المرحلة ومتطلبات الراهن، ولعل القيمة الكبرى التي تحتاجها النظم الاجتماعية هي تعزيز الروابط الاجتماعية وتطوير القيم الجمعية وتدعيم التكيف مع معايير الجماعة، ولأجل أداء هذه الوظائف فإن وسائل الاتصال الجماهيري هي الأخرى تتوقع من المجتمع أن ينخرط في سلسلة من الإشباعات لصالحها تتمثل في عوائد ومنافع تعزز المكانة داخل البناء وتتيح مزيدا من القدرة على التأثير والربحية.

وبالعودة إلى "روبرت ميرتون" في تحليله الوظيفي الذي يؤكد فيه بأن التوجه المركزي للوظيفية يعتمد على ربط نتائج البيانات بالمجتمع الذي توجد فيه مما يقتضي أن التبادلية الاجتماعية مبنية على أساس التكامل والتوازن بين الأنساق الفرعية للبناء بما في ذلك النسق الاتصالي²، وعليه فإن "ميرتون" يلح على أن التكامل الجيد بين البنيات الثقافية والاجتماعية وبنية النظام الاتصالي هو تعبير عن سلامة التبادلية، غير أن هذا لا ينفي حسب مقاربتنا لميرتون دائما وجود معوقات وظيفية تعيق التبادلية والتكامل بين أجزاء النظام وعناصر البناء، فوسائل الاتصال الجماهيري كثيرا ما تجد نفسها في حالة تناقضية وصراعية مع البنيات الاجتماعية الأخرى نظرا لتضارب الأسس الثقافية والقيمية بينهما أو لاختلاف مشروعيهما الاجتماعي والتربوي والسياسي والأخلاقي، فنخبة الاتصال الجماهيري لا تستند دائما على ثقافة المجتمع بل في بعض الأحيان تتأدلج خلافا لها الأمر الذي يتسبب في عرقلة إنجاز التبادل والوقوع في الصراع بدل التكامل، ولهذا يطرح "روبرت ميرتون" فكرة البدائل الوظيفية، فالنظام الاتصالي باستطاعته أن يمتلك خصائص جديدة لتجاوز المعوقات وإملاك القدرة على الاستمرار، خاصة عن طريق البحث العلمي والتدريب والتعليم المهني والتماهي مع المجتمع والانتظام مع الأنظمة الاجتماعية الأخرى في تحقيق المصالح المشتركة وتعزيز قيم التعايش.

03 - الإتصال الوظيفية والمتغيرات:

تنطوي النظرية البنائية الوظيفية على تركيبات مفاهيمية متداخلة ومتراصة بشكل يجعل منها طرعا تحليليا مستجدا ومتقدما في علم الاجتماع، بحيث تجادل الفكرة البنائية الوظيفية كما يتصور "سملسر" على أن المجتمعات المعاصرة تتمظهر في تنظيمات وبنيات وظيفية يكون فيها الأفراد مقيدون بالالتزامات

1 - جميل حمداوي، نظريات علم الاجتماع، منشورات شبكة الألوكة، د ب، ط 01، 2015، ص 51.

2 - رث ولان وألسون وولف، المرجع السابق، ص 102.

المؤسساتية بما في ذلك بنية الاتصال¹، لذلك يعمل القائم بالاتصال في منظومة الاتصال الجماهيري على تحقيق الاعتبار وفق سياسيات مهنية تتجنب التضارب وتسعى لإعادة بناء الرأي العام واستمرارية التأثير فيه، وهنا يكون الاتصال الجماهيري في إطار حرصه على أداء أدواره الأساسية مجبرا على تثبيت أساليبه وتقنياته وفقا للمتغيرات التي تستجد على مستوى البنيات الاجتماعية الأخرى، لذلك فإن مؤسسات الاتصال الجماهيرية مدعوة باستمرار لمعرفة وتقدير التكلفة العالية المستوجب توفيرها بغرض الحفاظ على التوازن والاستقرار والمكانة في خضم المتغيرات المتلاحقة، لذلك يركز " سملسر " على فكرة الجرح الثقافي أو الإيذاء الثقافي الذي يقصد به قدرة المتغيرات الطارئة على إحداث هزة بين عناصر البنية الواحدة تغير من وعيهم تجاه الوظيفة التي من المفترض أن يؤديها تجاه بنيتهم أو تنظيمهم، وكذلك النظام الاتصالي فإنه غير قادر على الاستمرار في وظيفته ما لم يتمكن من تجنب مثل هذا الجرح الثقافي، وقد يتشكل هذا الجرح الثقافي على المستوى الاتصالي في رد فعل أولي على الصدمة بحيث تنشأ حالة من عدم التوافق بين الفاعلين الاتصاليين، كما يتشكل أيضا في الإنكار العاطفي خاصة مع الآخر، ويتشكل كذلك في صعوبة تعزيز المصلحة العامة داخل التنظيم الاتصالي، كما يتشكل في الشعور بأن الهوية الاتصالية قد تغيرت بصورة جوهرية.

04 – الاتصال كفعل من منظورات بارسونز:

بالعودة إلى المقاربة البارسونية - بارسونز - حول الفعل الاجتماعي الذي يتصور فيه أن الفاعل مدفوع لبذل كل الطاقة من أجل الوصول إلى هدف أو غاية مرغوبة ومستحسنة ومعرفة من طرف النسق الثقافي، باعتبار أن النسق يعتمد على أداء أربعة وظائف أولية وهي وظيفة الإبقاء على النموذج ووظيفة الاندماج الداخلي ووظيفة تحقيق الغايات الجماعية وأخيرا وظيفة تكيف النسق²، فإن الفعل الاتصالي هو الآخر يتحور ضمن مناخات ثقافية توافقية ويعمل على تحقيق هذه الغايات ويتم النظر إليه وفقا لها، بمعنى أن الفعل الاتصالي ينتج ممارساته وأشكاله وغاياته وفق معايير الفعل الاجتماعي الذي يوفر الحماية المطلقة للتوازن والاستقرار الاجتماعي عبر الانسجام مع الثقافة الاجتماعية، وعليه فإن التوقعات الاجتماعية تنتظر من الفعل الاتصالي أن يحترم النمطية المعيارية السائدة، وبما أن المعيارية مستجدة بالنسبة لكل فاعل بما في ذلك الفاعل الاتصالي فإن المقاربة البارسونية تحيلنا إلى جوهر الفعل الاتصالي من حيث علاقته بالمجتمع من ناحية ووظيفة كل طرف حيال الآخر ومن يخدم الآخر ومن له الحق في توجيه الآخر؟، وهنا تكون الحالة التكاملية قاعدة أساسية لفهم الفعل الاتصالي داخل النسق وذلك من خلال تعزيز التوافق الاجتماعي³، وقصد بناء إجابة نظرية لهذه التساؤلات فإن المقاربات البارسونية تقودنا إلى طرح "بارسونز" حول متغيرات النمط والتي يطرح فيها صياغة محددة لتوجهات الفاعلين في تحقيق غاياتهم وما عليهم أن يتخطونه من ظروف بموجب التوقعات الاجتماعية العامة، فالفعل الاتصالي بهذا المعنى يجد نفسه ضمن نمط مقولب من طرف السلطة الاجتماعية التي تضع الحدود المعيارية والقيمية بما يضع الفعل الاتصالي ليس ضمن نمطية الفعل الاجتماعي العام فحسب ولكن يضعه أيضا وبشكل أهم ضمن خدمة المجتمع وضمان استمرار منظومته القيمية والمعيارية، وعلاوة على هذا فإن نمطية حدود العلاقة بين الفعل الاتصالي والمجتمع تنتسج دائرتها نحو العلاقة بين الوجداني والحيادي الوجداني أي مدى قدرة الاتصال الجماهيري على تحقيق إشباع عاطفي للذين يتفاعلون معه بما يحقق أهداف الجميع، وكذلك العلاقة بين الخصوصية والعمومية أي الاختيار الذي تقع فيه وسائل الاتصال الجماهيري بين القيام بالفعل

1 - نفس المرجع، ص 117 .

2 - جان بيار دوران وروبير فايل، المرجع السابق، ص 199 .

3 - مصطفى خلف عبد الجواد، نظريات علم الاجتماع المعاصر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط 02 ، 2011 ، ص 166 .

الاتصالي وفقا لمعيار عام أو القيام به على أساس معيار المؤسسة الاتصالية وعلاقتها الشخصية والمصلحية، وكذلك العلاقة بين التوجهات الفردية والتوجهات الذاتية بمعنى هل تتوجه وسائل الاتصال الجماهيري نحو إشباع حاجياتها الخاصة أو التوجه نحو أداء الواجب والإلتزام الصارم نحو المجتمع، فالفعل الاجتماعي الاتصالي يتضمن جانبين ذاتي واجتماعي وهنا تكون مسألة الحرية الفردية في اختيار الفعل ذات أهمية كبرى¹، وبهذه الصيغة من أنماط الفعل الاجتماعي وفقا لطروحات "بارسونز" فإن الاتصال الجماهيري في علاقته بالبنيات الاجتماعية الأخرى ما هو إلى تعبير عن مشكلات النسق التي تعاني منها المجتمعات المعاصرة البالغة التعقيد وبما يعترئها من تضاربات في المصالح والنفوذ وطرائق تمرير المشاريع الاجتماعية وقيادة الجماهير.

05 - نقد وتقييم:

أ - تمثل النظرية البنائية الوظيفية حالة نضج كبيرة ضمن محتويات كل النظريات العلمية في علم الاجتماع، فهي تمثل بحق مرحلة ثورية لها ما بعدها، فقد قدمت طريقة جديدة في النظر إلى المجتمع تعتمد على فكرة الاعتمادية التبادلية القائمة بين مختلف المؤسسات والظواهر لضمان استمرار الحياة الاجتماعية، وبيئت كيف تتحرك الأنظمة الاجتماعية المختلفة ضمن أدائها التفاعلية، وكيف تحافظ الأنظمة الاجتماعية الكثيرة على توازن المجتمع واستقراره الضروري.

ب - غير أننا نسجل في هذا المقام أن الوظيفيين البنائيين عموما بما فيهم "بارسونز" لم يستطردوا في توضيح الكثير من القضايا الاجتماعية، ولم يقدموا إلا إشارات تتوالد عنها الكثير من الأسئلة ولا تقدم إجابات واضحة ودقيقة، بما في ذلك الآليات التي بها تتطور الأنساق وتشعب بها حاجيات أفرادها بما في ذلك النسق الاتصالي وحقيقة حاجة المجتمع له.

ج - كما نسجل على أطروحات "بارسونز" أنها تتناول الظاهرة الاجتماعية في حالة التوازن والاستقرار وتغيب بشكل ملحوظ الإشارة إلى الكيفيات التي يختل فيها النسق ويستجيب لشرطية اللاتوازن واللاستقرار، فنظام الاتصال اليوم خاصة الاتصال الجماهيري يعيش حالة اختلال كبيرة وعميقة، ومن خلال العودة إلى محددات النسق البارسوني لا نكاد نجد تفسيرات بنائية وظيفية واضحة حول هذا الاختلال إلا في حدود العموميات فقط، ومنه لا نجد تفسيرات لكيفيات عمل النسق الاتصالي في حالة اللاتوازن واللاستقرار.

¹ - إبراهيم عيسى عثمان، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط 01، 2008، ص 52 .

المحاضرة الرابعة:

النظرية النقدية

المقاربات النقدية للاتصال

عناصر المحاضرة:

01 – مدخل.

02 - النقدية وإعادة بناء المعرفة السوسيولوجية للاتصال.

03 – الاتصال وصناعة المجتمع المدبر.

04 – نقد ثقافة الاتصال الجماهيري.

05 – نقد وتقييم.

01 - مدخل:

رسمت المدرسة النقدية لنفسها مساراً معرفياً تدقيقياً في منجزات السوسيولوجيا الغربية من جهة وفي المشروع الاجتماعي الذي شكل المجتمعات الغربية في إطار مخرجات الحداثة وما بعد الحداثة التي أعادت رسم ملامح هذه المجتمعات كلياً، وحتى وإن كان جل السوسيولوجيين النقاد يعتبرون أنفسهم ماديين إلا أنهم عبروا مراراً عن رفضهم لفرط المادية التي اكتسحت الإنسان المعاصر، لذلك انغمسوا كثيراً في الاهتمام بالثقافة والتشكل العقلاني للشخصية والمجتمع، معتبرين أن الاقتصاد كتشكيل مادي لا ينجح إلا ضمن نظام ثقافي متجذر وقابل للتمدد والتطور ضمن سياقات توافقية وتضامنية، وضمن هذا المنوال تم التأسيس للموقف النظري النقدي من الظاهرة الاتصالية الاجتماعية والجمهيرية باعتبارها واجهات ثقافية وفكرية عقلانية تعبر عن إيديولوجيات وأنسجة مفاهيمية تتسق كلها للحفاظ على استدامة نمط العيش الحداثي.

02 - النقدية وإعادة بناء المعرفة السوسيولوجية للاتصال:

يتشكل منهج التحليل الاجتماعي لدى النظرية النقدية من افتراضين اثنين، يتمحور الافتراض الأول في كون الفعل الاجتماعي للأفراد هو نتاج حتمي للمجتمع الذي يعيشون فيه، وأما الافتراض الثاني فيتمثل في ضرورة أن يكون الدارسون الاجتماعيون متمتعون بالروح النقدية ولو حياً أعمالهم الخاصة باعتبار أن الباحثين أنفسهم نتاج لمجتمعهم وكثيراً ما يخضعون لتأثيراته، وهذا ما يفسر اعتقادهم الجازم بأن التغيير الاجتماعي كفيلاً بأن يجعل الحقائق السوسيولوجية نسبية وغير ثابتة، فالسعي للموضوعية الاستثنائية لا يعتبر مفيداً بالنسبة إليهم بل من الأجدر الاستناد على المدخل المعياري الذي يقرّبهم من المعرفة والحقيقة أكثر من المدخل الوضعي، الأمر الذي يؤدي إلى تفادي السقوط في الأفكار الجاهزة، وهنا تكمن أهمية النقد الذي يؤدي إلى رفض العلاقات التي تحكمها العادة دون وعي وتفكير وإيجاد المعطى الذي يدفع إلى التفكير العميق الذي يستوعب انشغالات الواقع¹.

وتماشياً مع هذا السياق يلح "يورغن هابرماس" على أن التوجه العلمي النقدي يفرض علينا اليوم تناول المشكلات الأخلاقية المصاحبة للإعلام المعاصر بما في ذلك المشكلات الأخلاقية والسياسية والأمنية²، بحيث لم يعد خفياً على أحد أن الميديا المعاصرة لا تتمتع بالاستقلالية المزعومة وإنما هي في أغلبها ملكيات خاصة لكنها تخضع للوبيات رأسمالية عملاقة تخدم إيديولوجيات النخبة المهيمنة وتكرس نمطها الاجتماعي وتعممه ثقافياً واستهلاكياً على الجميع.

يوضح "هور كهايمر" أن نمو الفعل الاجتماعي يعتمد على التطور العقلاني للمجتمع، وهذا لا يعني حسبه العودة للوضع بل يعني الاشتغال على الأبحاث الواقعية والاهتمام بتفحص الحالة التبادلية القائمة بين القوى الاجتماعية المختلفة من ثقافة وعلم وفن وقانون وعادات وتقاليد ورأي عام وأسلوب حياة، فإيجاد العلاقة بين هذه القوى يسمح ببناء تحليل عقلاني كامل حول كيفية نشوء الظواهر الاجتماعية في بعديها الأساسيين الثقافي والاجتماعي الواسع³، وانطلاقاً من هذه المقاربة النقدية يمكن القول أنه في هذا

¹ - حسن مصدق، يورغن هابرماس ومدرسة فرانكفورت - النظرية النقدية التواصلية - ، منشورات المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط 01 ، 2005 ، ص 41 .

² -- Jean Marc Ferry, Habermas : l'éthique de la communication, presses universitaires de France, 1987, paris, p35.

³ - آلن هاو، النظرية النقدية - مدرسة فرانكفورت -، ترجمة ثائر ديب، دار العين للنشر، القاهرة، ط 01 ، 2010 ، ص ص 38 39 .

المجتمع العقلاني الذي يتقن إدارة الصراع بين الإمكانات الإنسانية وضرورات التنظيم الاجتماعي للعمل والأدوار والمكانات يتبلور الفعل الاتصالي في صورته الفردية والجماعية، وبمقتضيات العقلانية الاجتماعية أيضا يأخذ الاتصال شكله ومشروعه ووظيفته إذ عليه في الغالب أن يتسق مع الجوهر الاجتماعي في صيغته العقلانية المعاصرة، غير أن واقع الحال يشير إلى أن الاتصال الجماهيري على وجه التحديد لا يخفي منطلقاته النقدية للمجتمع ويتوجه أكثر نحو صناعة قيمه وثقافته وإعادة تسريبها للمجتمع ليس فقط لتلبية الحاجيات الاجتماعية بل لبناء ثقافة اجتماعية جديدة تخدم الروح الفكرية والمادية التي تتحكم في مجتمعات الحداثة، فالتطور العقلاني للمجتمع أنتج بدوره تطورا مفرطا في استخدامات الاتصال الجماهيري لإنتاج الموجة الاستهلاكية التي ميزت الإنسان الغربي المعاصر على وجه التدقيق، أو كما يجادل "ميلز" على أن العالم تحكمه صفوة القوة التي تتشكل من تحالفات مصلحة وثيقة ومعقدة بين رجال الحكومات والشركات الكبرى والاتحادات وهم جميعا يحتلون مكانة متقدمة في صناعة البرامج السياسية والاقتصادية والعسكرية وقيادة المجتمع، وعلى هذا المنوال فإن المؤسسات الاتصالية تعد أحد أهم أركان صفوة القوة بل هي القوة المركزية التي تعول عليها العناصر الأخرى، بمعنى أن الاتصال يتكامل مع الصفوة وفقا لوحدة المصالح مما يجعله في حالة صراع غير معلنة مع غير المنتمين لهذه الصفوة من باقي تشكيلات المجتمع.

03- الاتصال وصناعة المجتمع المدبر:

لا يتوانى علماء النقدية في تفكيك بنية الرأسمالية والجدال عن مثالبها التي صنعت أزمة الإنسان الغربي المعاصر بل ويعتبرون أن الفاشية متجذرة بشكل أساسي في بنيتها الثقافية ووعيها الاقتصادي، خاصة وأنهم انشغلوا كثيرا بدراسة طبيعة الشخصية والسلوك بناء على العلاقة التفاعلية الحاصلة بين النظام الاقتصادي والدوافع الفردية الأساسية، حيث تراءى لهم مدى مساهمة هذا النظام الاقتصادي في إفساد الشخصية وإحداث الشلل فيها، ومن هنا يظهر تفاني النظرية النقدية في الدفاع عن الفرد وعقله ووعيه وحرية تفكيره واختياره، ومن هذه المقاربة نلمح أن وسائل الاتصال الجماهيري تتمركز في قلب هذا الصراع الدائر بين هذا النظام الاجتماعي الاقتصادي والشخصية التي تصور "إريك فروم" أنها افتقدت لحاجاتها الوجودية الأساسية كالقدرة على الابتكار والهوية، وقد لعب الاتصال الدور الحاسم في إخضاع هذه الشخصية لفائدة الرأسمالية وبناء ميولاتها وتوجهاتها وقناعاتها المختلفة، بحيث يتحول المجتمع إلى حالة مدبرة ومهيئة مسبقا بعيدة كليا عن الحالة الطبيعية التي يجب أن يكون عليها¹.

ومن خلال توسيع هذه المقاربة يتضح أن الاتصال من منظورات النقدية ارتبط في المجتمعات الصناعية المعاصرة بالدعاية لصالح النظام الاجتماعي الاقتصادي كقوة تسلطية تعمل على تكييف الأفراد وقولبتهم بحسب المعطيات التي تفرزها المنافع الرأسمالية بغية بناء نسيج اجتماعي جديد يعتمد على الرأسمالية ويخضع لسياساتها ويعيد إنتاج ممارساتها في قالب استهلاكي غير واع تماما، ولا يستطيع الإفلات من وضعية الاصطناع الاجتماعي هذه حسب "أدورنو" إلا تلك الشخصيات المتمردة الوافدة من أوساط وبيئات واعية بحقوقها وقادرة على إنتاج أنماطها الثقافية والسلوكية بناء على هويتها المستقلة عن الثقافة المدبرة رأسماليا عبر الاتصال وغيره.

وقد سار "ماركوز" في نفس هذا الاتجاه النقدي للاتصال الجماهيري ضمن نقدية شمولية لمخرجات المجتمعات الرأسمالية المعاصرة، فيرى أن مهمة وسائل الإعلام ضمن هذه المجتمعات هي إعادة تكييف

¹ - روث ولاس وألسون وولف، المرجع السابق، ص 182 .

المجتمع مع الضبط الاجتماعي الذي يمارسه نسق السيطرة، فالمجتمع الذي يعمل على تغيير الطبيعة البشرية باستخدام التكنولوجيا يغير بلا شك المبادئ الأساسية للسيطرة¹، وبالتالي السماح له بالإفلات من أي محاولة تغيير ومواصلة رفض التنوع والدفاع المستميت عن نموذجه ذو البعد الأحادي في السيطرة، وبصيغة أخرى فإن المقاربة النقدية تحيلنا إلى إعادة النظر في العلاقة القائمة بين الاتصال والمجتمع من ناحية التموّج الذي على الاتصال أن يأخذه مقابل الطبيعة الاجتماعية في صورتها التعاونية والتشاركية وخدمة المصالح المشتركة وحماية قيم التوافق، وهنا يؤكد النقاد أن وسائل الاتصال الجماهيري اختارت التموّج مع نسق السيطرة الرأسمالية والتماهي مع مشاريعها والدخول في نشاط إعادة بناء المجتمع بما يخدم هذا النسق، وبهذا تحول الاتصال الجماهيري إلى سلعة تخلصت تماما من سماتها الرسالية واكتسبت خاصية محدثة تتمثل في سعار الربح المادي والانتشار وإبقاء المجتمع المدبر في حالة الخضوع وعدم القدرة على التحرر من الرأسمالية.

04 - نقد ثقافة الاتصال الجماهيري:

ليس من الصعب ملاحظة حجم التراكم النقدي الذي خاضت فيه النظرية النقدية حيال دور الاتصال في صناعة ونقل الثقافة الجماهيرية السطحية والاستهلاكية، والتي تعمل على إدماج الشخصية في نمطية النظام الاقتصادي الفرعي المهيمن على المجتمع وجعل هذه الشخصية خاضعة على الدوام للتلاعب الرأسمالي الذي لا يلزمه منها إلى الرغبة المتواصلة في الاستهلاك، ولا يتوانى النقاد من أمثال "أدورنو" في التعبير عن سخطهم من الفن الأمريكي وخاصة موسيقى "الجاز" التي تعد حسبهم أداة لإلهاء الناس وجعلهم سلبيين وغير قادرين على معرفة واقعهم وعاجزين عن التعامل المناسب معه، بل هي في حقيقة الأمر تعمل على تقوية الوضع الاجتماعي الراهن لا أكثر، كما بيدي "أدورنو" نقده اللاذع لوسائل الإعلام التي تروج لعلم التنجيم والأبراج، باعتباره علامة واضحة على تغييب الوعي والحط من قيمة التفكير والعقلانية، ويعتبرها حيل اتصالية لبناء معنى جديد يوهم الأفراد بأنهم تحرروا من الواقع المجدد الذي هم فيه، لكنهم في الواقع تحولوا إلى سلع لدى الأطباء والنفسانيين والمحامين الذين يوهمونهم بالطمأنينة².

ولم يختلف "هربرت ماركوز" عن غيره من النقاد في نقده للاتصال الجماهيري في المجتمعات الحديثة في العالمين الرأسمالي والشيوعي، ففي كتابه "الإنسان ذو البعد الواحد" ينسج نسقا نقديا متكاملًا يتصور فيه أن التقدم التكنولوجي والتقني أنتج نظاما عميقا للسيطرة والتنسيق، تكون وسائل الإعلام فيه القوائم بدور تكييف المجتمع والأفراد مع الضبط الاجتماعي الذي يحمي مصالح السلطة القائمة، ويسجل أن وسائل الإعلام لا تقدم أي شيء للنقد والتفكير الجدي وإنما على العكس من ذلك فهي تجتهد في تسطيح الثقافة والإقناع بالنظام اللبرالي ذو الاتجاه الواحد الذي لا يخدم إلا نفسه، لذلك تعمل وسائل الإعلام ببسالة على إهمال الأفكار والطروحات البديلة، ويرى "ماركوز" أن الإعلام خاصة المرئي منه أصبح يثير الإشمزاز والنفور، فالمقاطع الإشهارية ومضات الإعلان مليئة بالكذب والاستهتار لدفع الناس نحو الاستهلاك وتحويل العلاقات الاجتماعية إلى علاقات سوقية مادية لا تلقي بالا ولا وزنا إلا للقيم التبادلية بل وتعمل على تقليص المجال المتسامي للفعل الإنساني³.

1 - هيربرت ماركوز، الإنسان ذو البعد الواحد، ترجمة جورج طرابيشي، منشورات دار الآداب، بيروت، ط 03، 1988، ص 181 .

2 - روث ولاس وألسون وولف، المرجع السابق، ص 184 .

3 - هيربرت ماركوز، المرجع السابق، ص 92 - 93 .

وغير بعيد عن هذا السياق النقدي يمكن مقارنة أفكار "سي رايت ملز" مع التوجه النقدي لدور وسائل الاتصال في الترويج للثقافة السطحية، فهو يرى أن العمال من ذوي الياقات البيضاء مقوليين بواسطة الثقافة الاتصالية الجماهيرية، كما أن أصحاب القوة دائما ما يستعملون قوتهم بطرق خفية تتخذ تمظهرات مقبولة ومحبة، وكثيرا ما تروج لها وسائل الإعلام وتسوقها وتضمن لها مكانة مقبولة داخل منظومة القيم والمعايير والمكانات الاجتماعية، وبهذا الاختيار الذي مضت فيه وسائل الاتصال الجماهيرية المعاصرة فإنها تكون قد ساهمت إلى حد كبير في صناعة الاغتراب لدى الإنسان المعاصر وإغراقه أكثر فأكثر في دوامة البيروقراطية الحديثة وسلخه عن قيمه التقليدية وربطه بحاجاته الاستهلاكية أكثر من ربطه بمجتمعه، كما يرى "ملز" أن وسائل التسلية الحديثة التي تستخدم وسائل الإعلام ما هي في الحقيقة إلا ماكينات مستحدثة عمدا لإنتاج إثارة اصطناعية لا تؤسس قيما عميقة، وإنما تهدف إلى تقوية الميولات السيكولوجية والاجتماعية نحو الاستهلاكية والثقافة السطحية والتي كلما انتشرت كلما تعززت مكانة الرأسماليين، ولا يتوانى "ميلز" في الإشارة إلى أن نخبة القوة يستخدمون الناس كأوعية وأدوات لصناعة تاريخهم ومجدهم الخاص فهم يملكون وسائل القدرة التي تتيح لهم فعل ذلك، وهكذا يتمكن أصحاب المشروعات بما فيهم الإعلامية والاتصالية من إعادة تشكيل الاقتصاد الحر وتركيز قدرتهم من جديد، ومن هنا يمكننا أن نشير إلى أن تمركز وسائل الاتصال الجماهير من منظور النقدية في قلب السلطة الرأسمالية الصناعية يشكل خطرا دائما يهدد المجتمعات والقيم التقليدية بالسقوط النهائي ويعيد إنتاج إنسان جديد يبني وجوده الاجتماعي على أساس ما يستهلكه وما تقدمه له وسائل الاتصال الجماهيري من ثقافة براغماتية مادية وسطحية.

05 - نقد وتقييم:

أ - يمكن اعتبار النظرية النقدية مدرسة تحليلية خاصة في تاريخ علم الاجتماع الغربي المعاصر، نظرا لميزاتها المعرفية والمنهجية غير المسبوقة، فعلى الرغم من التأثيرات الماركسية والفيبيرية الظاهرة على نسقها التحليلي إلا أنها تميزت بتخصصها النقدي العميق الذي يتجاوز الصراع الماركسية والفهمية الفيبيرية، ومحاولة تقديم تفسيرات جديدة مبنية على طبيعة الميزة الرأسمالية والاستهلاكية الجديدة التي باتت شعارا أساسيا للمجتمعات الغربية الحالية، خاصة فيما تعلق بتعميم نفوذ الثقافة الجماهيرية التي أغرقت الشعوب في السطحية والتبعية.

ب - ولكن رغم ذلك فقد واجهت هذه النظرية الكثير من الانتقادات خاصة من طرف المناوئين لها الذين اعتبروها سببا رئيسا في ظهور وانتشار التيارات المحافظة والمتطرفة الراضة لقيم الغرب وقيم الرأسمالية على وجه التحديد، غير أن الانتقاد الأكبر الذي يمكن أن تواجه به هذه النظرية هو تلك الاعتبارات التي قدمتها خاصة لدى "ميلز" والتي تعتبر أن صفوة القوة وعبر وسائل السيطرة بما فيها وسائل الاتصال الجماهيري قد تمكنت تماما من السيطرة على المجتمع والانفراد به وتحويله إلى مجرد قطاع استهلاكي دون سابق وعي منه، بحيث تشير الكثير من الدراسات والنظريات أن المجتمع لا تتحكم فيه كليا صفوة واحدة بل إن تاريخ المجتمع هو صراع قوى كلها تستخدم وسائل الإعلام والاتصال بما يخدم توجهاتها ويحقق أهدافها.

¹ - رايت ميلز، الخيال العلمي الاجتماعي، ترجمة عبد الباسط عبد المعطي وعادل مختار الهواري، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د ط، 1986، ص 318.

ج – يضاف إلى هذا عدم واجهة التعميم بسلبية وسائل الإعلام المعاصرة واعتبارها كلها أداة لفرض هيمنة الرأسمالية وتحويل الإنسان إلى كائن استهلاكي يعيش حالة اغتراب دائمة، بحيث يبدو أن هذا الموقف يحمل الكثير من الحدية ولا يأخذ بعين الاعتبار التنوع الذي تشهده الساحة الإعلامية العالمية، كما أنه موقف لا يلتفت للدور الإيجابي الذي لعبته وسائل الاتصال الجماهيري في نشر الوعي والترويج للفكر والثقافة العلمية والاستماتة في الدفاع عن الحرية والديمقراطية وحقوق الإنسان.

المحاضرة الخامسة

نظرية الثقافة النقدية

عناصر المحاضرة:

- 01 – مدخل.
- 02 – صناعة الثقافة ضمن مجال الاتصال.
- 03 – الاتصال وإعادة الإنتاج الثقافي.
- 04 – الاتصال والطبقة الثقافية.
- 05 – نقد وتقييم.

01 - مدخل:

قاد الاهتمام بنقد الاتصال في قلبه الرأسمالي الحدائي إلى تعميم حالة النقد هذه على كل التشكيلات الاجتماعية التي يمكن أن تكون لها صلة موضوعية بالعملية الاتصالية ومختلف مؤسساتها، وفي هذا الخضم يبدو الملمح الثقافي من أكثر الملامح ارتباطا بالاتصال المعاصر، على اعتبار أن المنتج الإعلامي يأخذ في أغلب أطواره وتجلياته بعدا ثقافيا يلامس حاجة الناس إلى الترفيه والتسلية والمعرفة وكل ذلك يتم قولبته في إطار منتج ثقافي تحمله أدوات الاتصال الجماهيري إلى المتلقي ضمن خلفيات وإيديولوجيات وبرامجات متباينة، فكل الصلات التي ينسجها الإعلام المعاصر لا تعرف الطريق إلى الحياد الثقافي والسياسي والفكري بل هي صلات ممنهجة الهدف الأساسي منها هو ربط الإنسان المعاصر بالثقافة الرأسمالية وتعويم المجتمعات ضمن هذه الثقافة لضمان استمرار النموذج الرأسمالي الحدائي وتزايد حجم التبعية المجتمعية لها، ومن هنا فإن مثل هذه التوجهات لم تعد مقبولة من طرف الكثير من المفكرين والمثقفين والسياسيين في كل أرجاء العالم، وركزت طائفة منهم على الوجه الثقافي للاتصال الحديث على اعتبار أن الحالة النقدية هي الحالة الصحية التي يجب أن يكون عليها الإعلام خاصة إذا كان الفعل النقدي يستند إلى مطالبات وانشغالات اجتماعية مشتركة ومعززا بتراكمات من الحقائق العلمية والتاريخية.

02 - صناعة الثقافة ضمن مجال الاتصال:

تشكل وسائل الاتصال مدخلا ثقافيا أساسيا ورافدا مهما من روافد صناعة الثقافة ونشرها والإقناع بها، غير أن الملاحظة العلمية المتفحصة تشير إلى وجود تباينات في نوعية الثقافة التي تنشرها وسائل الإعلام والاتصال اليوم، وبناء على تداعيات هذا الواقع فقد لخص "أورنو" انتقادات عميقة ومهمة للكثير من البرامج التلفزيونية التي يعتبرها صانعوها ثقافية وهي في جوهرها برامج تزيينية للواقع الخطير الذي تعيشه الكثير من الفئات والطبقات الاجتماعية في الكثير من تفاصيل حياتها اليومية، كما لم يتوانى في نقد ما أسماه السعادة المغشوشة للفن التأييدي الموالى والمندمج كلياً مع الأنساق الغالبة¹

وضمن هذا السياق التحليلي النقدي يؤكد رواد هذه النظرية أن الفعل التواصلي هو في حد ذاته فعل ثقافي ينضوي على محددات ثقافية متنوعة وعميقة، لذلك نسجل حالة الصراع الدائمة حول التحكم في وسائل الإعلام والاتصال لأن ذلك يمكن الطرف المتحكم من السيطرة على الجماهير وإعادة بناء وعيها بذاتها ووعيها بما يحيط بها اجتماعيا وثقافيا وسياسيا واقتصاديا، فالمعنى الظاهري للثقافة الذي ينتشر غالبا عبر وسائل الإعلام لا يسمح للمتلقي بأن يمتلك الآليات الفكرية والثقافية التي تمكنه من فهم واستيعاب واقعه المعيشي، وبالعودة إلى رأي "إدموند هوسرل" الذي يؤكد على وجود نوعين من الحقائق ونوعين من العوالم، فهناك حقائق الواقع المعاش وتقابلها الحقائق العلمية الموضوعية المفسرة لها، فالحقائق المعاشة مرتبطة بالمحيط الاجتماعي وسياقاته الثقافية على وجه التحديد، في حين أن الحقائق الموضوعية هي استلهامات عقلية تحليلية نقدية لا تخضع للسياق الثقافي، كما أنها قابلة للتطبيق في كل مكان²، ومن هنا فإن الإعلام المعاصر يقف على طرفي نقيض في تعامله مع موضوع صناعة الثقافة، فالتجليات البرامجية الأكثر رواجاً وانتشاراً في العالم تشي بتغول الثقافة المعاشة، والتي تطورت بفضل التقنية إلى تشييء

1 - أرمان ومثال ماتلار، المرجع السابق، ص 88 .

2 - حسن مصدق، المرجع السابق، ص 113 .

الثقافة وربطها بالحاجات المادية والبيولوجية للفرد والأسر، ومن هنا يجد هؤلاء أنفسهم في حكم التبعية المطلقة لصناع الإشباع الرأسماليين، في مقابل التراجع المشهود لقيمة الاتصال الذي يعزز الحقائق الموضوعية بحكم أنها حقائق نقدية موضوعية.

ولا يبدو أن وسائل الاتصال الحديثة مبالية بالاختلاف الثقافي الذي يفرض التنوع واحترام التدفقات الاجتماعية المترتبة عنه¹، فالإعلام يعمل على نشر الثقافة بعيد وحيد يعتمد على تنميط وجهة النظر الرأسمالية وما يترتب عن ذلك من مشكلات أخلاقية ونزاعات سياسية وعرقية خاصة تلك التي تتبنى فكرة تفوق الثقافة الغربية عن غيرها، وتفوق الإنسان الغربي الأكثر جدارة على بناء الحضارة وقيادة البشرية، وهو الأمر الذي يسمح له بنشر ثقافته وجعلها النموذج الثقافي الوحيد المسيطر والمهيمن على البشرية، وهنا يشير " كريغ كالهون " إلى أن كل النشاطات الاجتماعية بما فيها العلمية والإعلامية لا بد أن تراعي الاختلاف الثقافي والخصوصية الاجتماعية، فنحن حسبنا بحاجة ماسة إلى التنبيه لمشكلات الاختلاف الثقافي وتعزيز مصادر التواصل الثقافي²، وبناء على هذه الاعتبارات فإن من الأدوار الأساسية لوسائل الاتصال الجماهيري التنبيه لهذه المشكلات والتدخل الإبداعي للمساهمة في حلها وتطوير فكرة تقبل الآخر واحترام ثقافته وقيمه، غير أن الملاحظ على وسائل الإعلام المعاصرة هو وقوعها في حالة تشنج ودفاعها المستميت عن النموذج الثقافي الغربي الرأسمالي واعتباره النموذج الوحيد الذي من الضروري أن يعمم على جميع المجتمعات ليس بغرض تطويرها فحسب ولكن بغرض ضمان تبعيتها وخضوعها وتسهيل مهمة استغلالها فيما بعد.

إن الإلتباس الحاصل فيما يخص الإعلام وصناعة الثقافة ينشأ في الكثير من جوانبه من عدم قدرة النظريات السوسيولوجية الرأسمالية الغربية على ضبط مفهوم محدد للثقافة كمفهوم إنساني يتجاوز المعطى المادي – بمعناه التنافسي الربحي الأحادي- الذي يوجه اليوم المخيال البحثي الغربي، فاللغة الإعلامية المعاصرة تطرح الثقافة كمفهوم متعلق بالأشياء أو كوصف مرتبط بموضوعات الواقع³، وهنا يكون السياق الثقافي في واجهات الإعلام المعاصر يروج لما تعارفت عليه الرأسمالية على أنه ثقافة ولا يروج للثقافة كقوة متطورة تاريخيا وحضاريا من خلال وعي الإنسان بوجوده ورسالته، الأمر الذي يعني أن هذا النوع من الإعلام يهمل تماما فكرة التراكمية الثقافية التي طالما ميزت تاريخ الإنسانية وشكلت طبيعة علاقة البشر ببعضهم البعض، وصاغت مختلف الرمزيات التواصلية فيما بينهم، فالرأسمال الثقافي لم يكن يوما حكرا على جهة معينة بل إن التراكم هو ميزته الأساسية، كما شكلت الانقالية ميزته الأساسية الثانية، بحيث تمكن هذا الرأسمال الثقافي من الانتقال عبر الأجيال والمجتمعات وتطور بداخلها بنياته المختلفة⁴.

03 – الاتصال وإعادة الإنتاج الثقافي:

لا ترتبط وظيفة الإعلام المعاصر كما هو ملاحظ بنقل المعلومات والأخبار واعتماد النزاهة والحيادية في ذلك ضمن أخلاقيات الاتصال المتداولة والمعروفة، ولكن يبدو أن الإعلام أخذ منحاً وظيفياً مغايراً يميل

1 - هومي . ك . بابا، موقع الثقافة، ترجمة ثامر ديب، منشورات المجلس الأعلى للثقافة بمصر، القاهرة، ط 01 ، 2004 ، ص 45 .
2 - كريغ كالهون، النظرية الاجتماعية النقدية – ثقافة الاختلاف تاريخه وتحديه -، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ط 01 ، 2013 ، ص 148 – 149 .
3 - محمد الدغمومي، المفهوم والتواصل – مفهوم الثقافة نموذجا، ضمن كتاب جماعي بعنوان المفاهيم وأشكال التواصل، تنسيق محمد مفتاح، منشورات كلية الآداب والعلوم الإنسانية، الرباط، ط 001 ، 2001 ، ص 96
4 أحمد شرارك، سوسيولوجيا التراكم الثقافي، منشورات المركز الوطني للإبداع المسرحي والسينمائي، الرباط، ط 01 ، 2004 ، ص 16 .

إلى الانخراط في الصراعات الإيديولوجية والاقتصادية والفكرية، وهنا سنكتشف أن مفهوم إعادة الإنتاج أصبح يشكل ركيزة وظيفية استراتيجية ضمن منظومة هذا الإعلام، إذ تحمل هذا الأخير مهمة إعادة الإنتاج الثقافي لصالح القوى الجديدة التي سيطرت على العالم بعد الحرب العالمية الثانية سواء في الفضاء الشرقي الشيوعي أو في الفضاء الغربي الرأسمالي، وضمن هذا المنوال المعرفي اشتغل "إريك فروم" بموضوع اندماج الأفراد وانصياهم للنظام الرأسمالي الجديد، مستخدماً في ذلك تركيبة من الأدوات التحليلية المتراوحة بين المادية التاريخية والتحليل النفسي، وقد أكد على أن التشكيل النفسي والاجتماعي للفرد يشكل النواة الصلبة التي تنطلق منها عمليات إعادة الإنتاج الثقافي، فالفرد في المجتمعات الرأسمالية المعاصرة مهياً تماماً عبر المؤسسات الوسيطة ومن أبرزها الإعلام مهياً للتأثر بالأطروحات الرأسمالية والتناغم معها وإعادة إنتاجها ليس في مجال الاستهلاك فقط ولكن في مجالات الثقافة والسلوك الاجتماعي العام، الأمر الذي أدى إلى إنتاج شخصية غربية يسهل قيادتها ويسهل التحكم فيها والسيطرة عليها، فالشخصية الغربية المعاصرة المعاد إنتاجها ثقافياً عبر وسائل الإعلام مندمجة كلياً ضمن الرأسمالية الليبرالية ووضعت نفسها في خدمتها، وكأنها تماثلت فكرة الاعتمادية القصوى على وسائل الإعلام في بناء وعيها وما يجب أن تكون عليه وما يجب أن تتبناه ثقافياً.

وفي إطار السعي لبناء معرفة سوسيولوجية تنتقل من تحليل الثقافة الجماهيرية وتبريرها وتبنيها عند البعض إلى محاولة بناء ثقافة نقدية تعيد المجتمع والعقل الذي يبحث فيه إلى بناء وعي حقيقي ومعرفة قادرة على استقراء الواقع الاجتماعي يرى "تيودور روزاك" أن الثقافة المضادة هي البديل للمأزق المتعدد الأبعاد للمجتمعات الغربية، فسيطرة العقل التقني وثقافة الإشهار وهيمنة التكنوقراطيين على المشهد السياسي والاقتصادي والثقافي حول استخدامات وسائل الإعلام والاتصال إلى مؤسسات دعائية ترسخ إيديولوجيا الخضوع للتقنية الاستهلاكية، و يرى أن سرعة انتشار الحركات الاحتجاجية والسياسية تشير إلى تهيؤ الظروف المواتية لهذه الثقافة المضادة للانتشار²، وفي هذه الحالة سيتم استدعاء وسائل الإعلام للعب دورها الريادي في إحداث التغيير المنشود.

04 - الاتصال والطبقة الثقافية:

لا شك أن حدة الصراع الطبقي التي ميزت المجتمعات الغربية في القرن التاسع عشر لم تعد بنفس الشدة اليوم، وذلك بسبب تطور حقوق المواطنة وما ترتب عنها من حقوق على المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، الأمر الذي أتاح كما يبدو للإنسان الغربي التمتع بحقوقه المدنية والتمتع بالرعاية وتحسين ظروفه المعيشية إلى حدود بعيدة واتكائه على نظام قضائي يضمن له العدالة والمساواة وكذا انخراطه في نظام سياسي يضمن له الممارسة السياسية النزيهة والاختيار الحر، فتكريس هذه الحقوق أدى بدوره إلى تكريس الرأسمالية وتضييق الهوة الطبقيّة، غير أن الوضع في حقيقة الأمر لا يبدو بهذه المثالية والطوباوية المبالغ فيها، إذ وجدت المجتمعات الغربية نفسها أمام هيمنة جديدة تركز طبقة مستترة من نوع جديد، فالطبقة العاملة مقيدة بعقد عمل رأسمالي تحدد بنوده وتفصيله بما يخدم قوة ونفوذ أصحاب العمل على حساب العمال، فكأننا بصدد بناء ثقافة طبقية جديدة يتمتع فيها العمال بحقوق مدنية لكن مخرجات التمتع بها تكون في كل الأحوال لصالح الرأسمالية، بحيث يتم تشكيل العامل وفق شروط

1 - إبراهيم عيسى عثمان، المرجع السابق، ص 191 .

2 - توم بوتومور، مدرسة فرانكفورت، ترجمة سعد هجرس، دار أوبيا للطباعة والنشر والتوزيع، طرابلس ليبيا، ط 01 ، 1998 ، ص 96 .

ثقافية ومهنية لا تسمح له بممارسة الرقابة على العمل الذي يؤديه¹، وهنا تتم صناعة الطبقة الثقافية واستدعاء وسائل الإعلام والاتصال للترويج لها وتكريسها كحقيقة اجتماعية.

فمن أهم ميزات الإعلام المعاصر الانخراط الكلي في بناء ثقافة اجتماعية متقبلة ومستسلمة لمتطلبات بقاء واستمرار الدولة، مما يترتب عنه توجه الإعلام إلى المساهمة في صناعة طبقة ثقافية جديدة، تشمل الطبقة الأولى صناع القرار وأجهزة الدولة والموالين لها من مثقفين وسياسيين واقتصاديين وإعلاميين وغيرهم، وتشمل الطبقة الثانية عموم المجتمع الذي عليه أن يستجيب لخطاب ثقافي يكرس تبعيته لأجهزة الدولة، وفي هذا الصدد نشر "ألتوسير" عام 1970 مقالا بعنوان "الإيديولوجيا والعدة الإيديولوجية للدولة" وقد أحدث وقعا كبيرا ضمن الدراسات النقدية للاتصال، ومما أشار إليه "ألتوسير" أن الدولة مقابل استخدامها للأجهزة القمعية الأمنية التي تمارس قمعا ماديا مباشرا، فإنها تستخدم أجهزة القمع الإيديولوجية التي تمارس قمعا فكريا وثقافيا باستخدام مؤسسات محورية يأتي في مقدمتها الإعلام والاتصال، بحيث تعمل التدفقات الإعلامية على بناء وعي يتقبل العنف الرمزي الممارس ضمن فضاء التصورات والبنية الثقافية العامة²، وفي إطار هذه السياقات يشهد الخطاب الإعلامي المعاصر تكريسا واضحا لسياقين ثقافيين مختلفين وبمحتويات قيمية ومعيارية مختلفة هي الأخرى، يتمثل هذا التكريس الطبقي الثقافي في خطاب إعلامي تحرري عبر الفن والسينما على وجه الخصوص يروج إشهاريا لقيم الحرية والعدالة والمساواة واحترام التنوع والاختلاف، وهو خطاب تتبناه الشركات الرأسمالية الكبرى التي تعمل على صناعة إعلام سلعي عبر قنوات فنية واسعة الجماهيرية وبالغ التأثير خاصة في أوساط المراهقين والشباب والنساء ومحدودي التعليم، ويتمثل السياق الطبقي الثقافي الثاني في خطاب إعلامي إيديولوجي وسياسي يكرس الخوف الاجتماعي العام من التقلبات الأمنية والاقتصادية، من خلال الضغط الإعلامي المستمر على الجماهير بالأخبار السياسية وأزماتها التي تهدد استقرار الشعوب وأمنها ومستقبلها الاقتصادي والصحي وزاويل نمطها المعيشي، ويمكن الإشارة أيضا إلى نشوء تيارات ثقافية مقاومة لهذه الطبقة الثقافية تلك التي يسميها "أدورنو" بالثقافة المستقلة عن الأدلجة الرسمية³، والتي تتمتع بالقدرة على مقاومة الهيمنة والسيطرة المنظمة، الأمر الذي يترتب عنه حتمية إنشاء نمط إعلامي اتصالي جديد يتميز هو الآخر بالقدرة على الاستقلالية والمقاومة.

05 – نقد وتقييم:

أ - نلاحظ من خلال ما سبق أن نظرية الثقافة النقدية انشغلت كثيرا بالأدوار التأثيرية التبادلية التي يمكن أن تؤديها وسائل الإعلام، بحيث خصصت جهدا فكريا محترما جدا من أجل تفكيك الدور الثقافي لوسائل الإعلام المعاصرة ضمن النظام الرأسمالي الليبرالي على وجه التحديد، وقد وصلت إلى استخلاصات مهمة متعلقة بسبر أغوار حقيقة الوظيفة المحددة رأسماليا للاتصال وكيفية استخدامه لصناعة ثقافة معينة معززة لنفوذ الثقافة التقنية التي تعمل على تفكيك المؤسسات الاجتماعية التقليدية لصالح القيم المادية والثقافية والفنية الجديدة التي تروج لها الشركات الكبرى.

1 - أنتوني غيدنز، مقدمة نقدية في علم الاجتماع، ترجمة أحمد زايد وآخرون، منشورات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية بجامعة القاهرة، القاهرة ط 02، 2006، ص 76 - 80 .

2 - أرمان وميشال ماتلار، المرجع السابق، ص 108 .

3 - توفيق شايو، النزعة النقدية الثقافية عند مدرسة فرانكفورت - براديجمات الإنسان الثقافة والفن - مجلة اللغة العربية وآدابها، المجلد الخامس، العدد الأول، ديسمبر 2017، ص 61 .

ب – غير أننا نسجل الكثير من الملاحظات حول هذا الطرح، بحيث يتعمد إغفال الوضع الإعلامي الاتصالي في المجتمعات الاشتراكية حيث يتم استخدام الإعلام بنفس الطريقة لكن للترويج لصالح إيديولوجيا شمولية تمارس الهيمنة باسم الدولة بدلا من الشركات الرأسمالية الكبرى، وما يعزز فكرة تعمد إغفال هذا الأمر هو علاقة هؤلاء النقاد بالماركسية وتأثرهم بها، الأمر الذي حول طرحها في الكثير من زواياها إلى بيان سياسي مناوئ للغرب أكثر منه تحليل سوسيولوجي.

ج – كما نسجل أن هذه النظرية لا تقدم مؤشرات دقيقة حول الحقائق التي تدعي نقدها ولم تؤسس لتصوير واضح حول الثقافة التي على وسائل الإعلام تبنيها، مما جعلها تغرق في النقد السلبي وتنفي عن المجتمع أي قدرة على المقاومة والتفكير خارج الطبقة الثقافية المزعومة، فالافتراض اليساري الذي انطلقت منه جعلها تبقى أسيرة الأزمة التي حاولت تحليلها ولم توفق في الانتقال إلى مرحلة بناء البدائل الكبرى التي يمكن أن تصنع إعلاما جديدا يؤدي أدواره المبدئية بعيدا عن الصراعات الأيديولوجية والسياسية والاقتصادية والثقافية على وجه التحديد.

المحاضرة السادسة:

نظرية التبعية

عناصر المحاضرة:

01 – مدخل.

02 – التبعية الإعلامية المفاهيم العامة.

03 – التبعية الإعلامية منظورات الإعلام في العالم الثالث.

04 – التبعية والتبادل الإعلامي غير المتكافئ.

05 – نقد وتقييم.

01 - مدخل:

شكلت الانقسامات السياسية الكبرى التي عاشها العالم إبان الحرب الباردة مناخا ثقافيا جديدا جسد بدوره حقيقة الصراع القائم ومنطلقاته الفكرية وتصورات السوسيولوجية لمختلف الحوادث والظواهر المترتبة عن هذا الصراع، وقد كان الإعلام والاتصال مجالاً حيويًا احتدم فيه التضارب الصراعي سواء على مستوى كفاءات التعامل معه أو على مستوى استخدامه للترويج لصالح إيديولوجية وخيارات سياسية واقتصادية يؤمن بها هذا المعسكر أو ذلك، ولعل أبرز المفاهيم ظهوراً في هذه المرحلة هو مفهوم التبعية، بحيث تطورت عملية استعماله ليس على مستوى الخطاب السياسي فقط وإنما على المستوى التحليلي السوسيولوجي لواقع العالم الثالث على وجه التحديد، وشق هذا المفهوم طريقه بشكل كثيف في الدراسات العلمية للاتصال ليس ك مفهوم معزول وإنما تمكن من التوسع والانتشار إلى أن تحول إلى رؤية نظرية تحليلية متكاملة للاتصال خاصة في العالم الثالث ومجتمعات المعسكر الشرقي، مستندا في الكثير من الأحيان على الأطروحات الماركسية الكلاسيكية والمحدثة ومطوراً لمفاهيمه وأدواته التحليلية وفقاً لمتغيرات السياسة والاقتصاد العالميين وتحولات الصناعة الثقافية المترتبة عنهما.

02 - التبعية الإعلامية المفاهيم العامة:

من خلال الرؤية التاريخية يتضح أن تاريخ الرأسمالية في الكثير من مخرجاته يعمل بلا هوادة على تكريس سيادة الرأسمالية الغربية على الشعوب، وتشمل هذه السيادة كل مقومات الحياة الاجتماعية، واستغراق الرأسمالية في فرض سيادتها على شعوب العالم يقتضي تاريخياً وبشكل ملحوظ السعي لإنشاء حالة التبعية لها، وتكريس التبعية من محتوى الاقتصاد السياسي يقتضي تجاوز البعد المادي إلى البعدين الوجداني والثقافي، لذلك شكل الإعلام والاتصال نقطة الارتكاز الأساسية في تمرير سياسات التبعية وتجييش النخب على مختلف الصعد للإقناع بها والترويج لها وحمل الشعوب على تقبلها ومسايرتها، بمعنى أن الإعلام والاتصال كثيراً ما استخدم لإقناع الشعوب التي تعيش على هامش التصنيع والتكنولوجيا والرفاه الاقتصادي بأنها بحاجة دائمة إلى مركز قوة عالمي تستند إليه لتوفير حاجياتها الأساسية وحمايتها من المخاطر المحتملة، أو كما يشير إليه "إيمانويل غالرشتاين" بالتبادل غير المتكافئ الذي تخلقه الرأسمالية على نطاق واسع وكوني والذي يتجسد في شبكات تجارية واتصالية واسعة تعمل على تأكيد وتقوية مركزية الرأسمالية الغربية.

ويبدو من خلال هذا الطرح أن العالم الرأسمالي المتقدم في صورة الولايات المتحدة الأمريكية على وجه التحديد قد اهتم كثيراً بما يسميه "لازر سفيلد" بالاتصال الدولي ليس بغرض تعزيز الروابط مع مختلف المجموعات الاتصالية في العالم وإنما أيضاً من أجل تمرير النموذج الاقتصادي السياسي الأمريكي، الأمر

الذي يساعد فيما بعد على جعل الثقافة الأمريكية بمختلف تشكيلاتها ثقافة كونية مهيمنة وما يترتب عن ذلك من جلب العديد من التبعيات لصالحها، وكل هذا بدوره سيعزز بكل تأكيد انقسام الفضاء الاتصالي العالمي إلى معسكرات اتصالية صراعية وأرضيات للمواجهة على النفوذ والسيطرة ستكون ضحيتها على الدوام المجتمعات الأضعف تكنولوجيا، إن مثل هذا الصراع سوف ينشط من عملية تسارع التطور في صناعة تكنولوجيايات الاتصال والإعلام ويجعل مجال الاتصال خارج السيطرة وربما يتجاوز بمراحل كبيرة برامج التنمية والتحديث في المجالات الأخرى، ومن هنا تكون التبعية أمرا واقعا ومحتوما بالنسبة للمجتمعات والدول الأقل قدرة في مواكبة هذا المد الاتصالي التسارعي، وبالتالي سيكون الخطر محققا ليس على استقلالية سياستها واقتصادها فقط وإنما سيكون الخطر أكثر على بنيتها الاجتماعية والثقافية والقيمية على وجه التحديد، فسياسات التنمية في العالم الثالث لن تصل إلى تحقيق أهدافها إلا من خلال تفعيل الإعلام والاتصال كأداة تنموية استراتيجية نظرا لقدرة على صناعة رأي عام مؤيد لهذه السياسات ومنخرط في تحقيقها، مما يعني أن الاتصال سيكون من أهم المكونات المجتمعية التي من الضروري أن تنطلق بها العمليات التنموية لذلك يكون الوعي بدوره الحساس مناط الاهتمام الدائم، ولأجل هذا الدور أصبح الإعلام والاتصال محل صراع عالمي وتجاذبات سياسية دولية كبيرة، الأمر الذي يجعل من فكرة استقلال الإعلام المحلي في دول العالم الثالث قضية بالغة الأهمية.

03 – التبعية الإعلامية، منظورات الإعلام في العالم الثالث:

تعد إشكالية الاستقلالية الإعلامية من أكثر الإشكالات التي تؤرق دول العالم الثالث التي تسعى لاستكمال استقلالها السياسي باستقلال ثقافي واقتصادي متكامل، لذلك نلاحظ أن كثيرا من النخب الوطنية في هذه الدول رفضت النظريات الغربية المفسرة لحالة التخلف المعمم الذي تعيشه مجتمعات العالم الثالث، حيث تبني هؤلاء المثقفون التقدميون مشروعا نهضويا محليا يرى أن الغرب الصناعي الرأسمالي يعمل على إبقاء حالة التبعية بل ويعيد إنتاجها باستمرار، ويلعب المنتج الإعلامي الغربي دور الريادة في مهمة تكريس تبعية العالم الثالث للغرب الليبرالي، فالخطر يكمن في تسريب الثقافة الانهزامية وزيادة الاعتمادية على الغرب وتسويق ثقافته على أنها الأجدر لتحقيق حلم التنمية الشاملة، وقد أفصح كلا من "هربرت شيلر" و "أرمان ماتلار" على هذا التوجه النقدي للإعلام الغربي حينما وصفا الممارسات الإعلامية الرأسمالية الصناعية الوافدة من الغرب الاستعماري بالخطر المحدق الذي يهدف بالأساس إلى خلخلة البنيات الثقافية المحلية وصناعة ثقافات دخيلة كبديل لها وما يترتب عنها من صراعات داخل البنية الاجتماعية المحلية بين ثقافة هجينة مستلبة فكريا وأخلاقيا وثقافة وطنية تسعى لاستكمال مسارات استقلالها النهائي²، ويتعمق هذا الطرح النقدي أكثر مع " بويد باريت" وحتى منظمة اليونسكو حيث تظهر الجهود واضحة في طرح منظورات نقدية لمحاولات تسييد الرؤية الإعلامية الاتصالية الغربية التي تهدف لحماية مصالح الرأسمالية الصناعية الكبرى وتهميش الحقوق الأصلية لمجتمعات دول الجنوب بما في ذلك حق الاستفادة من إعلام حقيقي ومتجانس يخدم مصالح شعوبه ولا يخضع بأي شكل لأي نوع من الهيمنة والتبعية.

كما تشير نظرية التبعية أيضا إلى مفهوم الحرية الإعلامية الاتصالية على المستويين الداخلي والخارجي، غير أن تركيزها الأساسي ينصب حول البعد السياسي الثقافي والمخاطر المسلطة من الخارجي على

1 - منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، منشورات المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، جامعة الإسكندرية، د ط، 2002، ص 200 .
2 - محمد جاسم فليح الموسوي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، مقرر دراسي لطلبة الماجستير قسم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، د ت، ص 64 .

الداخلي بالنسبة للدول حديثة الاستقلال والتي لم تستكمل مسارها التنموي بعد، والتي مازالت بحاجة إلى الدول المتقدمة لاستخدام التكنولوجيا والاستفادة منها لذا تجد نفسها تحت سيطرة ملاك التكنولوجيا وعرضة باستمرار لغزو الثقافة الغربية وتشويه ثقافتها المحلية¹، وعلى هذا الأساس من الضروري أن يتم التركيز على أن تشمل الإستراتيجية الإعلامية الوطنية على رؤية شمولية دقيقة تشاركية تندمج فيها كل الجماهير والنخب والطاقات، تهدف بالأساس إلى بناء نظام إعلامي غير تقليدي يعبر فعلا عن رغبة المجتمع في التطور والتنمية والحرية ويساهم بفاعلية أكثر في تفكيك وإنهاء حالة التبعية وإنهاء السيطرة الغربية على هذا المجال المحوري، وحتى يتحقق هذا الهدف الإستراتيجي من الضروري أن تكون السياسة الإعلامية الاتصالية في العالم الثالث مبنية على أساس بناء رأي عام حقيقي يتميز بالوعي الكامل ولا يمنع من الوصول إلى المعلومة وغير قابل للخضوع لسياسات التضليل التي تتبعها الكثير من الأنظمة السياسية الفاشلة لإضفاء شرعية وهمية عليها، لهذا تتجلى للعيان أهمية بناء وتشكيل اتجاهات صادقة في الوصول إلى تنمية مستدامة وحرية إعلامية حقيقية، وفي سياق هذا التوجه يشير "بويد باريت" إلى أن معنى التبعية لا يكمن فقط في المستوى الفكرة الاتصالية وإنما يكمن أيضا في مستوى الوسائل الاتصالية نفسها، فمجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال بقدر ما هو فائق التطور في الغرب بقدر ما هو فائق التخلف في دول العالم الثالث، الأمر الذي سيزيد من حجم التبعية ومخاطرها كفقدان السيادة الوطنية وتلاشي الهوية الوطنية وفقدان الخصوصية الثقافية²، والتبعية في هذه الحالة لا تكون إلا لشركات متعددة الجنسيات وعابرة للحدود ذات طابع معولم لا تؤمن إلا بمصالحها وزيادة نفوذها وأرباحها ولا تعطي وزنا مطلقا لضعفاء العالم ولا تخضع لدبلوماسية التوازن والتعاون وتبادل المصالح، بل والأدهى من هذا أنها تعمل على تكوين نخب موالية لها داخل دول العالم الثالث ترعى مصالحها بما تحمله من نفوذ على مختلف الممارسات السياسية والاقتصادية وتدخلها الملحوظ في إفشال سياسات التنمية المحلية والحرص على إبقاء حالة التبعية.

04 – التبعية ورهانات الإعلام في العالم الثالث:

يجتهد علماء نظرية التبعية الإعلامية من أمثال " أندري جاندر فرانك" في الدفاع على فكرتهم القائلة بأن حالة التخلف المنتشرة في العالم الثالث هي في النهاية مسؤولية مطلقة تتحملها الرأسمالية العالمية التي تبنى تطورها على حساب العالم الثالث الذي لا يدعو أن يكون بالنسبة لها مصدرا لموادها الأولية وسوقا توسعية لبيع منتجاتها، إن هذه العلاقة غير الطبيعية وغير المتكافئة هي في الحقيقة وجه من وجوه الاستعمار الجديد المنقشي في كل مفاصل مجتمعات ودول العالم الثالث، وهو أيضا حالة غير طبيعية في العلاقات الدولية، ويأخذ الإعلام في هذه الوضعية دور الريادة في تفشي حالة التبعية وعدم التكافؤ بين العالمين الغربي والعالم الثالث، ولا يمكن إغفال الضعف الإعلامي سواء على مستوى التقنية أو على مستوى الخطاب والمعنى ودلالات الصورة الواردة من العالم الثالث إلى الغرب، فيظهر هذا الإعلام عاجزا ومتخلفا وغير قادر على مواجهة الدعاية الرأسمالية ومغرياتها المتنوعة وآلتها الإعلامية الجبارة، وتتشكل هذه السلبية الإعلامية أيضا في المستويات المحدودة للديمقراطية والحرية الفكرية التي تتاح للإعلام في دول العالم الثالث ورصد ترسانة رقابية تحاصر العقل الإعلامي وتقيد الإبداع وتمنع إنتاج مادة اتصالية حقيقية تعبر عن المطالبات الاجتماعية والسياسية والتنموية لشعوب الجنوب، في حين أن الإعلام في الغرب قد تحول إلى أحد أهم مراكز صناعة وحماية الحرية والديمقراطية وإنتاج الرأي العام،

1 - كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، د ط، 2020 ، ص 185 .
2 - عبد الرزاق محمد الدلمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، دار تاء للنشر والتوزيع، ص 55 .

يضاف إلى ذلك أن أغلب وسائل الإعلام والاتصال في العالم الثالث هي مؤسسات ملك للدولة لا تشارك كثيرا في العملية الاقتصادية هذا إذا لم تكن عبا على الاقتصاد، وفي المقابل فإن الإعلام في الغرب قد تحول إلى شركات اقتصادية كبرى تجني فوائد وأرباح مالية ضخمة وأسست لنفسها وضعا اعتباريا فريدا لصناعة الربح المادي بواسطة منتجات إعلامية ثقافية وسياسية وترفيهية متقنة.

لا يبدو خفيا الآن حجم الرهانات الحساسة المطروحة أمام الإعلام في دول العالم الثالث والتي تتطلب التجديد وإعادة النظر في السياسة الإعلامية برمتها وبناء منظومات تفكير حديثة حول الإعلام كما أشار إلى ذلك ممثل اليونيسكو "شين ماك برايد" الذي ترأس اللجنة الأممية لحل المشكلات التي يطرحها تطور الاتصالات في العالم، حيث انتهى التفكير إلى ضرورة تعزيز التبادل الإعلامي بين العالمين وبناء نظام إعلامي عالمي جديد يقضي بوقف احتكارية وكالات الأنباء الكبرى للمعلومة، وقد أفضى تبني اليونيسكو لهذا المقترح إلى انسحاب أمريكا وبريطانيا منها، وفي هذا السياق يشير "دلاس سميث" إلى ضرورة إعادة النظر في قدرة الإعلام على اختراق الأوطان وممارسة الهيمنة الثقافية على الغير، وبناء نمط جديد للتدفقات الإعلامية تضمن التوازن ومزيدا من التشاركية بين مجتمعات العالم.

05 _ نقد وتقييم:

أ - يمكن القول أن نظرية التبعية تشكل امتدادا للصراع الفكري والسياسي القائم بين سوسيولوجيا اليسار والسوسيولوجية الرأسمالية، فقد تمكنت من إعادة بعث فكرة استقلالية العالم الثالث وحقه في ممارسة سيادته في كل شؤونها بما في ذلك شأن الإعلام والاتصال، ويظهر أنها تلح كثيرا على ضرورة تجاوز العلاقة غير المتكافئة بين الدول المتطورة ودول المتخلفة، ففكرة بناء عالم متوازن حسبها يقتضي إعادة النظر في الكثير من النظريات الغربية المتعلقة بفكرة التطوير والتحديث التي اعتمد عليها الغرب في بناء توجهاته الكبرى وعلاقاته مع غيره.

ب - إذا كانت نظرية التبعية تنتقد الإعلام الغربي الرأسمالي باعتباره إعلاما دعائيا لصالح النخبة السياسية والاقتصادية الليبرالية الغربية، وتنتقد كذلك أدواره السيئة في محاولة استغلال وإنهاك شعوب العالم الثالث، وفرض ديمومة تبعيتها للغرب، فإنها تكاد تقع في نفس النمط الفكري للغرب في تعامله مع الإعلام، لأنها تدفع وسائل الإعلام والاتصال إلى تبني أطروحات اليسار والدفاع عنها والترويج لها، دون الأخذ بعين الاعتبار لحق هذا الإعلام في أن يكون مستقلا وموضوعيا وغير مؤدلج لصالح جهة ما، فالإعلام من منظورات نظرية التبعية لا يعدو أن يكون آلية لمحاربة الرأسمالية لصالح القومييين اليساريين الأمر الذي يكبت الحريات ويبعد الإعلام عن الحقيقة المرجوة.

ج - ومما يسجل على هذه النظرية أيضا هو عدم قدرة نسيجها الفكري على توضيح مفاهيمه السوسيولوجية بدقة علمية تسمح بقياسها على واقع الإعلام في العالم اليوم، فمفهوم التبعية والاعتمادية والتخلف والهيمنة والاستكبار، مفاهيم سريرية غير دقيقة علميا وليست محددة وفق منظومات قواعد التفكير العلمي بقدر ماهي خطاب سياسي معارض لواقع الحال ومدد بالفارق بين قدرات الإعلام في العالمين.

د - كما نلاحظ أن نظرية التبعية تحولت في الكثير من فصولها إلى نظرية تبريرية وليست نظرية علمية تحليلية، بحيث تعيد تخلف العالم الثالث إلى تراكمية توسع النظام الرأسمالي الغربي وتمدده الاستغلالي فيه وجبروت آتة الإعلامية المتفوقة، دون التركيز على تشريح البنية الاجتماعية والسياسية والاتصالية

1 - محمد جاسم فليحي الموسوي، المرجع السابق، ص 65 .

لمجتمعات العالم الثالث والعمل إلى توضيح ونقد عوامل التخلف الذاتي المستشرية فيها وقابليتها للتبعية في الكثير من الأحيان.

المحاضرة السابعة:

نظرية الاقتصاد السياسي في ميدان الاتصال

عناصر المحاضرة:

01 – مدخل.

02 – الاقتصاد السياسي وسياقات الفعل الاجتماعي.

03 – الاتصال من وجهة نظر الاقتصاد السياسي.

04 – الاقتصاد السياسي والنمذجة الاتصالية.

05 – نقد وتقييم.

01 – مدخل:

تتداخل الارتباطات بين الفعل الاجتماعي في مخرجاته الاتصالية اليومية مع الظاهرة الاقتصادية السياسية سواء على مستواها التنافسي الربحي أو على مستواها الفكري والإيديولوجي وأطروحاته الأكاديمية البحثية، فالركيزة الأساسية التي يتمأسس عليها الاقتصاد السياسي الكلاسيكي والحديث تتمحور حول المعلومة وكيفيات الوصول إليها ونقلها والاستفادة منها وتحويلها إلى مصدر ربح وتفق، لذا تتجلى قيمة الاتصال كمحتوى اقتصادي يستطيع أن يصنع الفارق ويثمن القدرات ويمنح الأسبقية لجهة على حساب جهة أخرى، فالاتصال بهذا المعنى يشكل قوة مركزية في صناعة المعرفة الاقتصادية والتطوير الاقتصادي في أوجهه المختلفة، وتحويل إلى عنصر أساسي يتمفصل في ثنايا العمليات الاقتصادية، فلم يعد الانشغال الاقتصادي يطرح على مستويات الكلفة والربح بقدر ما أصبح يطرح على مستوى التنظيم وجودة الاتصال وتسويق الذات وتسهيل العمليات الإدارية بتكثيف وتعميق وتسهيل عمليات نقل المعلومة عبر منهجيات وتقنيات اتصالية إبداعية توفر الجهد والوقت وتحقق الدقة والفاعلية والجودة في نفس الوقت، وبهذا تحول الاتصال إلى فعل اقتصادي منضبط ودقيق.

02 – الاقتصاد السياسي وسياقات الفعل الاجتماعي:

من منظورات الاقتصاد السياسي لا يكون الفعل الاجتماعي مرغوبا إلا إذا اكتسب خيارات نفعية واضحة المعالم بين المتفاعلين حول نفس الفعل الاجتماعي، فالحراك الاجتماعي المستديم يراعي بصورة دقيقة وعفوية إشباع الحاجات المتجددة، لذلك تتجه كل الأفعال الاجتماعية نحو تجنب كل مالا نحتاج إليه ولا نرغب بوجوده، ويصر كل عنصر ونسق وبنية اجتماعية على تحقيق التوازن بين الاستفادة من كل شيء مهم دون أن يطغى هذا الشيء ويتحول إلى مهدد للحياة الاجتماعية بتوافقاتها الثقافية والمعيارية والاقتصادية والسياسية المعروفة، أو يمكننا القول أن روح الاجتماع البشري تكمن في قدرة النظام الاجتماعي المهيمن على توزيع المنافع والمكاسب وتبادل المصالح والذات بين الفاعلين الاجتماعيين بما يحفظ استقرار العمران واستمراره في أداء متطلبات وجوده بعيدا عن استدعاء أسباب الأزمة، وفي ظل هذا التفسير الاقتصادي لكل ما هو اجتماعي فإن الاتصال عندما يوضع ضمن بنية زمانية ومكانية وثقافية محددة فإنه يستدعي منافع ومصالح ومكاسب مشتركة ويتجنب مخلفات غير محمودة ومؤذيات متنوعة تهدد العيش المشترك، غير أن فكرة التنافسية التي تصنع دافعية الفعل بحسب تفسيرات الاقتصاد السياسي تشكل هي الأخرى مظهرا يساهم في تشكيل هوية الفعل الاجتماعي بما فيه الفعل الاتصالي، فوحدة النسق وتشابك القيم وتقاطع مجالات النشاط الاجتماعي لا تمنع احتمالية التنافسية وتصوراتها النزاعية التصادمية

في بعض الأحيان، وربما هذا الذي يفسر أحيانا توجهات بعض وسائل الإعلام المعاصرة نحو التنافس غير المنضبط وتفكيك الأخلاقيات المسلم بها بهدف الوصول إلى جمهور أوسع وما يوفره ذلك من ربحية وفوائد وارتفاع عائدات الإشهار، ومن هنا يبدو من السهل ملاحظة أن المظهر الاجتماعي بحسب الأبجديات المعرفية للاقتصاد السياسي عليه أن يمارس عمليات إقصائية مستمرة تعمل على تجنب كل فعل اجتماعي لا طائل منه ولا يعود بالفائدة على المجتمع ولا يساهم في تطويره ونموه، فالفعل الاجتماعي كالمادة من الضروري أن ينتج ثروة وقيمة مضافة ويخفف الكلفة الاجتماعية بنفس الصورة التي هي عليها العمليات الاقتصادية الصرفة، وهنا تعمل مؤسسات التنشئة الاجتماعية على بناء أفراد يتقنون إشباع حاجات المجتمع في حدود الطاقات المتوفرة¹ دون أن يسبب ذلك إرهاقا للمجتمع أو تهديدا له.

إن الفعل الاجتماعي كمنتج بشري يخضع لغايات وأهداف محددة قبلها لا يمكن أن يكون مجديا بحسب تفسيرات الاقتصاد السياسي إلا إذا تمكن من إنتاج تفاعلات اجتماعية جديدة تتناغم كليا مع الظواهر المجاورة له كالاقتصاد والتكنولوجيا وتساهم بفاعلية في إشباع الحاجات المتجددة واللامتناهية للأفراد والمجتمع معا، فإذا كانت الثروة هي الغاية الكبرى للممارسات الاقتصادية عن طريق سلاسل الإنتاج والتوزيع والتجارة، فإن الفعل الاجتماعي العام يتجه باستمرار نحو مزيد من التفاعلات الاجتماعية المنتجة للتفاهم والتوافق التي تسمح بحفظ الأدوار والمكانات وأداء المستحقات وتحصيل المتطلبات، وهنا تكون شبكة العلاقات الاجتماعية بقنواتها التواصلية المتعددة هي السلسلة الاجتماعية التي تضمن للمجتمع الثروة والربحية، والمتمثلة أساسا في الاستقرار والتوازن والقدرة على الاستمرار وتطوير أساليب إشباع الحاجات دون المساس بالنظام الثقافي والقيمي للمجتمع، ومن هذا المنظور فإن أهم شيء يجب أن يتعلمه المجتمع وأن يعلمه لأبنائه هو القدرة على استغلال كل المتاحات الممكنة لتنمية قوة الإنتمائية الاجتماعية حتى يتاح لكل عنصر أداء ما عليه دون مواجهات مع الآخر وتحصيل حقوقه دون إلحاق الأذى بالمجتمع، وهذا تماما ما يسمى بالتقسيم الاجتماعي للعمل والذي يجد نظيرا له في الاقتصاد السياسي، حيث يفترض أن تطور الاقتصاد يقتضي توزيعا ذكيا للعمل يؤدي إلى رفع قدرات العامل الإبداعية وتحقيق استغلال مثالي للوقت ويوفر القدرة على اختراع الآلات الجديدة² وكذلك التقسيم الاجتماعي للعمل يحرص على أن تكون التراتبية بين العناصر قادرة على حفظ المجتمع ودفع الجميع إلى التضامن وتبادل المصالح المشتركة بأريحية مطلوبة رغم تعدد صور الاختلاف والتنوع، الأمر الذي يظهر جليا أن الاتصال في مثل هذا الحقل الاجتماعي يشكل العضد القوي الذي يسهل الوصول إلى هذه الثروة الاجتماعية ويجنب المجتمع المعوقات وتضخم الأنانيات التي تربك السلامة الاجتماعية.

03 – الاتصال من وجهة نظر الاقتصاد السياسي:

من غير الصعب أن نكتشف أن نظرية الاقتصاد السائد تتعمد وصف الاتصال وما يجري فيه من معلومات على أنه سلعة تحمل نفس السمات الاقتصادية لأي سلعة مادية أخرى والمتمثلة في العملية الإنتاجية والتوزيعية والتجارية والتنافسية³، مثلت المعلومة نقطة الارتكاز الأساسية في جميع التحليلات العلمية التي صاغها علماء الاقتصاد السياسي على اعتبار أن المعلومة وفقا لحداتها وسرعة انتقالها تمكن الآلة الاقتصادية من التطور السريع وضمان الريادة في عالم شديد التنافسية، ولذات السبب فإن التشييدات

1 - وليام ستانلي جيفونس، الاقتصاد السياسي، ترجمة علي أبو الفتوح، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، ط1، 2015، ص22

2 - نفس المرجع، ص 38

3 - جون هارتلي وآخرون، العصر الجديد للإعلام، ترجمة هدى عمر السباعي، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، ط 01، 2018، ص 160 .

النظرية الجديدة حول الظاهرة الاتصالية الحديثة لا تكفي بالحفر في هذه الأهمية وإنما تحولت إلى الانشغال بالإعلام والاتصال كنشاط اقتصادي مدر للثروة وصانع لآلاف مناصب العمل إضافة إلى استخداماته السياسية وتأثيراته الأخلاقية والسلوكية، فميزة الإعلام المعاصر هو ذلك التحويل السريع للمادة الاتصالية أو المعلومة إلى سلعة خاضعة تماما لقانون العرض والطلب بما يتطلبه ذلك من قدرة على الابتكار وفهم حاجة الجمهور، بل وصناعة حاجات جديدة وربط الناس بها ودفعهم للتعلق بها، كالحاجة لمتابعة أخبار المشاهير من فنانيين ورياضيين ومعايشة يومياتهم وهي حاجة مصطنعة تخدم وسيلة الإعلام وتمنحها ربحية مهولة دون مقابل معلوم ونافع يتحصل عليه المتلقي أو المتابع الشغوف، ومن هذا النموذج يتضح أن الرسالة والمشروعية النظرية التي تأسس عليها الإعلام المعاصر لم تعد هي المؤثر الأساسي لحركية وسائل الإعلام والاتصال اليوم وإنما أضحت التوجه المادي والاقتصادي هو الضابط الاستراتيجي لهذا النشاط، وكل وسيلة إعلامية غير قادرة على المنافسة المالية المتوحشة مصيرها الإفلاس والتوقف.

وقد دشنت دراسات الاقتصاد السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية بداية الاهتمام بصناعة معرفة علمية للاتصال كحقل اقتصادي مستقل يخضع لنفس القوانين التي تخضع لها الحقول الاقتصادية الأخرى، و أوضح "ماشلوب" أن المعلومات التي يتم إنتاجها وتوصيلها لمن يجب أن تصل إليه عبر القنوات الاتصالية المختلفة هي في الحقيقة منتج اقتصادي يراعى فيها الربح بحيث تكون تكلفتها أقل بكثير مما سيزترتب عنها من عوائد وأرباح¹ وبذلك تكون العملية الاتصالية بنقلها المعلوماتي نشاطا اقتصاديا صرفا تحتاج إليه كل المؤسسات الإنتاجية والإدارية والخدماتية على حد سواء، فالوجهة الأدائية الأساسية للإعلام المعاصر هي الانخراط في سيرورة التنمية المستدامة وتطوير مستوى المعيشة وتحقيق الرفاهية المادية للسكان وتدعيم الاقتصاديات القومية، غير أن "رامون زالو" يرى من وجهة نظر نقدية أن المظاهر الإستراتيجية للتدفقات الإعلامية حتى وإن كانت تحاول إخفاء طابعها الاقتصادي إلا أنها سرعان ما تنكشف بسبب ممارساتها الاحتكارية والتكتلية في مجموعات وشبكات إعلامية ضخمة تسيطر على خدمات الإعلام والاتصال وتجني منها فوائد مالية ضخمة تجعل منها إمبراطوريات مالية ذات نفوذ متعدد الأوجه، غير أن هذه اللمسة النقدية لرأسمالية الإعلام المعاصر ليس بوسعها نفي قدرة المؤسسات الإعلامية على التحول إلى مؤسسات اقتصادية حقيقية ذات جمهور واسع وعريض يحوز على استعدادات لامتناهية لاستهلاك المنتج الإعلامي وصرف مبالغ مالية طائلة للإستمتاع والاستفادة منه، غير أن المسارات المستقبلية لهذا التحول في بوصلة الإعلام هو الذي يثير التساؤل أكثر وبكثير من التخوف والقلق على واقعه، خاصة مع تطور تكنولوجيات الاتصال التي قضت تماما على الصحافة الورقية والإذاعات والتلفزيونات التقليدية بسبب ضعف القراءة والمتابعات والمشاهدات وبالتالي ضعف مواردها المالية، وفي هذا الصدد فإن نظريات الاقتصاد السياسي ترى أن حالات انعدام التوازن بين الرسالة الإعلامية والمكاسب المالية ستترسخ أكثر لصالح التوجهات الربحية طبعاً، ذلك أن الشركات المتعددة الجنسيات والعبارة للقارات ستتحكم في الإعلام باعتبارها الممول الأساسي له عن طريق الإشهار من جهة وعن طريق الإستثمار المربح في تكنولوجيات الاتصال الجديدة من جهة أخرى، وبالتالي سيكون منطق الاقتصاد هو من يصنع المعلومة وهو من يروج لها وهو من يصنع أدوات الترويج وهو أهم طرف مستفيد منها، وهنا تتمكن مثل هذه الشركات من تحويل الاتصال إلى سوق دولية لصناعة الربح المالي عبر المتاجرة بالثقافة² والفن والرياضة والسياسة وحتى بالأسرة والخصوصيات الفردية.

¹ - بيتر مبيج، الفكر الاتصالي من التأسيس إلى الألفية الثالثة، ترجمة احمد القصور، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، ط1، 2011، ص 40 .

² - نفس المرجع، ص 42

ومن خلال العودة إلى أطروحات "مارتن راين" فإن التضارب بين أفكار السياسيين والاقتصاديين مع أخلاقيات المهنة الإعلامية يشير بالأساس إلى تغلب النزعة المثالية التي يحملها الاقتصادي عن نفسه باعتباره عصب الحياة ومحرك لكل التفاعلات الاجتماعية الأخرى وبذلك يحق له أن يتدخل في كل حيثيات الحياة الاجتماعية بما في ذلك الفعل الاتصالي الإعلامي، مما يعني أن تعطيل عمل الإعلام وصده عن الالتفات نحو حاجات المجتمع مبرر اقتصاديا إذا كان ذلك يحقق الربح المالي لأن التوسع في البعد الاقتصادي حسبهم هو الأقدر على علاج ما يعترضنا من مشكلات¹ أكثر من باقي قطاعات الحياة الاجتماعية الأخرى، ويشكل هذا التوجه المادي الصرف نقلة راديكالية كبرى في مسار الاتصال الجماهيري من ناحية إنهاء طابع الخدمة العمومية لصالح التحول إلى التوسع المالي والتنافسية الربحية وجذب الإشهار واستقطاب النجوم وخدمة النخبة بدل المجتمع.

04 – الاقتصاد السياسي والنمذجة الاتصالية:

يأخذ الاتصال في المخيلة الرأسمالية اللبرالية شكل النشاط الاقتصادي وعليه فإن التغيير الجذري لا يمس وظيفة الاتصال فحسب وإنما يمس جوهره كله من حيث منطلقاته وأدواته ومحتواه والقائمين عليه والمتلقين ومآلاته، ولهذا يمكن توثيق المسار الاتصالي من منظور الاقتصاد السياسي على منوال النموذج التالي:

الحاجة التواصلية – تشييء الحاجات التواصلية – الإشباع – تنويع الاستفادة – وهم الاستفادة للمتلقى – التوسع المادي للقائم بالاتصال – تسليع الاتصال – ميلاد الهيمنة الجديدة.

ويظهر من هذه المنوال النموذجي أن العمليات الاتصالية خاصة في طابعها الجماهيري تنصلت تماما من المشروع الاتصالي الإنساني الاجتماعي بسماته الثقافية والقيمية والأخلاقية التوافقية والتي تراعي الأدوار التربوية والتنشئية والتعليمية للاتصال وتسعى لتناغم الأفراد مع المشروع الاجتماعي العام، فالاتصال المعاصر لا يعدو أن يكون لإنتاج نشاطا اقتصاديا يتوخى الربح، والمنافسة تدفعه لأن يتلبس بجميع تفاصيل التشكلات التي يظهر عليها الفعل الاقتصادي الرأسمالي البرغماتي.

وتماشيا مع هذا المنظور التحليلي يؤكد "دلاس سميث" أن الاتصال الجماهيري المعاصر انتقل نهائيا لتلبية متطلبات الرأسمال وهو ما يفسر التحولات الضخمة والعميقة التي أثرت في موضوعات وأداءات التلفزة الجماهيرية²، ويمكننا أن نعكس النمذجة الاقتصادية في ما يلي:

أ – تسليع الاتصال: أشار "كارل ماركس" سابقا إلى أن الرأسمالية تعمل على تسليع الحياة بما في ذلك الثقافة والدين وحتى العاطفة والخيال، وقد عرف الإعلام المعاصر نفس هذا المصير فقد تحول إلى مجال حيوي بالنسبة للرأسمالية التي نزعت منه قيمته الاستعمالية التي تمأسس على ضوئها واستبدلتها بالقيمة التبادلية، هذه القيمة التي توفر الربح المالي الضخم وتمنح المزيد من النفوذ والكثير من السلطة وتتسبب في احتياج الجميع للإعلام بما في ذلك السياسي والمتقف والمجتمع المدني، وذلك من خلال السعي وراء الرعاية الإعلامية والدعاية المركزة والرغبة في تسويق الذات بنفس الكيفيات التي تسوق بها السلع.

1 - جيمس الان سميث، سماسرة الأفكار، ترجمة مجدي عبد الكريم، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط1، 1994، ص 272 .

2 - بيتر ميچ، المرجع السابق، ص 41

ب _ وهم السعادة: تعتقد المنظورات الاقتصادية المحضة أن الإشباع المادي كفيلة للغاية بتحقيق لذة السعادة التي يطاردها الإنسان المعاصر، ولا شك أن وسائل الاتصال الجماهيري انبرت لأداء هذا الدور، من خلال محاولات تسطيح العقل وتقزيم الإيرادات في حدود تقليد ومعايشة الرموز التي يسوقها ويصدرها الإعلام للعامة، ونجد أن غالب هذه الرموز هي في الحقيقة نتاج للرأسمالية وتعبير عنها، بمعنى أن العبور إلى السعادة حسب الاتصال الجماهيري لا يتم إلا عبر الرأسمالية.

ج - فرط الاستهلاك: لم يعد خفياً أن موضوع استهلاك المنتج الإعلامي أصبح ميزة أساسية للمجتمعات المعاصرة، فمع تطور تكنولوجيا الاتصال توسعت دائرة المنتجين الاتصاليين وتتنوع معهم المنتج الذي يتطلب بالضرورة توسيع دائرة المستهلكين، فتزاحم المعلومات والمواد الاتصالية في مجال الفن والرياضة والألعاب والمسابقات والسياسية دفعت المنتجين إلى الضغط على المستهلكين عبر الدعاية والإشهار وبناء النماذج الاجتماعية التي تقنع المجتمع بالاستهلاك، غير أن دور الاتصال الاستهلاكي لا يتوقف عند هذا الحد بل يتعداه إلى الدفع نحو استهلاك كل شيء وصناعة إيديولوجيا فرط الاستهلاك التي يصبح معها الإنسان كأننا استهلاكياً أبدياً، بحيث لا يتحقق عنه الرضا والإشباع نظراً لوفرة السلع وتنوعها وتجديدها وتطويرها باستمرار ودون توقف ضمن نسق مادي تنافسي محتدم، وبهذا فإن الإعلام المعاصر يعيد في كل مرة إنتاج العلاقة الاستهلاكية عن طريق اختراق عقل ووجدان الأفراد وإضافة صفات قيمية ومعيارية وجمالية خارقة على المنتج والسلعة بقصد صناعة جاذبية شديدة لرفع مستويات الاستهلاك وهنا تدور دورة فرط الاستهلاك اللامتناهية.

05 - نقد وتقييم:

أ - من خلال ما سبق ننتهي إلى القول إلى المنظورات الاقتصادية للعمليات الاتصالية بصورتها النقدية يحيلنا إلى حالة التقارب الواضحة مع البنية الفكرية للمدرسة النقدية، حيث نلمح تلك الإشارات النقدية للتوجهات الليبرالية المتطرفة التي نقودها الرأسمالية والتي تعمل بإلحاح على اقتياد الاتصال الجماهيري نحو الانقلاب على مقوماته التي تأسس عليها والتحول إلى مقومات جديدة تعتمد على الربحية المادية عبر إنتاج الإثارة والترويج للثقافة الاستهلاكية وتوسيع دائرة الخضوع للرأسمالية وتغيير أنماط حياة المجتمعات المعاصرة بما يتناسب ومصالح الشركات الكبرى التي أصبحت تعمل بلا هوادة على إعادة تنميط الحياة الاجتماعية بمنظور اقتصادي محض، حيث يتم تشكيل دورة اتصالية لا متناهية هدفها الأساسي توسيع الدائرة الاستهلاكية لتتحول إلى عملية لا متناهية بشكل تغيب فيه التصورات الواضحة للهدف من العملية الاتصالية خارج حدود الرغبة في الاستهلاك والمزيد من الاستهلاك وصولاً إلى فرط الاستهلاك الذي تحتاج إليه الأنظمة السياسية الاقتصادية الحديثة، ليس لتحريك آلة الاقتصاد فقط وإنما أيضاً لإعادة بناء إنسان جديد يحمل القابلية للتوجيه والسيطرة من حيث هو يعتقد بأنه يتمتع بحريته المطلقة.

ب - إن أغلب ما يميز التوجهات الاقتصادية الصرفة في تحليلها للعملية الاتصالية هو تسليع قيمة الاتصال وإفراغه من مؤداه الاجتماعي والأخلاقي والقيمي والإنساني وتحويله باستمرار إلى سلعة استهلاكية قابلة للتطوير والتحويل بحسب التطورات التكنولوجية من جهة وبحسب منطقية الربحية والسيطرة من جهة أخرى، فلا يصعب ملاحظة ميلاد أجيال بأكملها لا تعرف الاتصال ولا تتقن العملية الاتصالية إلا في حدود التكنولوجيا ومشاريعها الاقتصادية الربحية، فالعالم مقبل بسرعة كبيرة على رقمنة الفعل الاتصالي

وإنهاء الاتصال الاجتماعي الشخصي والمباشر بما يحمله ذلك من تهديدات على السلامة الاجتماعية ومخاطر على الأسرة والتربية والتعليم والتضامن الاجتماعي والصحة النفسية.

المحاضرة الثامنة:

نظرية الاستخدامات والإشباع

عناصر المحاضرة:

- 01 – مدخل.
- 02 – البنية المفاهيمية وأساسيات التحليل.
- 03 – الإعلام والاتصال وجدلية الحاجة المعاصرة.
- 04 – نسقية الإشباع ومكانة الإعلام المعاصر.
- 05 – نقد وتقييم.

01 – مدخل:

لم يعد خفيا أن التعامل مع الإعلام والاتصال لدى المجتمعات المعاصرة لم يعد يرتبط بالمحتوى الاتصالي والاجتماعي المحض، بل تعداه إلى أوجه تفاعلية عديدة قد تتجاوز في الكثير من الأحيان قدرات وطاقات الاتصال نفسه، بحيث يمكننا القول أن الاتصال انخرط نهائيا في المنظومة النفعية والمادية التي تحرك اقتصاديات العالم الحديث، بل وأصبح الاتصال المعاصر يشرف مباشرة على صناعة الإنسان الجديد الذي تتعدد حاجياته وتتباين طرق تحقق الإشباع المرغوبة لديه، فالالاتصال لم يعد رهينة الحاجة الفطرية البسيطة التي تتيح للفرد التعبير عن وجدانياته وأفكاره وطموحاته الشخصية، وعلى العكس من ذلك فإننا نسجل اليوم ترسيخ نمطيات اتصالية جديدة تأخذ بعين الاعتبار ابتداء المعنى النفعي والمردودية المادية والقدرة على اكتساح المشهد الاجتماعي العام وصناعة التأثير في طفرة غير مسبوقه وإيهام المتلقي باستمرار حاجاته لهذا النمط من الإعلام والاتصال، فالعالم اليوم يحفل بجيوش من صناعات الإعلام والصور والفيديوهات والمحتوى المتنوع والكل يدعي تلبية حاجات الناش وإشباع رغباتهم المختلفة الأمر الذي يعطي للاتصال حضورا ارتكازيا كبيرا يجعل منه محورا أساسيا في الحياة الاجتماعية المعاصرة.

ومن خلال معطيات هذا الواقع الجديد جاءت نظرية الاستخدامات والإشباع لمحاولة بناء نسيج معرفي تحليلي في الماهية التأثيرية المفترضة لوسائل الإعلام والاتصال المعاصرة من منظور الخصائص الجديدة التي تتناسخ باستمرار في عالم دائم التغيير.

02 – البنية المفاهيمية وأساسيات التحليل:

لم تعد الوسائل الإعلامية الاتصالية مجرد وسائل تقع على هامش الحياة الاجتماعية وتوكلها مهمات ثانوية لا تتجاوز حدود الترفيه والتسلية وتقديم برامج خدمية بسيطة المعنى والمبنى، بل إن نظرية الاستخدامات والإشباع تؤكد على واقع اتصالي عالمي جديد يتعرض فيه الجمهور لمواد إعلامية متسلسلة ومتشابهة ولا متناهية ليس فقط لإشباع حاجياته وإنما لإقناعه المتواتر بأنه بحاجة لإشباع جديدة لأنه أضحى ينتمي لمجتمع مهووس بالاستهلاك الاتصالي، والإعلام متمفصل فيه إلى حد الارتباط العضوي والوجودي، لذلك لا مناص من اللجوء الدائم لخدمات الإعلام والإقرار بالحاجة الجوهرية لخدماته الكبيرة، غير أن النظرية التي بين أيدينا تفترض أن هذا الجمهور يمتلك قدرا واضحا من الإيجابية والوعي الذي يسمح له أليا باختيار ما يريده وما يخدمه من هذا العرض الإعلامي الواسع والتدفق الاتصالي النشط والدقيق، وبذلك فإن مفهوم التأثير في هذا الوضع الجديد يتغير معناه ومحتواه الاجتماعي على وجه التحديد، بحيث سنتنقل هذه النظرية من متغير ماذا تفعله وسائل الإعلام والاتصال بالناس؟ إلى ماذا يفعله الناس بوسائل الإعلام والاتصال الجديدة؟ بما يصحب ذلك من أسئلة كثيرة على غرار لماذا يختار الناس وسيلة إعلامية معينة؟ وما هو المحتوى الأكثر طلبا؟ وما هي الحاجات الدافعة لمثل هذه الاختيارات؟ وما طبيعة الإشباع التي يرغبون في الوصول إليها؟¹.

ويظهر من خلال هذه الأسئلة الجوهرية أن نظرية الاستخدامات والإشباع تعطي للاتصال معنا جديدا يتمحور حول حالة الوعي الذاتي التي يكون عليها الجمهور المتلقي والتي تفترض النظرية أنه جمهور واعى بما يحتاجه ومدرك لطبيعة المضمون الاتصالي الذي يريد أن يتعرض له، فهو في النهاية جمهور براغماتي نفعي ينطلق من اهتماماته الخاصة ويريد أن يصل إلى إشباع محددة سلفا يتصور هو بأنها تخدمه وتمنحه الإضافة الإيجابية المنشودة، وما يلفت الانتباه في هذا السياق التحليلي أن الجمهور يكون واعيا بحاجياته وهو الوحيد من يحددها ترانثيا بداية من الحاجة الاجتماعية إلى الحاجة المعرفية ومرورا

1 - هشام رشدي، محاضرات في نظريات الإعلام، مطبوعات جامعة المنوفية، مصر، دون تاريخ النشر، ص 155 .

بالحاجة الشخصية ووصولاً إلى الحاجة النفسية والمتمثلة في الرغبة في التسلية وتخفيف حدة التوتر النفسي¹، ومن هنا يتضح أن " كاتز " يقدم رد فعل قوي تجاه القائلين بتبعية الجمهور لوسائل الإعلام، فهو يفند هذا الطرح ويتجه إلى الاعتقاد بأن الجمهور يشكل قوة اجتماعية واعية قادرة على فرض حاجياتها على وسائل الإعلام والاتصال وهي من تفرض خياراتها وذوقها على وسائل الإعلام وليس العكس، وعلى هذا الأساس فإن الجمهور لا يتجه نحو وسائل الإعلام التي لا تفهمه ولا تشبع حاجاته ولا تحترم توجهاته الاجتماعية والأخلاقية العامة، لذلك يفترض " كاتز " من جديد أن الجمهور المتلقي هو جمهور نشط وأن استخدامه لوسيلة اتصال معينة دون غيرها يعبر عن فطنته وذكائه الاجتماعي وبأنه ليس خاضعاً للتغيرات الاجتماعية والسكانية الكبرى، لذلك فإن عامل الفروق الفردية لكل شخص أو جماعة ثقافية معينة وقدرتها على صياغة فعلها الاجتماعي المستقل وطبيعة نسيجها الاجتماعي الذي نشأت وترتبت فيه كلها محددات أساسية تصنع ثقافتها الاتصالية المستقلة وتفرض عليها أسلوبها الخاص في اختيار وسائلها الاتصالية التي تستهلكها بعيداً عن حالة الموضة الاتصالية المنتشرة اجتماعياً هنا أو هناك، ومن هنا فإن التنافس القائم بين وسائل الإعلام والاتصال المعاصرة ما هو إلا انعكاس عملي لقدرة الجمهور المتلقي في توجيه الإعلام وصياغة سياسته وفق ما يحتاجه دون غيره، فمنطق الربحية يقتضي إشباع حاجة الجمهور وليس تحديدها والوقوف ضدها، مما يعني أن المعايير الثقافية والبيئية شديدة الأهمية في جعل الجمهور مستقلاً بذوقه ومدركاً لحاجته وعارفاً بالوسيلة الإعلامية القادرة على صناعة محتوى يلبي طموحاته².

03 – الإعلام والاتصال وجدلية الحاجة المعاصرة:

وفي نموذجهما التحليلي يقدم " بلومر " و " غورفيتش " سلماً لطبيعة الحاجات التي يتبناها الجمهور المتلقي وتحدد طبيعة علاقته بوسائل الإعلام والاتصال المعاصرة، بحيث تنطلق كل الحاجات من طبيعة نفسية اجتماعية يولد فيها الفرد ويتفاعل معها باستمرار، ثم تنشأ تبعاً لذلك توقعات محددة بأن تعمل وسائل الإعلام والاتصال بإشباع هذه الحاجات والتعامل معها وفق منطقية الجمهور وليس وفق منطقها هي، مما يعكس حالة الوعي النشط لدى الجمهور المتلقي، الأمر الذي يفسر حسب غورفيتش وجود نماذج مختلفة من البرامج الإعلامية التي يبدو أن الكثير منها لا يكتب لها النجاح والتفوق لأنها لا تستطيع فهم وملازمة الحاجات المعاصرة التي لا تفتأ تتطور وتتغير، في حين أن البعض من المنتج الإعلامي يكتب له النجاح والقبول والانتشار لأنه يستجيب لحالة الوعي الذاتي التي يكون عليها الجمهور المتلقي، ولأجل الوصول إلى هذا التناغم مع الجمهور يفترض من وسائل الإعلام والاتصال أنها تدرك أن احتياجات الجمهور تعود إلى أصول نفسية واجتماعية وثقافية وكلما كان التناغم مع هذه المحددات قوياً كلما كان المنتج الاتصالي قادراً على استيعاب حاجات الجمهور، فهذا الأخير يتعامل مع الوسيلة الإعلامية كعضو ضمن جماعة اجتماعية ثقافية لها حمولة قيمية ومعيارية تضبط سلوكها وحاجتها الأساسية ولا يتعامل معها ككائن فردي مستقل عن أي انتماء اجتماعي وثقافي، لذلك تكون حاجات الجمهور مهيكلة ضمن هذا الوعاء الثقافي الكبير ومرتبطة بسياقاته دون الخضوع الكلي لها³.

إن مفهوم الاختيار يشكل معنى قوياً في شبكة التحليل لهذه النظرية العلمية، بحيث يتم انتقاء الطبيعة السلبية للجمهور، ويبرز مفهوم الجمهور النشط الذي يتمتع برمزية الاختيار وفرض رأيه ومنطقه على وسيلة

1 - نفس المرجع، ص 156 .

2 - كمال الحاج، المرجع السابق، ص 94 .

3 - نفس المرجع، 97 .

الإعلام، فالجمهور المعاصر يمتلك القدرة على اختيار ما يشبع حاجته الوليدة دون أن يجد نفسه مرغما على تلقي برامج يتصور بأنه ليس بحاجة إليها، فهو يعلم مسبقا نوع وحجم الفائدة التي سيجنيها من تتبعه لوسيلة إعلامية معينة فإذا كان سيمنحها الانتشار والشهرة ويجلب لها الإشهار ويصنع نجوميتها فلأنه يدرك مسبقا بأنه سيستفيد منها حتما وسيتمكن من سد حاجياته منها، فاستخدام وسيلة إعلامية معينة بات يخضع لمنطق الإشباع ليس أكثر، ومن هنا فإن التعرف على القيم الاجتماعية يؤخذ مما يريده الجمهور وما يتابعه وليس مما تعرض وسائل الإعلام والاتصال.

ومما يؤكد أهمية المتلقي في خضم كل تفاصيل العملية الاتصالية هو أن هذا الأخير قادر وحده على أن يحدد حاجاته وهو من بوسعه اختيار الوسيلة الإعلامية القادرة على توفير الإشباع التي يتصور بأنه بحاجة إليها، ومن هنا يكون فهم المتلقي للتواصل هو من يضبط الطبيعة الثنائية لكل العملية الاتصالية التي تتحول في النهاية إلى عملية تركيبية¹ بين متطلبات الوسيلة الإعلامية في النجاح والقدرة على التنافسية والاستمرارية وبين التحديدات المسبقة لحاجات المتلقي التي على أساسها يمنح الأفضلية لوسيلة إعلامية ما على حساب وسيلة أخرى، وبمعنى آخر فإن الدلالات الاتصالية تتضح وفق اتجاهين مختلفين أحدهما مرتبط بحاجة المتلقي إلى استخدام الوسيلة الإعلامية الاتصالية كأداة حرفية لتحقيق إشباع مهمة بالنسبة له، وثانيهما مرتبط بالوسيلة الإعلامية التي عليها أن تحقق نجاحات مادية وربحية حتى تتمكن من التطور والاستمرار، فالنظام التواصل الناشئ في هذه الحالة هو نظام رمزي ضمن منظومة ثقافية يعترف بدلالات اتصالية نفعية وخدمية تعي وتفهم السياقات العامة لكل العملية الاتصالية وتساعد بوضوح في فهم الفاعلين الاتصاليين لطبيعة الأحداث القائمة بينهم².

وفي الأخير يمكن التأكيد على أن الحاجات المعاصرة للأفراد اليوم تتلخص في دورة تكاملية تنطلق من الحاجات النفسية المتعلقة بتجاوز الضغط النفسي وتحقيق الترفيه والتسلية وتدعيم مختلف العواطف الإيجابية، ثم الحاجات المعرفية المتعلقة بإدراك ومتابعة حقيقة التطور العلمي والتكنولوجي ومواكبة الطفرات العلمية التي تسمح لهذا الفرد أو ذلك من التفاعل الإيجابي مع محيطه والحصول على المعلومات والمعارف التي تمكنه من النجاح الوظيفي، ثم الحاجات الاجتماعية المتعلقة بالرغبة الفطرية في التقدير والاعتراف والتواصل مع الآخر بما يضمن له الاستقرار الاجتماعي وجلب المنافع وتبادل المصالح والخبرات التي تحقق له الكينونة الاجتماعية، ومن هنا يكون النموذج الاتصالي الذي ينسجه الفرد مع الوسيلة الإعلامية والاتصالية ما هو إلا ترتيب مسبق للحاجات المعاصرة التي فرضتها تسارع عمليات التطوير والتحديث المتعاقبة التي تعرض لها الإنسان الغربي على وجه التدقيق، فالحاجات الفردية والجماعية بات تتعقد مع تعقد التكنولوجيا واستمرارها في تغيير الأنماط الحياتية للمجتمعات المعاصرة وتفكيكها للقواعد الاجتماعية والأخلاقية التقليدية.

04 – نسقية الإشباع ومكانة الإعلام المعاصر:

من دون شك فإن وسائل الإعلام المعاصرة تقود مهمة الترويج للقيم الثقافية للعولمة وتوسيع دائرة انتشارها وتأثيرها، بما في ذلك الحرص الشديد على تنميط حاجات الناس الثقافية والنفسية والاجتماعية وما يرتبط بها من ممارسات وتفاعلات، ومن ثم فإنه يستحيل اليوم إيجاد وسيلة إعلامية بلا مضامين

¹ - إيف وينكين، انثروبولوجيا التواصل - من النظرية إلى ميدان البحث -، ترجمة خالد عمراني، هيئة البحرين للترجمة والآثار، ط01، 2018، ص 65.

² - نفس المرجع، ص 90.

عولمية تعبر كل حدود العالم بأقل تكلفة ممكنة¹، ومن ثم فإن الحديث عن نسق الإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام المعاصرة تحيلنا وفق منظورات نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى الحديث عن طبيعة ومكانة الإعلام المعاصر في هذا الشأن.

تفترض نظرية الاستخدامات والإشباعات كما يؤكد " ماك جواير " و " غورفيتش " أن الأفراد يستخدمون وسيلة الإعلام من أجل الحصول على نتائج محددة سلفا في تصوراتهم من جهة وفي واقعهم الاجتماعي من جهة أخرى، وبالتالي فإن هذا النسق من الحاجات المعاصرة هو من يؤسس لمكانة وسيلة الإعلام وهو من ينتج أدوارها المفترضة، فالجمهور النشط لا يكتفي بالإتباع وإنما يفرض رؤى معينة، غير أن الإشكال الذي تطرحه هذه النظرية بحدة هو عدم القدرة على ضبط بنية واضحة ودقيقة لحجم ونوع الإشباعات المرغوبة على اعتبار التباين والتنوع اللامتناهي في أذواق وحاجات الناس، الأمر الذي يفرض تحديا حقيقيا أمام وسائل الإعلام والاتصال ليس في تحقيق هذه الإشباعات فقط وإنما أيضا في قدرتها على اختطاف المكانة الاجتماعية التي تستحقها وفقا لما تقدمه وتبذله من جهود، فالمعادلة القائمة اليوم هي تحقيق الإشباعات يساوي حجم المكانة، وهذا يعكس بالضرورة حسب " كاتز " أهمية الجمهور النشط وليس الوسيلة الإعلامية².

وعموما يؤكد رواد هذه النظرية أن الإشباعات التي يلح عليها الجمهور تأخذ حالتين أساسيتين:

أ - **الإشباعات المطلوبة:** وهي مختلف الإشباعات المبدئية التي يرغب أفراد الجمهور في تحقيقها من خلال استخدامهم المستمر لوسائل الإعلام المعاصرة، بحيث يعتقدون أن تعرضهم للكثير من البرامج المعروضة كفيلا بأن يسد هذه الحاجة، غير أن الميزة الأساسية هنا أنه لا يشترط أن تمتلك تلك البرامج القدرة النهائية على سد هذه الحاجات، لذلك تبق الكثير من الإشباعات محل بحث وانتظار الأمر الذي يفسر إلى حد ما التنوع الكبير في استخدام وسائل الاتصال الحديثة.

ب - **الإشباعات المحققة فعلا:** وهي تلك الحاجات والرغبات التي تم إشباعها حقيقة بعد التعرض لبرامج إعلامية محددة، بحيث تمكنت بعض البرامج الإعلامية من توفير قيمة معينة كان يبحث عنها الجمهور النشط وتمكن من سد الحاجة إليها عبر هذه البرامج، وهنا يكون المتلقي مدركا لحجم الفائدة التي اكتسبها وحجم التغير الذي طرأ على وجوده الاجتماعي والمهني والأخلاقي والنفسي بعد متابعاته الإعلامية، كما يدرك المتلقي في هذه الحالة حسب " سوانسون " وجود توافق قيمي ومعيارى وثقافي بين حاجاته والمحتوى المعروض عبر الوسيلة الإعلامية، وهنا تبرز الحاجة إلى التفسير والتدقيق العلمي بين الإشباع الحقيقي وبين الإطار التفسيري للجمهور، بمعنى هل حقيقة أن الجمهور تمكن من تحقيق الإشباع المرغوبة أم أنه يتوهم ذلك وفق تفسيرات غير صحيحة بينها حول المحتوى الذي تعرض له³. ذلك أن المحتوى الإعلامي يكون في الكثير من الأحيان توجيهيا وبحمولة فكرية وإيديولوجية مبطنة مما يطرح التساؤلات حول استقلالية المتلقي وقدرته على التمحيص والنقد وإعادة بناء المادة الإعلامية وفق ما يريده هو، وكل هذا يقودنا إلى القول أن الإشباع التوجيهي يأخذ محتوا قيميا واجتماعيا وثقافيا يضع المتلقي في حالة من القبول والرضا ويضع الوسيلة الإعلامية في حالة تفوق غير معلن، الأمر الذي يزيد من أهمية وسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة.

1 - جمال بعزيز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط 01 ، 2012 ، ص 71 .

2 - هشام رشدي، المرجع السابق، ص 165 .

3 - هشام رشدي، المرجع السابق، ص 166.

إن فكرة الجمهور النشط التي تتأسس عليها مضامين هذه النظرية لا تستطيع أن تلغي الأهمية المتصاعدة التي تحتلها وسائل الإعلام المعاصرة في إعادة صياغة العقول وإحداث الإرباكات العقلية والعاطفية والتي من شأنها أن تعيد نظرة المتلقي لقدراته في التميز بين المعلومات المتدفقة عليه والمنتقاة بدقة من طرف الوسائل السمعية البصرية¹، فهذه الأخيرة تدرك هي بدورها أهميتها القصوى في صناعة الاتجاهات والمواقف، وتدرك أيضا أهميتها في إشباع حاجات الجمهور الأمر الذي يجعل من هذا الجمهور في حالة يقظة دائمة لإدراك كل التحولات العميقة التي تجري داخل نسق الإعلام والاتصال وقدرته على التجديد والإبداع في إيجاد الطرق والكيفيات التي تمكنه من اختراق عقل الجمهور وإعادة بلورة اهتماماته وطموحاته المتعددة، فالجمهور يمتلك حرية الاختيار بين وسائل الإعلام والبرامج المعروضة عليه لكنه لا يملك مطلقا القدرة في الاستغناء على الاتصال برمته سواء على مستوى الممارسات الشخصية والخاصة أو على مستوى حياته الاجتماعية العامة.

05 – نقد وتقييم:

أ - لا شك أن الفرد في ظل الحياة الاجتماعية المعاصرة يزداد ارتباطا بوسائل الإعلام والاتصال نظرا لحاجته إلى سلسلة طويلة من الإشباع التي لا يمكن تحقيقها إلا عبر هذه الوسائل، لذلك يبدو أن فكرة استقلال وعي المتلقي عن وسائل الإعلام يبدو أن فيها الكثير من المبالغة والمجانبة للواقع خاصة على مستوى الشباب والمراهقين والفئات الاجتماعية الأقل تعليما والتي لا تمتلك الأدوات المعرفية والعقلانية التي تمكنها من التدقيق في التدفق الإعلامي وممارسة النقد عليه بغرض عدم التأثير المطلق بمحتواه.

ب - إن فكرة الاختيارية التي يوصف بها الجمهور في نظرية الاستخدامات والإشباع لا يمين قياسها علميا على الواقع، ففكرة الاختيار ليست مبنية على وجود حرية مطلقة لدى المتلقي وإنما هي مرتبطة بطبيعة الحاجة التي يريد إشباعها، ومن هنا تبرز حقيقة قدرة وسائل الإعلام والاتصال المعاصرة في صناعة الحاجات وإقناع الجمهور بأنه بحاجة إليها دون غيرها، فالإعلام المعاصر تجاوز فكرة إشباع الحاجات إلى صناعتها وإقناع الجمهور بها.

ج - أما فكرة الجمهور النشط فهي في عمومها فكرة عائمة لا تمتلك معالم دقيقة وواضحة، بحيث أن وصف الجمهور بالإيجابية المطلقة يحمل الكثير من الدلالات غير الواضحة التي لا يمكن القول بأنها تحولت إلى ظاهرة اجتماعية قوية ومؤثرة في مسارات الإعلام المعاصر، كما أن وجود جمهور نشط يقتضي وجود عقلانية ووعي في اختيار عرض معين ووجود وعي نقدي أثناء العرض وكذا وجود قدرة على التقييم وتحديد حجم الاستفادة والإشباع الحقيقي بعد العرض وهذا لا يمكن توفره عند كل الجمهور مما يجعله خاضع لهيمنة الإعلام في الكثير من الأحيان.

المحاضرة التاسعة:

¹ - توم انجلهارت وآخرون، احتلال العقل - الإعلام والحرب النفسية، جمع وترجمة بثينة الناصري، وكالة الصحافة العربية، مصر، ط 01 ، 2017 ، ص 12 .

النظرية النفسية

سيكولوجية الإعلام والاتصال

عناصر المحاضرة:

01 – مدخل.

02 – المدخل النفسي لفهم الظاهرة الاتصالية.

03 – الاتصال ومقاربة التحليل النفسي الفرويدي.

04 – الاتصال وبناء الإدراكات والسلوكات.

05 – نقد وتقييم.

01 – مدخل:

تتعد الأوجه التي تظهر بها الظاهرة الاتصالية وتتنوع بحسب الاستخدامات المرجوة منها، فحتى وإن كان البعد الاجتماعي في تشكيلاته المختلفة يعد المشهد الأكثر حضوراً في الاتصال فإن البعد النفسي يؤكد حضوره الفعال بشكل واضح ودقيق، ذلك أن المتغير النفسي هو الكفيل بجعل العملية الاتصالية مفهومة وقادرة على الوصول إلى أهدافها الإستراتيجية، فالمعرفة النفسية تتيح فهم عناصر الاتصال لبعضهم البعض وبالتالي توفر الإمكانيات المطلوبة التي تساعد على تحقيق كل أهداف الاتصال بما في ذلك التأثير في بناء مواقف الآخر وتغيير قناعاته وإعادة ترتيب أولوياته وبناء وعيه ومواقفه بالشكل الذي يخدم غايات المرسل، ومن ثم فإن الاهتمام بالنظريات النفسية المفسرة للظاهرة الإعلامية الاتصالية يكتسي أكثر من أهمية ويعتبر أكثر إلحاحاً، فعلى صعيد بناء الفعالية الاتصالية تكون المعرفة النفسية ضرورية

لتحديد النماذج الاتصالية المثالية القادرة على الوصول بالفعل الاتصالي إلى حدوده القصوى وإثبات نجاحه المرغوب، وعلى صعيد تطوير الأداء الاتصالي المستمر فإن المعرفة النفسية تثبت جدارتها في مواكبة التأثيرات المحتملة التي تمارسها تكنولوجيا الاتصال المعاصرة على الأفراد، وكذا اكتشاف الطرق المثلى لاستخداماتها المعاصرة سواء لتجنب آثارها السلبية أو للتدخل العيادي لمعالجتها في حال حدوثها حقيقة خاصة على مستوى الشباب والمراهقين وحتى على المستوى الوظيفي والمهني، ونظرا لهذه الاعتبارات فإن قراءة وتحليل التفسير النفسي للظاهرة الاتصالية يفرض نفسه على علم الاجتماع بغرض بناء رؤية شمولية حول موضوع الاتصال.

02 – المدخل النفسي لفهم الظاهرة الاتصالية:

تتداخل العلاقات المعرفية والتخصصية بين علم الاجتماع ومختلف العلوم المجاورة له بما في ذلك علم النفس الذي بوسعه تقديم خدمات جليلة له، ومن هذا المنطلق فإن المدخل النفسي يشكل رافدا معرفيا مهما لفهم الظاهرة الاتصالية، وعموما فإن الفعل الاتصالي لا يخلو من مظهرات نفسية جديرة بالاهتمام والتحليل، فهو في أصله عملية ذاتية أي أنه نشاط داخلي يتمثل في جملة واسعة من المخاطبات بين النفس والعقل لضبط المدركات والرغبات والميول والعواطف والاتجاهات، والتي ينجر عنها في النهاية طبيعة الإدراكات التي يتميز بها أي شخص والتي عادة ما يعبر عنها بسلوكيات معينة، فالإتصال الذاتي هو من يعطي معنى ما للأفكار والأحداث والتجارب المحيطة بالفرد¹، فاهتمام علم النفس بالإتصال الذاتي يقدم التفسيرات العلمية المهمة للمنطلقات الأساسية التي يتخذها الشخص كقاعدة لكل عملياته الاتصالية، فنسج العلاقات الاجتماعية مع الآخر ماهي في النهاية إلا تعبير عن مختلف الدافعيات النفسية التي تنشأ وتتطور داخل الذات الفردية، وتعبير ظاهري عن منظومة العواطف والرغبات وحتى الأزمات النفسية التي على ضوئها يرتب الفرد علاقاته الاجتماعية بوعي أو بدون وعي منه.

وتشير الدراسات النفسية خاصة تلك التي قام بها " إريك فروم " إلى أن الإتصال تعبير عن وجود حاجات نفسية تقتضي الإشباع ولا يمكن أن يتحقق ذلك إلا من خلال نسج عمليات اتصالية متشابكة، ولعل أبرز هذه الحاجات هي أن الفرد يشعر بحاجة إلى مدى أوسع من ذاته وهو المدى الاجتماعي الخارجي ليشتعر بالطمأنينة والحماية والاستقرار النفسي، والفشل في تحقيق هذا التواصل الخارجي الواسع يشكل حسب " إريك فروم " صدمة نفسية لدى البعض، وتشكل لدى البعض الآخر دافعا لإنشاء صلات وروابط جديدة تكون أكثر مصداقية في إشباع الحاجة للحب والمودة والتقدير والشعور بالانتماء، وبهذا يكون الإتصال كمخرجات نفسية انفعالية تساهم في تحقيق أهداف التعايش بين الظواهر النفسية الداخلية والظواهر الاجتماعية الخارجية، وتساهم كذلك في بناء الخبرات الجديدة التي تحقق التكيف والانسجام وتشبع مختلف الحاجات خاصة الحاجة للاستقرار والاحترام والتقدير².

ومن هنا تتضح أهمية المدخل النفسي لفهم الظاهرة الاتصالية، فالحالة النفسية التي يكون عليها القائمون بالإتصال هي من أهم العوامل التي تحدد نجاح أو فشل الإتصال، بحيث أن الأزمات النفسية والانفعالات المرضية المبالغ فيها تؤدي بالضرورة إلى خلل في بنية الإتصال لهؤلاء الأشخاص وتربك علاقاتهم الاجتماعية وتؤدي إلى صدمات مع الآخر وعدم تمكن هذا الأخير من فهم واستدامة التواصل معهم، الأمر الذي سيؤدي في الكثير من الأحيان إلى العزلة والقطيعة ونشوء عوالم ذاتية متنافرة، مما يصعب في

1 - حسين عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 01، 1998، ص 29 .
2 - نبيهة صالح السامرائي، علم النفس الإعلامي - مفاهيم نظريات وتطبيقات-، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط 01، 2007، ص 63

النهاية عملية التعايش والتكامل والتضامن الاجتماعي، فتجليات الحالة النفسية على العملية الاتصالية لا ترتبط بذوات المتصلين فقط وإنما تنعكس بالضرورة على واقعهم الاجتماعي ومخيلهم الثقافي ومختلف النماذج السلوكية التي يتصورونها في إطار تفاعلهم ضمن البنية الاجتماعية التي هم متواجدون فيها، وبتعبير آخر فإن المعطى النفسي في العملية الاتصالية هو من يتحكم في الصورة النهائية التي تكون عليها العلاقات الاجتماعية وهو من يصنع فاعليه التواصل الاجتماعي من عدمه وهو أيضا من ينجح أو يفشل كل الروابط الاجتماعية المفترضة، فالاتصال حسب النموذج الذي وضعه " شرام " هو عملية تبادلية معقدة للرموز التي يتم تفسيرها وتفكيكها في غالب الأحيان بحسب الحالة النفسية التي يكون عليها المرسل والمرسل إليه¹، وهذا لا يعني بحال أن الاتصال هو حالة مزاجية متقلبة وإنما يعني أن فهم الحالة النفسية للقائمين بالعملية الاتصالية يشكل مقارنة علمية مهمة لبناء تصورات عقلانية وعلمية دقيقة حول طبيعة الاتصال الإنساني.

ومن الأسباب المهمة التي تعطي أهمية بالغة للمدخل النفسي في فهم الظاهرة الاتصالية هو أن علم النفس يمكننا من تفكيك التواصل ليس كما يبدو في الظاهر وإنما كما يكون حقيقة في خباياه النفسية والمعنوية التي لا يمكن الوصول إليها إلا بمقاربات نفسية دقيقة وصارمة، ومن أمثلة ذلك أن المعنى الذي ينبع من الخطاب التواصلية هو في الحقيقية سابق عن السياق الاجتماعي كما يقول "جاكوبسون" بل هو محدد من قبل اللغة في ارتباطها بالوعي والذات ومدرجاتها النفسية والعقلية، على اعتبار إنتاج المعنى داخل التواصل يمر من النفس إلى العالم عبر اللغة²، وبهذا الشكل فإن الجانب النفسي في الاتصال يعتبر المدخل الأول والأساسي الذي يتيح لنا الفرصة لإدراك مختلف الاستجابات التي يفرزها التواصل على مستوى النسق الاجتماعي والعائلي والمدرسي والمهني وغيرها.

03 – الاتصال ومقاربة التحليل النفسي الفرويدي:

تشكل مدرسة التحليل النفسي لفرويد قاعدة أساسية لعلم النفس الحديث، لذلك لا يصح الجدل في أهمية هذه المدرسة بالنسبة لفهم التواصل الاجتماعي، فإجراء مقاربات من هذا القبيل تكتسي أهمية قصوى في بناء معرفة متكاملة حول الاتصال ليس كظاهرة اجتماعية فقط وإنما كفعل إنساني معقد ومركب، يتصور " سيغموند فرويد" منذ البداية أن الناس ينجذبون بشكل فطري إلى أي معرفة جديدة رغم ما يحيط بها من مخاطر³، ومن هنا يتضح أن الاتصال هو الفعل الوحيد القادر على نقل هذه المعارف للباحثين عنها والشغوفين بها، وهذا لا يعني بطبيعة الحال أن الاتصال مجرد فعل أداتي لنقل المعرفة في صورة أفكار ومشاعر وعواطف وانفعالات، وإنما هو يندرج ضمن عملية سوسيونفسية متكاملة، تظهر معالمها الكبرى في تهذيب الوجود الإنساني والسماح للأفراد بأن يتقاربوا مع بعضهم ويتألفوا فيما بينهم، فالمقاربة الفرويدية تقتضي أن طغيان الحالة الغريزية للكائن البشري هي أكثر ما يهدد الحضارة والمدنية الإنسانية ولا يتسع الحال لفهم واستيعاب هذه الحقيقة إلا بتبني تربية تعترف بالغريزة أولا وتوفر القنوات الاجتماعية التوافقية السليمة للتعبير عنها ثانيا، ومن هنا يكون الاتصال القناة المثالية التي تمكن التربية النفسية والاجتماعية من القيام بأدوارها الحساسة، فالاتصال يحمل هو أيضا خاصية تربوية وتعليمية

1 - سناء محمد سليمان، سيكولوجية الاتصال الإنساني ومهاراته، دار عالم الكتب، القاهرة، ط 01، دت النشر، ص 61 .
2 - حسن مستر، لا وعي التواصل، ضمن كتاب التواصل نظريات وتطبيقات، إشراف محمد عابد الجابري، الشبكة العربية للطباعة والنشر، بيروت، ط 01، 2010، ص 13 .
3 - سيغموند فرويد، مدخل إلى التحليل النفسي، ترجمة جورج طرابيشي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط 03، 1995، ص 09 .

يحتاج إليها المجتمع ليضبط معنى العاطفة البشرية وما ينجر عنها من أفعال¹، فالترابطية بين النفسي والاتصالي تظهر بأكثر تعقيداتها في كل ما يعبر عن الوجود البشري نفسيا واجتماعيا.

وبحسب مدرسة التحليل النفسي فإن الاتصال يعبر عن يقظة الشعور وعن حيوية العمليات العقلية لدى الشخص، فالاتصال هو نقل حقيقي لكمية المشاعر المتصادمة داخل النفس الإنسانية ولا يمكن ان يتم هذا النقل إلا من خلال عمليات عقلية واعية ومقصودة تعمل على تحليل هذه الكمية الهائلة من المشاعر ثم تبويبها وتصنيفها وأخيرا بدأ عملية نقلها إلا الأخر حسب الحاجة والنوعية وبحسب معطيات الزمان والمكان وخصوصيات البيئة الاجتماعية التي هو متواجد فيها، وبهذا المعنى فإن الاتصال هو التعبير الدائم والمباشر عن الأنا وما يحمله من رغبات وحاجات وميولات وأفكار وآلام وغيرها، وحتى يستطيع الأنا ان يكون سليما عليه أن ينظم سلسلة من التوصلات مع غيره في إطار تكاملي يضمن له التفاهم من جهة ويضمن له القدرة على تلبية المتطلبات التي يستحيل تحقيقها دون التعبير عنها عبر الاتصال خاصة الشخصي منه، وما يجعل الاتصال مهما من منظور التحليل النفسي هو أن الاتصال يحمل الشخص على فهم المجتمع وضبط أناه ورغباته بحسب الأعراف والعادات والقيم الاجتماعية²، فهو أداة أساسية للتكيف والانضباط الاجتماعي وفق مقتضيات النظام الاجتماعي المهيمن والمسيطر، فالتوجهات الفردية عادة ما تكون نزوعية نحو التطرف في إشباع الرغبات المتأججة في حين أن الاتصال هو من يسمح بترشيد التوجهات الفردية ومنحها بعدها الاجتماعي التوافقي الذي يجنب حالة الصراع بين الفرد والنظام الاجتماعي الثقافي الذي ينتمي إليه.

وفي هذا الصدد يتعرض التحليل الفرويدي إلى أن الأزمات النفسية المرتبطة بحالات اللاشعور المعبر عنها بفترات القلم وزلات اللسان وبعض التدايعات السلوكية هي في الأصل وسيلة لصرف النظر والانتباه عن ما يراد التعبير عنه حقيقة أو فعله عمليا³، مما يعني أن الاتصال من المنظور النفسي قد يتعرض إلى أزمات تعيق نجاح عملية التكيف والاندماج الاجتماعي، فالأمراض والعقد النفسية ومشكلات الشخصية التي تتخذ من الكبت واللاشعور تعبيراً عنها ما هي في الحقيقة إلا معوقات اتصالية تساهم إلى حد بعيد في تقطيع وتفتيت العلاقات الاجتماعية عن طريق خفض عمليات الاتصال الاجتماعي إلا حدودها الأدنى، فالشخصية المريضة نفسياً تفضل الانطواء والتفوق على الذات مما يعني تغييب الاتصال مع الآخر الاجتماعي الأمر الذي يتطلب دخلاً علاجياً لإعادة الحالة الاتصالية إلى مسارها الصحيح، لذلك يكون التدريب النفسي على الاتصال من أهم العوامل النفسية التي تزيد من فاعلية العلاجات النفسية، فعدم التسرع في الاستجابة والحرص على فهم لغة الآخر ومعرفة كيفية تدفق المعلومات والعناية بالعلاقات الاجتماعية والمهنية اليومية غير الرسمية والتعامل معها كرافد اتصالي مهم وضروري⁴ كلها تسمح بتطوير الاتصال من جهة وتسمح بتعزيز علاجات الأمراض النفسية من جهة أخرى.

04 – الاتصال وبناء الإدراكات والسلوكات:

يشكل الإدراك وما ينجر عنه من سلوك عصب الوجود النفسي والذهني والاجتماعي للشخصية، فإذا كان الإدراك هو تلقى منبهات معينة عبر التواصل ثم تحليلها وبناء رد فعل مقصود حيالها في شكل سلوكات معينة، فإن الاتصال في صورته الشخصية المواجهة وفي صورته الإعلامية الجماهيرية المعاصرة يعتبر

1 - سيغmond فرويد، المرجع السابق، ص 18 .

2 - محمد فؤاد جلال، مبادئ التحليل النفسي، مؤسسة هنداي، بريطانيا، د ط ، 2018 ، ص 72 .

3 - سيغmond فرويد، المرجع السابق، ص 73 .

4 - نبيهة صالح السامرائي، المرجع السابق، ص 233 .

نقطة ارتكاز حقيقية في تشكيل بنية الإدراكات والسلوك للإنسان المعاصر، فكل موقف اجتماعي تتعرض له الشخصية ينتج تركيبة متكاملة من القيم والانطباعات والمعارف والأذواق والقناعات والتي هي بدورها تعيد صقل الشخصية المتلقية وبالتالي تغير من ممارساتها الاجتماعية اليومية، ومن ثم يكون التعرض المستمر لوسائل الإعلام والاتصال باستمرار آلية لبناء وإعادة بناء الإدراك والسلوك، أو وسيلة التحفيز التي تعمل على تنظيم الأفكار والتخطيط للسلوك لبناء تأثير اجتماعي واضح يتناسب مع توجهات وسائل الاتصال الجماهيري، وفي هذا الإطار يرى " كيللي " في إطار تحليله لطبيعة تأثير الإعلام في صناعة المدركات لدى الشخصية يرى أن كل سلوك إنساني ناتج عن تأثيرات داخلية وخارجية، ويكون الإعلام في الغالب هو التأثير الخارجي الأكثر حضوراً، بحيث تكون وسائل الإعلام بأنواعها هي المحرك والمغذي الرئيسي للإدراك الاجتماعي¹، وهنا لا يتعلق الأمر بالحديث عن التأثير النفسي والذهني المباشر، وإنما نتحدث عن فاعلية وسائل الجماهيرية المعاصرة في تغيير منابع وطبيعة ومخرجات مختلف المدركات التي تصنعها وفق أجنداث محددة سلفاً.

وبالعودة إلى نظرية "ألفريد جونز آير" حول مفهومية الإدراك سوف نلاحظ أن هذا الأخير ينتج في الكثير من الأحيان عن الانطباعات الحسية الناتجة عن تأثر الأعضاء الحسية بالأشياء²، مما يعني أن التجربة الفردية في التعامل مع وسائل الإعلام المعاصرة تعمل على بلورة نوع معين من الإدراكات التي تتناسب والمطلبيات السلوكية التي ترغب الجهات المصدرة للمادة الإعلامية والمروجة لها في نشرها والإقناع بها، فالإعلام المعاصر ببعده الاقتصادي الترويجي على وجه التحديد يعمل على صياغة إدراك اقتصادي جديد يعتمد على فرط الاستهلاك وتتبع وهم الإشباع المادية اللامتناهية وتهيئة القابلية لمواكبة الموضة والاستسلام لعمليات الاقتراض البنكي والخضوع الكلي للخطاب الإعلامي الاستهلاكي، إن هذا النمط من الإدراك يجعل من وسائل الإعلام اليوم الفاعل الوحيد القادر على بناء الإدراك وفق ما يخدم مصالح ملاك الميديا المعاصرين ولو كان ذلك على حساب الإدراك الاجتماعي الحقيقي الذي من المفترض أنه يعمل على دمج الشخصية في الهوية الاجتماعية واكتساب المعايير المناسبة لتصنف السلوكات وبناء الخيارات المناسبة وتشكيل الفعل الاجتماعي التواصلي الفعال، فوسائل الإعلام الجماهيري المعاصرة تعمل على قولبة الإدراكات وصناعة إدراك موحد لدى الجميع بحيث تنتهي ميزة الفروق الفردية وتتحوّل الشخصيات إلى حالة التجانس أو التماهي المطلق، بمعنى أننا سنصبح أمام شخصية واحدة في أجساد متعددة تتميز هذه الشخصية بتقمص نفس الإدراكات وتتبع نفس الأساليب لتحقيق نفس الإشباع المتوهم بأنها هي من تحقق الاستقرار والتوازن وتعزز المكانة المنشودة وتنتج الفضيلة والسعادة، وفي نفس هذا الاتجاه يؤكد "ميك جوري" على أن وسائل الإعلام المعاصرة تحولت إلى أداة تربوية لبناء المواقف بعيداً عن الحقائق الموجودة فعلاً³، ويظهر ذلك جلياً من خلال استخدام طريقتين متناقضتين، تقوم الطريقة الأولى على فكرة التخويف والترهيب من الأزمات الاقتصادية ونقص الموارد وتفاقم مشكلات السياسة والبيئة وتأثيرها المفرط على حياة الأفراد والأسر والتراجع المحتمل في مستوياتها المعيشية ودخولها ضمن شبكة الفقر العالمي، أما الطريقة الثانية فتقوم فكرة الترويج في الاستهلاك والإغراء بقيمة المستهلكات المعروضة والإقناع بمستوياتها التنافسية السوقية على مستوى الجودة والنوعية ومراعاتها للشروط الصحية والبيئية وعلى مستوى السعر الذي يروج على أنه منخفض ومعقول ويناسب كل الفئات، وبهذا الشكل نلاحظ أن وسائل الإعلام المعاصرة لا تكتفي بالضغط من أجل بناء الإدراكات وإنما تعمل بكل الطرق على تغيير

1 - زهير منصور المزيدي، مؤشر الإدراك والقيم، منشورات المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت، د ط، 2020، ص 44 .
2 - علي تتيبات، مفهوم الإدراك في فلسفة ألفريد جونز آير، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، العدد 31، 2017، ص 09 .
3 - هاني جزار، علم النفس الإعلامي والثقافي، دار صرح للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 01، 2011، ص 33 .

سلوكات المجتمع والذهاب به إلى أقصى نقطة ممكنة في الاندماج المطلق ضمن نمطية السلوك التي يرغب فيها الرأس المال العالمي.

05 - نقد وتقييم:

أ - إن المتتبع لنسقية التحليل لدى المدرسة التحليل النفس في تعاملها مع الإنسان يدرك حجم التناقضات الكبرى التي وقعت فيها، بحيث جعلت من الوجود الاجتماعي وجوداً هامشياً وثانويًا ينحصر دوره في عرقلة الفرد وتحجيم دوره ومنعه من إشباع غرائزه وتقيد ممارساته الفردية، بحيث نرى أن أفق التحليل العلمي لهذه النظرية مرتبط بحالة الشهوانية التي يكون عليها الفرد، فجميع عملياته الاجتماعية بما في ذلك الاتصال مرتبطة بهذا البعد الغريزي المتدفق، كما أن حالات الكبت لهذه الغريزة يترتب عنها بالضرورة تعطل على مستويات الاتصال، وهذا يوضح بجلاء حجم التشوه الذي أصاب البنية العقلية الغربية في نظرتها للإنسان.

ب - كما أن هذه النظرية لا تهتم كثيراً بالعمليات التربوية التي تعمل على تطبيع الإنسان مع محيطه الاجتماعي، وتحاول باستمرار تصوير القيم والمعايير والأخلاق والنظام الثقافي الاجتماعي كأدوات قمعية يستخدمها المجتمع ضد الفرد، بحيث أن تعطل العملية الاتصالية ووقوع الفرد تحت طائلة الكبت وعدم قابليته للتواصل مع الآخر ورفضه بناء شبكة علاقات اجتماعية سوية إنما هو راجع بالأساس إلى القهر الاجتماعي الذي يختبئ تحت عباءة الحلال والحرام والمسموح والممنوع، وهنا تتجلى النظرة السلبية للمجتمع التي تتحدر بالحياة الاجتماعية إلى مستوياتها الدنيا، وفي المقابل نسجل تعظيم شأن الطبيعة الغريزية الشهوانية للإنسان واعتبارها محل القوة والإبداع، كما تعتبر هذه النظرية كمحاولة يائسة لصناعة العداوة بين الإنسان والدين، من خلال اعتبارها للدين كموقف رجعي يصنع الكبت وبالتالي يعطل العمليات الاتصالية.

ج - ومما يثير الانتباه أكثر أن التحليل النفسي لا يقدم أي بيانات علمية تذكر يمكن من خلالها التحقق من صحة الافتراضات التي تنطلق منها، فالتفسيرات المقدمة للتجارب النموذجية التي اختارها فرويد لا تعدو أن تكون مجرد انطباعات شخصية لا تستند إلى حقائق علمية ثابتة، فمعينة التجربة وما يحدث فيها شيء، وبناء القانون العلمي الذي يدعي الوصول إلى التفسير الحقيقي شيء آخر، بل ولا نكاد نجد تطابق حقيقي بينهما¹، ومن ذلك محاولته للإقناع بأن غريزة اللبيدو هي المحرك الوحيد للوجد الإنساني وهي المؤطر لكل تصرفاته الاجتماعية والاتصالية والذهنية دون أن يقدم في ذلك دلائل علمية حقيقية بل يكتفي باستنتاجات انطباعية لم يوافق فيها الكثير من علماء النفس ناهيك عن علماء الاجتماع.

د - أما فيما تعلق بموقف "ألفريد جونز آير" والقاتل بأن تعامل الشخص مع وسائل الإعلام بمفرده واعتبار هذه العلاقة كعملية فردية تتأثر بالحاجة والرغبة الاستهلاكية فقط لا يمكن أخذه كمسلمة علمية نهائية وذلك لاعتبارات كثيرة، منها أن القدرة على استهلاك نفسها ترتبط بمعطيات اجتماعية كالقدرة المادية والموائمة الاجتماعية الأخلاقية والتوافق الجمالي والذوقي، فلا يمكن تصور تمام العملية الاتصالية إلا من خلال التوافقات التي تنتجها الحياة الاجتماعية المعقدة، فالإدراك في هذه الحالة حتى وإن كان يتأثر بالضغط الإعلامي فإنه يبق ناتجاً عن الوعي بالحياة الاجتماعية.

1 - برسيفال بيلي، نقد نظرية التحليل النفسي، ترجمة محمد هلال، دار المنهاج للنشر والتوزيع، عمان، ط 01، 1999، ص 97.

المحاضرة العاشرة:

نظرية الاتصال والفروق الفردية.

عناصر المحاضرة:

- 01 – مدخل.
- 02 – مدخل الفروق الفردية لفهم الظاهرة الاتصالية.
- 03 – الفروق الفردية والسمات الاتصالية المحتملة.
- 04 – الخطاب الإعلامي والفروق الفردية.
- 05 – نقد وتقييم.

01 - مدخل:

لا شك أن كفاءات تعامل الأفراد مع العملية الاتصالية سواء في مستواها الشخصي المواجهي أو في مستواها الإعلامي الجماهيري يختلف بحسب قدراتهم الفردية، فمستوى الطرح والحمولة المفاهيمية التي تحملها الرسالة الاتصالية تعكس بالضرورة حقيقة تلك الفروق من ناحية القدرة على الفهم والاستيعاب والتفكير والاستفادة والقدرة على بناء رجع صدى يتناسب مع طموحات وغايات المرسل أو القائم بالعملية الاتصالية، فالفروق الفردية هي التي تعمل على إنجاح أو إفشال العمليات الاتصالية عند مختلف العناصر المشكلة لها، فالعملية الاتصالية ما هي إلا تركيبة متنوعة من التداخلات النفسية والذهنية والاجتماعية والثقافية والمهنية الاحترافية الأمر الذي يتطلب قدرات عملية سريعة في التجاوب معها والاستجابة لمتطلباتها، لذلك تكون الاستجابة المحتملة مرتبطة بطبيعة الميزات الشخصية والذكائية التي يكون عليها المرسل إليه، مما يشير بوضوح إلى أهمية التعرف على الفروق الفردية ومراعاتها بشكل دقيق حتى تتمكن العملية الاتصالية من الوصول إلى أهدافها، ولعل الطبيعة البشرية التكوينية لا تستطيع التخلص من حقيقة الفروق الفردية، لذلك يبدو من الضروري أن يراعي الإعلام والاتصال هذه الحقيقة ويتجاوب معها حتى يضمن إنتاجيته وفعاليتها المنشودة.

02 - مدخل الفروق الفردية لفهم الظاهرة الاتصالية:

أ - النسق المفاهيمي للفروق الفردية من السيكلوجيا إلى السوسولوجيا:

منذ البداية يبدو أن موضوع الفروق الفردية يخرط ضمن علم النفس فقط وأن قياسه لا يتعدى هذا التخصص العلمي، وهذا يبدو صحيحا إلى حد بعيد، غير أننا سنعمل على بناء قراءة سوسولوجية لأهمية الفروق الفردية بالنسبة للظاهرة الاتصالية، وعموما يمكن القول أن الفروق الفردية هي جملة الاستعدادات والقدرات والمواهب التي تميز شخص عن آخر وتحدد طبيعة تجاوبه وتفاعله مع الظروف الحياتية الفردية والاجتماعية والتعليمية التي يتعرض لها باستمرار، ويقدم "كرونياك" تصنيفا للفروق الفردية يؤكد فيه أن المهم في هذا الموضوع هو معرفة طبيعة النشاطات المتداخلة التي يقوم بها الشخص وجملة المهارات التي يستخدمها عندما يتعرض لموقف ما، حيث تبرز للعلن ميولاته وسماته الانفعالية وقدراته العقلية والطرائق التي ينتهجها، مما يشير بالضرورة إلى حجم التنوع الكبير في الفروق الفردية التي يتميز بها الأفراد، فنجد الفروق في النوع والمتعلقة بالصفات المادية الظاهرة للشخصية والصفات النفسية والذهنية، كما نجد الفروق في الدرجة والتي تعني الحالة التي تكون عليها الصفات المادية والنفسية والذهنية، كدرجة الطول والوزن أو درجة العبقرية وقلة العقل أو درجة الانفعال والتفاعل، فكل هذه الدرجات يمكن تتبعها وقياسها في مستوياتها المتدرجة من أدناها إلى أقصاها¹.

1 - سليمان الخضيرى الشيخ، الفروق الفردية في الذكاء، دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة، د ط ، 1990 ، ص ص 18 - 19 .

ومن المهم هنا الالتفات نحو دور التربية والتعليم وعمليات التنشئة الاجتماعية في تنمية الفروق الفردية وتحويلها إلى مهارات اجتماعية تمكن الفرد من تحقيق مستويات عالية من التفاعلات الاجتماعية التي تساعده في تحقيق النجاح الاجتماعي، فالفروق الفردية لا يمكنها أن تبقى في حالتها الخاصة والفطرية وإنما هي محل تدخلات اجتماعية مستمرة بغرض تطوير الحياة الاجتماعية سواء من ناحية تقليص الفروق أو من ناحية تطويرها لدى البعض من الذين يظهرون تميزا خارقا في هذا المجال، والهدف في النهاية هو خدمة المجتمع وتطويره، لذلك نلاحظ الاهتمام البالغ الذي تبديه السوسولوجيا حيال التربية والتعليم والأسرة والاتصال، لأنها هي المجالات الاجتماعية الأساسية التي تتبلور فيها حقيقة الفروق الفردية وترتسم فيها معالمها المستقبلية.

ب - الفروق الفردية وتعلم الاتصال عبر خطة كيلر:

تتمركز خطة "كيلر" في الفروق الفردية حول نظام التعليم الفردي لتجاوز الفروق الفردية، ويمكن العمل على إجراء مقاربات لهذه الخطة لفهم كفاءات تعلم ممارسة الاتصال الاجتماعي، فالتعليم يحمل أهدافا سلوكية بغرض تعزيز سلوكيات معينة مفضلة اجتماعيا وإقصاء سلوكيات أخرى غير محببة اجتماعيا، وتتشكل خطة "كيلر" من خمس ميزات تمكن المتعلم من تحقيق أهداف التعلم بصورة كلية ونهائية، وبالعودة إلى موضوع الاتصال الاجتماعي فيمكننا أن نشير إلى أننا نستطيع تجاوز الانحراف عن متوسط الأداء الاتصالي عبر استخدام هذه الميزات عبر مؤسسات التنشئة الاجتماعية وهي:

- تسمح هذه الخطة للفرد بالتقدم في تعلم الاتصال حسب قدرته الخاصة وسرعته الذاتية ومن الضروري أن يعطى الوقت المناسب لذلك.

- لا يسمح للمتعلم بالانتقال إلى تعلم تقنيات جديدة للاتصال الاجتماعي حتى يثبت تفوقا حقيقيا في فهم واستخدام ما تعلمه من قبل.

- تعلم الاتصال الاجتماعي ليس بغرض معرفي وإنما الهدف الأساسي منه هو بناء حوافز نفسية واجتماعية تساعد على توسيع دائرة الاتصال وتقليل الفروق الفردية المعطلة.

- تعلم التواصل يتم عن طريق التواصل المباشر مع المعنيين بالعملية الاتصالية سواء عبر الكتابة أو عبر الاتصال اللفظي.

- من الضروري استخدام مساعدين لتعزيز قيم التواصل وإدراك طرائق استخدام الاتصال حسب كل موقف، والحرص على تقديم المساعدة الفورية لإثبات الفاعلية التعليمية في الحال!

03 - الفروق الفردية والسمات الاتصالية المحتملة:

بما أن لكل فرد بنية عقلية إدراكية مختلفة عن غيره في قدراتها على الفهم والتحليل والتفكير والنقد والاستيعاب، وكذلك من حيث الحاجات والعادات والدوافع والخبرات والمهارات، فإن الاهتمام بالنشاط الاتصالي والإعلامي لكل فرد لا يمكن فهمه إلا عبر إدراك حقيقة الفروق التي يتميز بها كل على حدى، ومن هذا المنطلق يعتقد "ديلفير" و "روكتيش" أن سلوك الأفراد وتوجهاتهم نحو الإعلام والاتصال هي في الحقيقة نتاج لأربعة قواعد أساسية وكلها تعبير عن مستويات الفروق الفردية بينهم، وهذه القواعد الأربعة هي:

1 - سحر أكرم حسن، أثر استخدام خطة كيلر في تحصيل الطلبة، مجلة التقني، المجلد الثالث، العدد 06، 2010، ص ص 09 05 . .

أ- **قاعدة الانتباه والاهتمام الانتقائي:** وتعني أن الأفراد على اختلافهم وتعدددهم يهتمون ببرامج ومحتويات ومضامين إعلامية محددة ويهملون تماما مضامين أخرى، وترجع هذه العملية الانتقائية القصدية إلى مرجعياتهم الثقافية والفكرية والتعليمية والدينية والاجتماعية، وتشير هذه القاعدة إلى أهمية السمات التي تظهر عليها الفروق الفردية في توجه مختلف الأفراد نحو التعاطي مع الظاهرة الإعلامية الاتصالية.

ب - **قاعدة الإدراك الانتقائي:** وتعني هذه القاعدة أن الأفراد في كل الحالات سيلجؤون إلى تفسير نفس المحتوى الإعلامي الذي يتعرضون له بحسب الفروق الفردية القائمة بينهم، فالميزات الشخصية والذهنية والمعرفية والجمالية وطبيعة الانتماءات لكل فرد تشكل قاعدة ينطلق منها لبناء عمليات تأويلية للمضمون الإعلامي، وهذا ما يفسر اختلاف المواقف والاستنتاجات بين الأفراد حول نفس المحتوى الإعلامي.

ج - **قاعدة التذكر الانتقائي:** وتعني هذه القاعدة أن بعض الأفراد يمتلكون القدرة أكثر من غيرهم على تخزين بعض المضامين الإعلامية من غيرهم على اختلاف مستوياتهم الاجتماعية والثقافية والعلمية والمهنية، كما أن البعض الآخر من الأفراد يتذكر مضامين بعينها وهي في الغالب تركز على التوافق مع حاجته من جهة وعلى قدرته الاستيعابية والإدراكية من جهة أخرى.

د - **قاعدة السلوك الانتقائي:** وتعني هذه القاعدة أن السلوك هو المرحلة الأخيرة في السلسلة الانتقائية، ففي النهاية كل فرد سيتصرف بطريقته الخاصة وفقا لقدراته الذاتية والفروق الفردية الأساسية التي تميزه عن غيره¹.

ومن خلال ما سبق تتضح أهمية الفروق الفردية في التناولات الإعلامية والاتصالية، فهذه الفروق تنتج ما يمكن أن نسميه بالتواصل السلوكي الاجتماعي، بحيث تنتضم لدى الفرد جملة من الممارسات التواصلية التي يعبر بواسطتها عن احتياجاته وأفكاره ومشاعره بطريقة إيحائية غير مباشرة ليس من خلال اللغة والحوار ولكن عن طريق سلوكيات بعينها تحمل تشفيرا معينا توصل للمرسل إليه ما يرغب المرسل في تحقيقه أو إشباعه، وهذا ما يسميه " إيفا نوف" بالبدائل المتاحة للتواصل اللفظي، وهو تعبير واضح وجلي عن متغيرات حقيقية للفروق الفردية.

04 - الخطاب الإعلامي، الفروق الفردية والفجوة المعرفية:

إن الفروق الفردية التي تمايز بها الأفراد تفرض على الخطاب الإعلامي أن يتكيف مع حقائقها النفسية الاجتماعية، بحيث يجد نفسه مطالباً بأن يجدد خطاباً إعلامياً ذكياً وعرفانياً يدرك الحقائق العامة التي يكون عليها الجمهور المستهدف، فوصول الإعلام إلى غاياته الكبرى سواء الأيديولوجية أو الربحية تقتضي تفكيك الجمهور المستهدف وتحليل خصوصياته ومعرفة قدراته الإدراكية وطاقاته الاستيعابية وحاجاته المختلفة ومن ثم نسج عمل إعلامي متكامل يتوافق مع الفروق المميزة لكل فئة، فالخطاب الإعلامي الواحد المعمم على الجميع لم يعد ذا قيمة أو جدوى ولم يعد يحقق أهدافه المسطرة، لذلك تبدو الاستعانة بالدراسات العلمية المتخصصة أكثر من مهمة.

فالمتلقي ينتظر من الإعلام إجابات مباشرة على انشغالاته التي تحدها فروقه الفردية، ومن ثم فإن المتلقي يساهم في بناء الاتجاهات العامة للإعلام المعاصر، لذلك نجد أن التكنولوجيا المعاصرة ساهمت فوق المتوقع في بناء نظام إعلامي تفاعلي يسمح لهذه الفروق في الاندماج مباشرة ضمن النشاط الإعلامي الحالي ليس كمتلقين فقط ولكن كناشطين وفاعلين أيضاً،

1 - كمال الحاج، المرجع السابق، ص ص 90- 91

فالتكنولوجيات الاتصالية التفاعلية المعاصرة تسمح لكل فرد على حدى من أن يتحصل على الإشباع والمعلومات في أي فرع من الفروع التي يريد بمجرد الاتصال بجهات إعلامية معينة ومختصة، وفي هذا الصدد يرى " روجرز " أن التدفقات الإعلامية التي لا تراعي الفروق خاصة الإدراكية والمادية والاجتماعية تؤدي إلى حدوث ما يسميه بالفجوة المعرفية، بحيث يفترض أن الأفراد في النسق الاجتماعي غير متساوين في تلقي المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام، فالأفراد الأذكى والمتعلمون والمتفوقون في مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية يكونون بلا شك أكثر استيعابا للمعلومات، وسيستفدون منها بطريقة أفضل من الأفراد الأقل ذكاء والأقل تعلمًا والذين تتخفف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية، وبالتالي فإن تزايد تدفق المعلومات دون مراعاة لهذه الفروق الفردية والاجتماعية سوف يزيد لا محالة من تكريس هذه الفجوة المعرفية²، ويرى " روجرز " أن الفجوة المعرفية التي تسببها وسائل الإعلام لا تقتصر ملامحها على مستوى الفئات والجماعات الاجتماعية فقط وإنما تتعداها إلى الفجوة على مستوى الاتجاهات والسلوكيات الفردية، لذلك استخدم فيما بعد مفهوم فجوة تأثيرات الاتصال بدلا من الفجوة المعرفية، الأمر الذي يلمح إلى أهمية مراعاة الفروق في أي خطاب إعلامي مستقبلي، فالحق في المعلومة يعتبر ميزة أساسية لهذا العصر، ولن يتمكن الجميع من التمتع بهذا الحق في ظل وجود خطاب إعلامي جماهيري مقولب ومغلق ضمن قوالب لغوية وفكرية وأداتيه لا تعتنى باختلاف الميزات الشخصية الأساسية للمتلقين.

وضمن هذا النسيج المعرفي لأهمية الفروق الفردية بالنسبة للخطاب الإعلامي يرى " ماكويل ووندل " أن نجاح الإعلام يعتمد بالخصوص على الاعتناء بثلاثة عناصر أساسية هي:

أ - **مراعاة السمات الشخصية:** وتعني الأخذ بعين الاعتبار لكل التفاوتات في القدرات الفطرية والمكتسبة كالذكاء واللغة المكتسبة والقدرة على استخدام التكنولوجيات الحديثة.

ب - **مراعاة المركز الاجتماعي:** تعتمد بعض السمات على المركز الاجتماعي الذي يحتله الفرد عن طريق القدرة في استغلال الفروق الفردية التي تضمن له التعليم الجيد والدخل المرتفع.

ج - **مراعاة سمات البناء الاجتماعي:** ويتعلق الأمر بالصورة التي تكون عليها البنية الاجتماعية التي يولد وينشأ فيها الفرد وتأثيرها المباشر على تنمية قدرات ومهارات الأفراد واكتشاف الفروق الفردية القائمة بينهم والعمل على تعديلها عن طريق التربية والتنشئة الاجتماعية، وهنا تظهر أهمية الأسرة والمدرسة وجماعة الأصدقاء وجماعة العمل³.

05 - نقد وتقييم:

أ - لا شك أن نظرية الفروق الفردية تساهم كثيرا في تطوير أداء وسائل الإعلام الجماهيري وتتيح استخداماتها لكل الأفراد الاستفادة من قدراتهم وتنمية مهاراتهم وخبراتهم في التعامل مع الإعلام، فمن مقومات نجاح العملية الاتصالية وجود بنية توافقية بين القائمين بالعملية الاتصالية وهذا لن يتم إلا عبر معرفة السمات العامة والميزات الشخصية والفروق الفردية لكل طرف، حتى يتم تهيئة خطاب تواصلية فعال ومنتج ويضمن تحقيق أهدافه المسطرة سلفا، ويبدو أن السمات الشخصية والاجتماعية المترتبة عن هذه الفروق تفرض نفسها ليس على الإعلام فقط وإنما أيضا على سائر مظهرات العلاقات الاجتماعية سواء تلك الممارسة في الواقع أو تلك المنسوجة عبر وسائل الإعلام.

1 - محمد بدیع السيد، تكنولوجيا الإعلام في العصر الرقمي، دار الكتب المصرية، القاهرة، د ط ، 2022 ، ص 166

2 - عبد الفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د ط ، 1990 ، ص 116 .

3 - عبد الفتاح عبد النبي، المرجع السابق، ص 116 .

ب – غير أننا نسجل في المقابل أن هذه النظرية لا تقدم المنهجيات العملية التي يستطيع الإعلام المعاصر باستخدامها مراعاة الفروق الفردية، بحيث أن الإعلام في أساسه يحمل وجهتين، وجهة خدمية عمومية، ووجهة نفعية ربحية، وعليه في الكثير من الأحيان أن يزاوج بينهما، مما يصعب عليه مراعاة الفروق الفردية لأن ذلك سيكونه الكثير من الجهد والتكاليف المادية والمالية الأمر الذي سوف يضعف احتمالات الربحية في ظل عالم إعلامي نشط وتنافسي لا يؤمن إلا بالانتشار والشهرة والربح.

ج – يضاف إلى هذا حجم الاختلاف العلمي في تحديد وضبط هذه الفروق الفردية، وصعوبة تحديدها بدقة ووضوح تمكن من بناء معرفة يقينية حولها، ومن هنا ستصعب المهمة أمام الإعلام في التعامل معها، فالإعلام ليس مؤسسة علمية وبحثية وإنما هو مؤسسة اقتصادية وثقافية بأبعاد اجتماعية تحتاج إلى الاستفادة من المعرفة العلمية شريطة أن تكون دقيقة وواضحة.

المحاضرة الحادية عشر

نظرية المعلومات

المقاربة النسقية للاتصال

عناصر المحاضرة:

- 01 – مدخل.
- 02 – المقاربة النسقية للاتصال.
- 03 – نسق المعلومات والنسقية الجديدة.
- 04 – نقد وتقييم.

01 – مدخل:

لعبت نظرية المعلومات التي ظهرت في الأربعينات من القرن العشرين دورا مهما في محاولة العلوم الاجتماعية الاستفادة من الخبرة المعرفية التي تقدمها العلوم التجريبية، لتظهر بذلك نظرية المعلومات كمحاولة رائدة ومميزة في هذا الاتجاه، خاصة وأنها تزامنت مع تعاظم الاكتشافات التقنية في مجال الاتصال، وبهذا لعبت نظرية المعلومات رابطا فعالا بين مختلف العلوم الأمر الذي مكنتها من التوضع الجيد في حقل المعرفة وسهل لها عملية تبادل المفاهيم وتوسيع دائرة الاستفادة وبالتالي التمكّن من فهم الظاهرة الاتصالية بشكل أوسع وأدق.

02 – المقاربة النسقية للاتصال:

تتمحور المقاربة النسقية حول النظرة الشمولية والكلية للظاهرة الاتصالية، والحرص على الاهتمام بذلك التفاعل القائم بين الأجزاء بدل الانشغال بالعلاقات السببية، والسعي من أجل اكتشاف التفاعلات داخل الأنساق الديناميكية ذات العلاقات المتعددة ودائمة التطور، الأمر الذي يفسر أهمية هذه النظرية ومدى تأثيرها حتى في الدراسات البيولوجية خاصة مع "لودفينغ فون بيرتالانفي" في كتابه "نظريات حديثة للتطور" أين حلل وفكك الأدوات الفاعلة في العمل التعبوي مستخدما مفهومي الوظيفة والنسق وطبيعة التفاعلات بين الجزء والكل، وعليه يمكن اعتبار الظواهر الاجتماعية السياسية والاقتصادية والثقافية أنساقا مهمة ضمن السلوك الاجتماعي العام والتي على أساسها تتحدد العلاقة بين الفعل (الاتصالي) والبنية الاجتماعية¹، وهي معرضة على الدوام للتغير سواء بفعل عوامل داخلية تقتضيها حاجياتها المختلفة أو بفعل عوامل خارجية يتم صناعتها على مستوى البيئة الاجتماعية الكبرى التي تحتوي هذه الأنساق، مع الإشارة إلى أن هذه التغيرات قد تعرض الأنساق إلى التوترات والاضطرابات، والنسق لا يستطيع أن يتحكم في هذه التوترات إلا من خلال تحكمه في المعلومات وطرق تنقلها وآليات استخدامها واستعمالها، وهنا تشير النظرية إلا أن رجوع الصدى أو التغذية المرتدة هي أحد أهم وسائل توفر المعلومة لأنها تعبر عن حالة التكيف أو عدم التكيف داخل عناصر النسق.

وتركز نظرية المعلومات في تحليلها لنسق الاتصال على مفهومي المدخلات والمخرجات في تفسير كيفية تشكل التفاعلات مع البيئة المحيطة بالنسق، بحيث تؤكد على أن طبيعة التجاوب المحتملة مرتبطة بشكل عميق بسرعة الحصول على المعلومات والدقة في معالجتها و تحليلها والتجاوب معها بتفاعلات مناسبة لها وفق مصفوفة المدخلات والمخرجات، ومنه وكما يصف "نيكولاس لومان" فالاتصال ليس مجرد عملية نقل معلومات بل هو تنسيق عظيم للوجود له مضاعفات كبيرة على الحياة الاجتماعية كلها²، وقد سيطرت هذه الموجة على أغلب الدراسات المنجزة حول الاتصال، خاصة وأنها تزامنت مع اشتداد

¹ - مارتن هولس، مدخل إلى فلسفة العلوم الاجتماعية، ترجمة خالد قطب، دار معنى للنشر والتوزيع، د ب، ط 01، 2021، ص 26 .

² - نيكولاس لومان، المرجع السابق، ص 306 .

حدة الحرب الباردة والارتدادات الوخيمة للحرب العالمية الثانية على المجتمعات الإنسانية، مما رفع من نسبة الحاجة إلى الخبرة الاتصالية لاستخدامها في إدارة هذا الصراع و اتخاذ القرارات المناسبة.

03 – نسق المعلومات والنسقية الجديدة:

حاول " مالفن دو فلار " بناء تفسيرات جديدة لأهمية المعلومات في تحريك النسق وضبط قدرته على تحقيق أهدافه الكثيرة بما في ذلك الحاجة للتكيف والحاجة للاستقرار والتوازن، فهو يعتبر أن في نظام المعلومات لا تشكل المعلومة الأهمية الأولى وإنما تلك الأهمية تعود للتغذية المرتدة، فهي التي تحدد وجهة ومستقبل النظام الاجتماعي الذي تعمل وسائل الاتصال الجماهيرية على صناعته، فقد سلم أن كل وسيلة إعلامية هي في حد ذاتها نظام اجتماعي مستقل لكنه مرتبط نسقيا مع وسائل إعلام أخرى والكل مرتبط بأنساق ثقافية وسياسية واجتماعية مجاورة لها، ويرى " مالفن دو فلار " أن نسق المعلومات يتشكل من نظامين فرعيين هما **نظام الإنتاج ونظام التوزيع** المتشكّلين من جملة واسعة من الفاعلين والأدوار، وهذا ما تعبر عنه وسائل الاتصال الجماهيري مثل مؤسسات دراسة السوق وقياس الجمهور، والمؤسسات الإعلانية، والمنظمات المكلفة بالتنظيم القانوني والتحكيمي¹.

ويضيف " إيتيل دو سولا " محاولة إثرائية أخرى في هذا الاتجاه عندما يشتغل على تحليل دور نسق المعلومات في تنظيم الحياة السياسية، خاصة مع التطور الرهيب في تكنولوجيات البث التلفزيوني التي شهدتها مرحلة السبعينات في القرن الماضي، أين تبين له أنه كلما حدث تطور في نسق نقل المعلومة وجعلها متداولة بالشكل المطلوب كلما عمل ذلك على تفعيل العمل السياسي وجعل من قدرته في التحشيد أسرع وأكثر فاعلية.

04 – نقد وتقييم:

أ – أعادت نظرية المعلومات فكرة النسق إلى دائرة الاهتمام السوسيولوجي ولكن هذه المرة من باب الاتصال، بحيث تمكنت من اكتشاف الكثير من العلاقات الخفية القائمة بين النسق والتدفقات الإعلامية المتراكمة، بحيث أن نسق المعلومات يلتقي مع نسق اجتماعي معين لنتج عنهما تفاعلات اجتماعية جديدة، غير أن الجدير بالذكر هنا هو تأكيد هذه النظرية أن العبرة ليست في كميات المعلومات وإنما في طبيعة تعامل النسق المتلقي معها وكيف يحولها إلى نسق تفاعلات جديدة.

ب – لكننا نلاحظ من جهة أخرى أن نظرية المعلومات تنشئت في سياقات تحليلية عامة ولا تقدم مستويات تحليلية دقيقة خاصة في كيفية عمل المعلومات داخل النسق، وبعبارة أخرى نلاحظ أن هذه النظرية تهتم بالعلاقة بين المعلومة والنسق ولكنها لا توضح بالشكل الكافي كيف تحرك المعلومات النسق، سواء من ناحية مصدر المعلومة أو من ناحية عناصر النسق المستهدف، خاصة وأنها تعتبر عملية رجع الصدى هي الغاية الكبرى والمشروع المهم، ولا نكاد نجد فيها صيغا واضحة حول الطريقة التي تتوغل بها المعلومات إلى النسق وكيف تحدث الأثر المحدد ولا كيف تفشل في ذلك من خلال وجود مقاومة اجتماعية لبعض عناصر النسق لمحتوى المعلومة.

ج – ومما يسجل على هذه النظرية أيضا هو اختزالها لنسق الاتصال ضمن عمليتين فقط وهما عملية الإنتاج وعملية التوزيع، فعلى الرغم من أهميتهما القسوى في أي عملية اتصالية، إلا أنها تهمل نظام

1 - أرمان وميشال ماتلار، المرجع السابق، ص 75 .

التشويش الذي يعمل بفاعلية كبيرة في عدم بلوغ الاتصال لمقاصده ومراميه، فالتشويش هو الآخر يتشكل ضمن نسق خاص به ويتكون من عناصر وأدوار وأجهزة ووظائف محددة، ومن هنا تتجلى أهمية إدراك نسق الاتصال لخطر نسق التشويش وتجهيز طرائق مواجهته وهذا ما لا نجد في هذه النظرية.

المحاضرة الثانية عشر:

نظرية وضع الأجندة

عناصر المحاضرة:

- 01 – مدخل.
- 02 – وضع الأجندة السمات الكبرى.
- 03 _ وضع الأجندة المحتوى والتحليل السوسيولوجي.
- 04 – نقد وتقييم.

01 - مدخل:

يتلخص المعنى العام لنظرية وضع الأجندة في التوسع الهائل لسلطة الإعلام في صناعة الرأي العام وتحديد طرق التفكير وبناء المواقف بالنسبة للجمهور، بمعنى أن التفكير الاتصالي تغير من زاوية الاتجاه والمآلات، فلم يعد الإعلام تقليدياً يهدف إلى خدمة المجتمع بقدر ما أصبح يخدم أهداف صانعيه سواء على مستوى النخبة السياسية الاقتصادية أو على مستوى النخبة الإيديولوجية الثقافية وما يتعلق بها، ومن هنا فإن الاتصال الحديث أصبح يعني القدرة على فهم حاجيات ومتطلبات الناس ومن ثم الولوج منها لتمرير أفكار وأطروحات تخدم الملقى وتعزز مكاسبه وهيمنته ونفوذه المادي والاجتماعي، ولا يمكن الوصول إلى هذا المبتغى بعيداً عن رسم أهداف مسبقة وتحديد الأساليب الأساسية القادرة على تحقيقها وتعين الأفراد الملائمين لذلك، وهذا ما اصطلح عليه بوضع الأجندة الاتصالية.

02 - وضع الأجندة السمات الكبرى.

مما لا شك فيه في الكثير من الأحيان أن الغايات الاتصالية بين الملقى و المتلقي تختلف وتتباين الأمر الذي يصعب من العملية الاتصالية وربما يفرغها من محتواها ويصعب من القدرة على الوصول إلى أهدافها الأساسية، وعلى هذا الأساس تبنى الكثير من المنظرين السوسولوجين فكرة ضرورة ترتيب الاهتمامات والانشغالات بين المرسل والمرسل إليه من أجل الوصول إلى التوافق الاتصالي الذي بكل تأكيد سوف يعطي للاتصال معنا إيجابياً ويقدم جدوى حقيقية للعملية الاتصالية برمتها، بحيث يكون التناغم المطلق في كل مسارات الاتصال بين الوسيلة الاتصالية والجمهور المستهدف هو الغاية القصوى التي تجعل من كل أطراف العملية الاتصالية محل استفادة ورضاء، ومن هنا انطلقت نظرية وضع الأجندة التي تعتبر دراسة العلاقة التبادلية بين أطراف الاتصال مهمة وضرورية، خاصة وأن وسائل الإعلام لا تمتلك القدرة على الإحاطة بكل ما يجري في المجتمع لذلك تختار ما يلفت انتباه المتلقي ويثير اهتمامه¹، فنجاح هذه العملية مرهون بضرورة معرفة المرسل لما يحتاجه المرسل إليه، بحيث يكون من العبث أن تناقش وسيلة إعلامية قضايا لا تدخل في دائرة اهتمام الجمهور، لكن في المقابل الوسيلة الإعلامية هذه لا تناقش مثل هذه القضايا من منظورات الجمهور ولكن من منظوراتها هي ووفق ما يخدم أجندتها الموضوعية سلفاً، ومن هذا المنطلق فإن الاتصال الناجح لا ينطلق بعفوية ولا يستمر بها وإنما هو في الحقيقة ثمرة عملية لجدول أعمال معد سلفاً أو خريطة طريق يحددها المرسل ليحقق أهدافاً محددة بدقة وواضحة المعالم، فالأولويات مهيئة وما على المرسل إلا أن يشرع في عملية التنفيذ وفق متطلبات الموقف الذي يريد أن يكون عليه المرسل إليه ونوع التوقعات التي ينتظرها منه، أي أن المرسل هو من يصنع رجع الصدى الذي يرد من المرسل إليه، فالأثر الناتج عن الرسالة أو موضوع الاتصال هو تعبير عن إرادة المرسل وليس عن إرادة المرسل إليه، لأن الأجندة المعلنة مسبقاً تقتضي اقتياد المتلقي أو المستقبل نحو ردود أفعال مدروسة ومتوقعة تماماً ولا تخرج عن إطار حماية مصالح الجهات المتحكمة والمستخدم لوسائل الاتصال.

1 - كمال الحاج، المرجع السابق، ص 138 .

إن سيرورة العملية الاتصالية من منظور " ماكسويل ماكومب " و " دونالد شو " تعتمد أساسا على قدرة المرسل في تحويل الرسالة الاتصالية إلى حقائق يقينية لدى الجمهور¹، فالخبر المذاع عبر وسائل الاتصال الجماهيري هدفه صناعة حقائق في المخيال الاجتماعي، إذ ينشأ توافق اجتماعي عام حول مسألة معينة أو حدث معين، ويعمل هذا التوافق العام على توجيه الرأي العام نحو إنتاج تأييد مطلق لتوجهات المرسل والمتحكم في وسائل الاتصال الجماهيري من خلال توجيه الأفراد نحو ما يجب أن يفكروا فيه وما يجب أن يتخذوه من مواقف وما يجب أن يصدر عنهم من تفاعلات وممارسات.

03 - وضع الأجندة المحتوى والتحليل السوسيولوجي:

نظرية وضع الأجندة تنطلق من افتراضات أساسية تتمحور حول الموضوعات الأساسية هي:

- يفترض منذ البداية نشوء علاقة حتمية بين كيفية عرض ونقل المعلومة الاتصالية من طرف المرسل ونوعية الأهمية التي ستحتلها لدى المرسل إليه.

- اهتمام المرسل بموضوع معين يترتب عنه مباشرة أن يصبح نفس الموضوع مهما بالنسبة للمتلقي.

- يعمل المرسل " وسائل الإعلام " على إحداث أثر تدريجي لدى المتلقي².

ومن هنا يتضح أن هذه النظرية لها قدرة كبيرة على توليد التساؤلات العميقة والكبيرة حول أهمية الاتصال بما فيه الاتصال الجماهيري، فيمكننا أن نلاحظ كيف كشفت الغطاء عن تنوع وتعدد الأجندات، فمن جهة نجد أجندة وسائل الإعلام ومن جهة ثانية نجد أجندة الجمهور المتلقي ومن جهة ثالثة نجد أجندة سلطة القرار ومخططي السياسات العامة ومن جهة رابعة نجد أجندة وسائل الإعلام الأخرى المتنافسة فيما بينها، وحتى تتمكن هذه النظرية من بناء فهم دقيق وقريب للحقيقة حول الظاهرة الاتصالية اتجهت نحو دراسة طبيعة العلاقة التي يبنها الأفراد مع محيطهم، أين أكدت أن تعقد المظاهر الحياتية يصعب على الأفراد التعامل المباشر والناجح مع هكذا بيئة، وهنا تتدخل وسائل الإعلام لتؤدي دور الوسيط الذي يفترض منه أن يسهل ويبسط هذه العلاقة ويقويها، وعليه فإن قائمة أولويات وسائل الإعلام تتسق وتتناغم بشكل كبير مع أولويات الأفراد والمجتمع.

إن موضوع العلاقات التبادلية يشكل نقطة ارتكاز نظرية وضع الأجندة، فبروز قضية معينة لدى الجمهور كقضية أساسية ومحورية يعني بروزها كقضية مهمة بالنسبة لوسائل الإعلام، وبروز قضية معينة كقضية محورية لوسائل الإعلام يعني بروزها كقضية مهمة بالنسبة للجمهور، وعليه لم تعد العملية الاتصالية مجرد نقل مستمر وممنهج لمعلومات ومواد فكرية ما بقدر ما هي ظاهرة متكاملة تصنع أفكار الناس وأدواقهم ومواقفهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم، ومن هنا يكون الموضوع الأساسي للأجندة الإعلامية هو بناء الوعي وتكريس مفهوم معين حيال قضية ما، ثم الانتقال إلى محاولة تكريسها في وجدانهم ومخيلهم، وفي الأخير ترجمة كل هذا في ممارسة اجتماعية تخدم الاتجاه العام للمؤسسة الإعلامية³.

1 - نسرين حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، منشورات شبكة الألوكة الإلكترونية، تاريخ النشر 2015، تاريخ الإطلاع 2022\05\02، ص 19 - 20 .

2 - أحمد بشير الغول، نظرية ترتيب الأولويات - الأجندة - بين النشأة والتطور، مجلة كلية الآداب، جامعة الزاوية، ليبيا، العدد الثاني، ديسمبر 2016، ص 10 .

3 - نسرين حسونة، المرجع السابق، ص 11 .

و على العموم وبحسب " غلادي انجل لانغ " فإن المشروع الأساسي بالنسبة لنظرية وضع الأجندة هي مسابرة الرأي العام للموقف السياسي العام، وعلى هذا فإن التحليل السوسولوجي للعملية الاتصالية سيأخذ إستراتيجيتين أساسيتين، أولهما هي دراسة القضايا التي تثير وسائل الاتصال مع الجمهور في فترة زمنية واحدة، وثانيهما دراسة القضايا التي تثيرها وسائل الاتصال مع الجمهور في فترات زمنية مختلفة، وباستخدام أداة تحليل المحتوى لتفكيك المادة الاتصالية سوف نتمكن من الوصول إلى إدراك علمي حقيقي لأجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور¹.

04 – نقد وتقييم:

أ – تعد نظرية الأجندة واحدة من النظريات التي اهتمت بطبيعة العلاقات المفترضة بين الأطراف الاتصالية، بحيث تركز على أن الاتصال عملية تنظيمية توافقية يتبادل فيها الأطراف المعنيين به الاهتمامات، ومن هنا تكون العملية الاتصالية عملية مقصودة بترتيبات محددة سلفا تتضمن المواضيع والانشغالات الأكثر أهمية بالنسبة للمتلقى، وقد تساعد هذه النظرية في فهم طبيعة العمل الإعلامي والصحفي على وجه التحديد، ذلك أن فهم ما يحتاجه الجمهور يضمن لوسائل الإعلام المزيد من الفاعلية في بناء الرأي العام ويسمح للجمهور من تحقيق الإشباع التي يريدونها.

ب – ومما يسجل على نظرية الأجندة أنها تحول العملية الاتصالية إلى عملية إدارية آلية تهدف لاختراق الرأي العام، بحيث لا يمكن تعميم تحليلاتها على جميع الأنماط الاتصالية، فالاتصال الاجتماعي لا يحتاج إلى ترتيبات وتوافقات قبلية، بل هو عملية إنسانية فطرية وتكون عفوية في الكثير من حالاتها، أما القول بفكرة الأجندة فهي لا تتم بنفس الطريقة التي توحى بها هذه النظرية، فوسائل الإعلام هي وحدها المعنية بفكرة الأجندة والسعي لإدراك حاجة الجمهور، في حين أن هذا الأخير فهو في حالة أريحية مادام يمتلك حرية الاختيار بين وسائل الإعلام الكثيرة والمتنوعة وهو يدرك مسبقا الوسائل التي تشبع حاجاته فينتجه إليها مباشرة دون العودة إلى أجندة معينة.

ج – كما يلاحظ على نظرية الأجندة أنها جعلت من الرأي العام مؤثرا مباشرا على وسائل الإعلام وهو من يحدد أجندتها وهو من يرسم خطوطها العريضة، وهنا تكون وسائل الإعلام في حالة تبعية ملحوظة للرأي العام ومرتبطا كليا بما يحتاجه، مما يعني أن وسائل الاتصال الجماهيري في هذه الحالة لا تتمتع بالاستقلالية وليست حرة في اختيار توجهاتها ومواقفها، وهذا يتضارب إلى أبعد مع الواقع الذي يؤكد أن وسائل الإعلام الحديثة تمتلك مشاريع سياسية واقتصادية وثقافية ودينية وهي في غالبيتها تابعة للمؤسسات وشركات كبرى.

¹ -ليلي بولكيببات، صورة السلطة في رئاسة 2009 في الصحافة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2009 – 2010 ، غير منشورة، ص 51 .

المحاضرة الثالثة عشر

نظرية حارس البوابة

عناصر المحاضرة:

- 01 – مدخل.
- 02 – حارس البوابة: البدايات والمرجعيات الفكرية.
- 03 – مجهودات " كرت لوين " والميلاد الحقيقي لنظرية حارس البوابة.
- 04- تمدد أفاق نظرية حارس البوابة مع " كلود إيلوود شانون ".
- 05 – نقد وتقييم.

01 – مدخل:

تشير هذه النظرية إلى مفهوم الرقابة على العملية الاتصالية، التي تفرضها جهة ما أو سلطة معينة نافذة في واقعها الاتصالي الموجودة فيه، تفرض هذه السلطة المادية والمعنوية إرادتها على محتوى الرسالة وكيفية إخراجها وما يجب أن يصل إلى المتلقي، غير أن الموضوع الأساسي لنظرية حارس البوابة يتجاوز المعنى الرقابي إلى مظهرات الفكرية والثقافية التي تكون عليها العناصر الفاعلة سواء على مستوى البنية النفسية أو البنية الاجتماعية وكيفية تحقيق التفاعل المطلوب بين سلاسل الاتصال.

02 – حارس البوابة: البدايات والمرجعيات الفكرية:

التحليل الأولي للعملية الاتصالية سواء في صورتها الاجتماعية الإنسانية الصرفة أو في صورتها الإعلامية تمر عبر مراحل عديدة ومتباينة، وتتدخل فيها شخوص مادية ومعنوية عديدة ومختلفة في أدوارها ومكانتها وسلطتها، مشكلة بذلك حلقات مترابطة تتجلى في شكل سلسلة اتصالية تساندية تخدم بعضها البعض، وعلى هذا الأساس حاول الكثير من السوسيولوجيين معرفة كيف تعمل هذه السلسلة وكيف تتمكن من الحفاظ على تساندها، بحيث تؤدي وظيفتها بالوجه المرغوب الذي يرضي العناصر المتواصلة.

و في هذا المستوى التحليل الأولي تبرز دراسات " روستن " عام 1937 حول المراسلين الصحفيين تحت عنوان " مراسلو واشنطن "، والتي تناول فيها طرق وكيفيات التفاعل التي يبديها المراسل الصحفي مع المعلومة التي هو بصدد نقلها وكيف تؤثر على رجع الصدى لديه، من حيث هل ينقل الخبر كما هو وهل يحوره بالزيادة أو النقصان وهل يستعجل في نقله أم يؤخره لوقت محدد يراه مناسباً أكثر لأغراض معينة وهل هذه الأغراض يحددها هو أم يحددها غيره؟¹، مما يعني أن الحالة النفسية والاجتماعية والمهنية تشكل مراحل رقابية متداخلة ومؤثرة بشكل واضح، كما تفيد بأن الحالة النفسية تشكل حارس بوابة أولي حقيقي يسبق أي سلطة أخرى، مما يعطي للعملية الاتصالية بعداً يعكس الحالة النفسية قبل الحالة الاجتماعية للمراسل الصحفي، وهذا يؤدي في النهاية إلى تحقيق تفاعل تواصل ينفذ مباشرة بالضغوط النفسية التي يكون عليها هذا المراسل الصحفي أو ذلك.

و هنا نلمح معنيين أساسيين في العملية الاتصالية هما الترابط التسلسلي بين حلقات الاتصال و الذي من المفترض أنه ترابط تفاعلي وليس إداري أو تنظيمي فقط، بمعنى أن العملية الاتصالية لا تنقل الخبر والمعلومة فحسب وإنما تنقل أيضاً وجهة نظر معينة في كيفية فهم الخبر وتحليله وتصديقه ومدى تأثيره في أي حلقة من حلقات الاتصال وحالة الضغط التي تكون عليه أي حلقة، أما المعنى الثاني فيتمثل في احتمالية وصول المعلومة بغير الشكل والمعنى والمحتوى والحقيقة التي حدثت بها فعلياً على أرض الواقع، الأمر الذي يجعل من عملية السيطرة على كل حلقات السلسلة الاتصالية أمر بالغ الأهمية والحساسية مما يعطي فكرة واضحة على معنى التساندية، وبهذا الشكل سوف تتبلور فيما بعد نظرية حارس البوابة بدقة أكثر ونضوج أكبر.

03 - مجهودات " كرت لوين " والميلاد الحقيقي لنظرية حارس البوابة:

حتى وإن اهتم " كرت لوين " كثيراً بالاتصال الجماهيري والإعلامي وأغفل كلياً الاتصال الشخصي المواجهي فإنه يعتبر الأب الروحي والحقيقي لنظرية حارس البوابة بكل توجهاتها ومواقفها الفكرية والتحليلية، فقد غير مفهوم الحلقات التسلسلية للعملية الاتصالية واستبدله بمفهوم البوابات الاتصالية، بمعنى أن الخبر الإعلامي حتى يتصدر العناوين الإخبارية في مختلف وسائل الإعلام عليه أن يمر عبر بوابات كثيرة لا يشترط فيها أن تكون رقابية دائماً، لكنه في كل بوابة يتعرض إلى تأثيرات معينة ودقيقة دون أن يتغير جوهره الحقيقي، أي أن " كرت لوين " يتصور بأن وظيفة البوابات ليس رقابياً محضاً وإنما فهم القرارات التي يتخذها حارس البوابة والتي يريد من خلالها بناء إخراج وتوليفة معينة للخبر لمصلحة معينة قد لا تتعلق تماماً بموضوع الخبر ولكن بغرض تغيير عادات الناس وتحقيق الالتزام بقرارات الجماعة واتجاهاتها وديناميتها.²

1 - محمد جاسم فليح الموسوي، المرجع السابق، ص 18 .

2 - فوادة عبد المنعم البكري، الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال، دار عالم الكتب، بيروت، د ط، د ت، ص 132 .

04 - تمدد أفاق نظرية حارس البوابة مع " كلود إيلوود شانون "

أ - توطئة:

شكلت التطورات السياسية والتكنولوجية في الغرب والتي حولت الاتصال إلى حالة تقنية مرمزة يمكن التحكم فيها مسبقا وتصحيح أخطائها ومنحها السرعة المناسبة والقدرة على التأثير في عادات الناس وعقولهم¹، شكلت منعرجا تاريخيا حاسما تغيرت فيه جذريا أنماط الحياة وتحول المجتمع إلى النموذج الاستهلاكي بكل ما يحمله المفهوم من معنى، بما في ذلك استهلاك الثقافة الديمقراطية التي تتناح عن حقوق الإنسان والحق في المعلومة والحق في الاختلاف، شكلت هذه التغيرات منعرجا حاسما وعميقا في تاريخ الاتصال، وإعادة نسج مفهوم جديد له يرتبط أساسا بصناعة الرأي العام والقدرة على التأثير في الجماهير وقيادتها لصالح الرأسمالية المهيمنة، وتحويلها على الدوام كأدوات لخدمة القوى المسيطرة سياسيا واقتصاديا وثقافيا، ومن هنا شكلت نظرية حارس البوابة نسقها التحليلي الجديد للظاهرة الاتصالية الإعلامية مع " شانون " بحيث يشتغل حارس البوابة وفق نمطية جديدة توهم بوجود الحرية وحماية الحقوق.

ب - " شانون " والمعنى الجديد لحارس البوابة:

يستخدم " شانون " مفهوما جديدا وهو مفهوم التقوية والذي يمثل الهدف الاستراتيجي للعملية الاتصالية برمتها، إذ يتصور منذ البداية أن الإعلام لا يقوم بدور نقل المعلومة فقط، وإنما وظيفته الأساسية هي صناعة زخم معين ومدروس حولها وتحديد مدى قابلية التجاوب معه من طرف المتلقي، بمعنى صناعة وضعية معيارية تؤثر بدورها على شبكة العلاقات الاجتماعية²، وبشكل آخر العملية الاتصالية يجب أن تتضمن بالأساس وضع معنى محدد للمعلومة أو الخبر بحيث يكون هذا المعنى قابل للإنتشار والتأثير في المتلقين و يتدخل مباشرة في تكوين توجهاتهم وقناعاتهم ومواقفهم حيال موضوع الخبر، الأمر الذي يفيد بأن مهمة حارس البوابة تتمثل في إعادة بناء وصياغة الخبر حتى تجد مسلكها السهل والسلس الذي يمكنها من تحقيق الذي يراه هو مناسباً، وهذا يتطلب من حارس البوابة ضرورة التمكن والقدرة على فك الرموز وتحليلها تحليلا جيدا وعميقا ثم إعادة بناء رموز أخرى بما يتوافق مع الأهداف.

وهنا يتصور " شانون " أن المتلقي للرسالة الإعلامية يشكل عنصرا أساسيا في أي عملية إعلامية فهو من يفرض على حارس البوابة نشاطه وهو من يحدد نوعية تدخلاته، فبحسب الخصوصيات الاجتماعية والثقافية والسياسية والإيديولوجية يتوجه تفكير وتخطيط حارس البوابة، ومن هنا فإن المتلقي لا يعتبر مستهلكا فقط بل هو ضاغط حقيقي على سلطة الإعلام، فكلما كان هذا المتلقي ذكيا ويقضا وواعيا ومثقفا ومنخرطا في الشأن العام كلما كانت مهمة حارس البوابة صعبة وحساسة ودقيقة وملغمة ونتائجها غير مضمونة، وعلى هذا الأساس يفترض " شانون " ضرورة نسج شبكة نموذجية من العلاقات بين حارس البوابة والمتلقي يراعى فيها طبيعة التشويش المحتمل³، وهي علاقات تأثيرية متبادلة تعمل في اتجاهين متعاكسين في الاتجاه ومتقابلين في التأثير، بحيث تمر الرسالة من حارس البوابة إلى المتلقي وينتقل رجع

1 - جون بيرس، مقدمة إلى نظرية المعلومات - الرموز الاتصالات و الضجيج - ترجمة فايز فوق العادة، منشورات وزارة الثقافة السورية، دمشق، د ط، 1991، ص 349 .

2 - بيرنار مبيج، المرجع السابق، ص 15 .

3 - هشام رشدي خير الله، المرجع السابق، ص 78 .

الصدى من المتلقي إلى حارس البوابة ليفككه ومن ثم يتطور الخبر أو الرسالة الاتصالية بما يتوافق مع تحقيق الأهداف المحددة والمتمثلة غالباً في إعادة بناء مواقف وأذواق واتجاهات المتلقي.

ويرى " شانون " أيضاً أنه في المجتمعات الغربية المعاصرة التي تسيطر فيها الآلة الإعلامية الجماهيرية بشدة على مصادر المعلومة وتتصارع فيها من أجل الربح المادي والسيطرة الاقتصادية بواسطة الحصول على مزيد من الإشهار وتمديد الروح الاستهلاكية في نمط الحياة، في مثل هذا الوضع يزداد نفور الأفراد من هذا الإعلام ويبدأ هؤلاء الأفراد في بناء نموذجهم الاتصالي المواجهي بعيداً عن نفوذ وهيمنة الاتصال الجماهيري، و يتجه البعض الآخر من الأفراد بصناعة سلاسلهم الاتصالية الخاصة القائمة على الإشاعة وعدم التحقق من صدقية المعلومة ويشرع في تبادلها ونقلها، وكلما تنقل يتم تحويلها وتغييرها بشكل يخالف منطلقها الذي ظهرت به أول مرة، ومن هنا فإن التأثير على سلوك المتلقي يفرض أن تكون الرسالة في الاتجاه المطلوب¹، فحتى في عملية الاتصال المواجهي الشخصي فإن حارس البوابة يتدخل ويمارس مهامه ويكون في الغالب فرداً على مقدره واضحة.

ج - النموذج الشكلي:

بعد هذا اقتراح " شانون " بنية عامة لنظام الاتصال يتصور فيها أن نقطة الارتكاز الأساسية في أي عملية اتصالية هي كيفية إعادة إنتاج الرسالة الاتصالية بطريقة دقيقة أو تقريبية من نقطة ما مختارة ونقلها إلى نقطة أخرى، ففي هذه البنية الخطية من الضروري التشدد في اختيار أقطاب الاتصال من البداية إلى النهاية، بحيث نتمكن منذ البداية من معرفة تكلفة العملية الاتصالية ومعرفة نجاعتها مسبقاً قبل الخوض فيها بالنسبة لكل وحدات هذا النسق، وتشكل هذه النجاعة أهمية خاصة في ظل الاضطرابات وحالات التشويش على وسائل الاتصال المعروفة، ويركز " شانون " على نسق التشويش الذي يحدده بكل ما يمكن أن يمنع التوافق والتناغم بين قطبي الاتصال²، وبالتالي سوف يصعد بشكل غير مرغوب في تكلفة الاتصال ويحوطه إلى حالة من فقدان النجاعة، فإذا أردنا تخفيف تكلفة الاتصال إلى أدنى حد ممكن لها وجب علينا نقل الإشارات المناسبة بأقصر شكل وبأقل فترة زمنية كانت مع امتلاك القدرة على تجاوز التشويش.

فالعلمية الاتصالية حسب " شانون " هي نموذج شكلي من العلاقات من جهة والاستجابات من جهة بين الأفراد والمؤسسات والآلات، بحيث تمكن هذه التركيبية من استمرار الاتصال، فهذا الأخير يتأثر بظواهر عشوائية تقع بين مرسل حر في اختيار الرسالة التي يريد، والمرسل إليه الذي يتلقى الرسالة في سياق تكثر فيه الإكراهات.

05 - نقد وتقييم:

أ - مما لا شك فيه أن نظرية حارس البوابة فتحت أفاقاً جديدة في الدراسات العلمية المخصصة للإعلام والاتصال، من خلال تمكينا من معرفة آليات سير المعلومة الاتصالية والمسارات التي تسلكها انطلاقاً من المرسل وصولاً إلى المرسل إليه، وأهم الأبواب التي تطرقها وكل التحوير والتغيرات التي تطرأ عليها عند كل باب تلجه، ليتم الكشف عن السلاسل الخفية التي تتحكم في الأخبار والمعلومات، وتعمل على

¹ - عبد الفتاح عبد النبي، المرجع السابق، ص 112 .

2- Jean François Dortier, la communication. Omniprésente mais toujours imparfaite, dans la communication état des savoirs, sciences humaines éditions, p 15, 2008 .

توجيهها وفق ما يتناسب مع المتحكم في الأبواب الاتصالية، وهنا يبرز دور هذه النظرية ليس في كشف الممارسات الرقابية على الإعلام والاتصال فقط، ولكن في الكشف عن كفاءات إدارة الاتصال وتغيير المعلومات عن محتواها الحقيقي وممارسة التضليل في حق الجمهور بما يخدم القائم بالاتصال ومن يقف خلفه فقط، فالشكل الاتصالي الحالي يعمل على تنميط الرأي العام وتسطيح معلوماته وتحويله إلى متلقي ساذج لا يملك آليات التحليل والتفكيك والنقد ومن ثم يسهل استخدامه وتوظيفه فيما يخدم المصالح السياسية والاقتصادية للجهات التي تتحكم في الإعلام والاتصال الحالي، كما تمكنت نظرية حارس البوابة من إيجاد نموذج واضح للاتصال المعاصر والذي يرتكز بالأساس على اختيار أقطاب الاتصال وتبويب الجمهور المتلقي، ومن ثم التركيز على نجاعة المعلومة وتكلفتها المادية والمعنوية وقدرتها على تجاوز مصادر ومحاولات التشويش وصولاً إلى تحقيق أهدافها.

ب – لكن مما يأخذ على هذه النظرية أنها لا توضح تماماً علاقة المرسل إليه بالمرسل ومن يؤثر حقيقة في الآخر، فإذا كان المراسل الصحفي مثلاً لا يختار إلا المعلومات التي يريدتها الجمهور وتشغل باله، فهذا يعني أن الجمهور هو المتحكم وهو من يفرض طبيعة المسار الذي على وسائل الإعلام أن تأخذه، وإذا كان حارس البوابة يتلاعب بالمعلومة ويعيد تشكيلها قبل أن تصل للجمهور فهذا يعني أنه متحكم خفي، وهذا الإشكال لم تتمكن نظرية حارس البوابة من حله، فهي تفترض وجود علاقة سيطرة بين الطرفين دون محددات تحليلية متكاملة.

ج – نلاحظ في الكثير من مستويات التحليل لدى نظرية حارس البوابة أنها تحاول استبدال مفهوم الرقابة بمفاهيم غير دقيقة كمفهوم إعادة صياغة الخبر وهي محاولات للإبقاء على صورة الإعلام الغربي والأمريكي الحر والمستقل، ففكرة البوابات تعني الرقابة الفوقية التي تلغي فكرة الحرية التي تشكل الوعاء الأساسي الذي تتم فيه كل العمليات الاتصالية والإعلامية.

د – كما أن هذه النظرية لم توضح كيف تعمل الأبواب والسلاسل الاتصالية في ظل التنافسية الإعلامية الكبيرة والمتفاقمة، وفي وضع عالمي يتميز بالتكاثر الشديد لوسائل الإعلام المتقلبة وتنافسيتها الشديدة وغير القانونية والأخلاقية في الكثير من الأحيان وتغليبها للجانب الربحي وفرط استخدامها للإشهار السلعي كمادة إعلامية اتصالية أساسية واستراتيجية، وما يزيد الأمر تعقيداً هو ظهور الإعلام الافتراضي الذي تجاوز كل الحدود الرقابية ومحاولات السيطرة، وأمام هذا الوضع المعقد يصعب عمل حارس البوابة وقد يتعدد الحراس وتختلف أهدافهم وطرقهم وهذا ما لم تشر إليه هذه النظرية.

المحاضرة الرابعة عشر:

نموذج التأثير المباشر

تأثير الدعاية عند " هارولد لازوال "

عناصر المحاضرة:

01 - مدخل.

02 - التأثير المباشر: البدايات الأولى

03 - تأثير الدعاية، المفاهيم والتحليل

04 - نقد وتقييم.

01 - مدخل:

انخرطت الكثير من الدراسات السوسولوجية في تيار البحث عن التأثيرات المحتملة لوسائل الإعلام على توجهات الأفراد ومدى قدرتها في حشد الجماهير حيال موقف معين، ذلك أن التوجهات المادية للمجتمعات المعاصرة التي تربط فعل اجتماعي بعقيدة ربحية وفعالية محددة لا تقبل الانخراط في أي فعل اجتماعي مكلف من حيث المال والوسائل والوقت دون أن يكون ما يترتب عنه أكثر قيمة وأكثر مردودية، وفي ظل

هذا التحول في التعامل مع الاتصال ظهرت نظريات التأثير المباشر التي حاولت فهم الاتصال من خلال تأثيره المباشر والمحتمل.

02 – التأثير المباشر: البدايات الأولى:

يعود تاريخ المفاهيم الأولى لهذه النظرية لكتابات هارولد لازوال (1902 – 1978) الذي انشغل كثيرا بدراسة تقنيات الدعاية خلال الحرب العالمية الثانية، حيث قدم قراءة علمية دقيقة لها وتمكن من الوصول إلى استخلاصات مهمة، حيث أكد على أن معرفة من يقول وماذا يقول تعد ضرورية جدا للتمكن من استيعاب دينامية الاتصال ومنطقية الإعلام¹، فقد أظهرت الحرب أهمية الاتصال ووظيفته الحساسة التي بوسعها تغيير المعطيات وقلب الموازين وترجيح كفة جهة معينة على حساب جهة أخرى، فهي سلاح استراتيجي فريد بمقدوره أن يغير المعطيات في الواقع من خلال قلب الفئات وتجييش الرأي العام لصالح موقف سياسي وعسكري مرغوب، وهنا يستخدم " لازوال " لأول مرة مفهوم إدارة الرأي العام، سواء تعلق الأمر بالرأي العام في الدول الحليفة أو الرأي العام في الدول المعادية، لهذا لاحظ أن من يتقن صناعة وسائل اتصال جديدة ومعاصرة مثل الهاتف والإذاعة والتلفزيون ويحسن استخدامها في الظروف والبيئة الاجتماعية المناسبة بوسعه أن يحقق تقدما ميدانيا.

وقد اعتبر " لازوال " أن الدعاية الإعلامية تتفق وتنسجم تماما مع التوجهات الديمقراطية التي تبنتها المجتمعات المعاصرة والولايات المتحدة على وجه التحديد، فالدعاية تشكل الآلية المثالية والوحيدة القادرة على تعزيز الانتماء والولاء لدى الجماهير دون عنف أو سلب الحريات، كما أنها اقتصادية وغير مكلفة بالقياس إلى الوسائل الدكتاتورية والأمنية والعنيفة، غير أنه يستدرك ليشير إلى أن الدعاية الإعلامية تستخدم في قضايا مشروعة وغير مشروعة وأخلاقية وغير أخلاقية، لكن الأمر متعلق هنا بالمستخدم وليس بالتقنية في حد ذاتها، والنموذج الدعائي النازي خير دليل ومثال على هذا الأمر.

03 – تأثير الدعاية، المفاهيم والتحليل:

يرى " لازوال " أن الحرب العالمية الثانية كرسست وإلى الأبد أهمية الدعاية الإعلامية في الحياة الاجتماعية وتغلغلها النهائي في أنساقها الثقافية والاقتصادية والسياسية، وأكد أن المزاج الشعبي الأوروبي اعتبر أن هزيمة ألمانيا النازية على كل الصعد كانت في جزء كبير منها بفعل العمل الدعائي لدول الحلفاء، وهنا يستخدم " لازوال " لأول مرة مفهوم **تشبيء الجماهير**، بحيث يتعرض الجمهور الواسع إلى ضغط المعلومات والصور والخطابات التي تنقل حمولة إيديولوجية وثقافية ثقيلة جدا بوسعها التلاعب بعقول الناس وغسل أدمغتهم والتعامل معهم بمنطق الحاجة التي تقتضيها المرحلة، وأكد أن الدعاية الإعلامية تعمل وفق مبدأ **الإبرة والمخدر** وهو مفهوم نحتته لازوال ليشير به إلى قدرة الدعاية الإعلامية في تحقيق تأثيرات مباشرة وسريعة على المجتمعات، بحيث بمجرد تلقي المعلومة أي الإبرة ستبدأ مباشرة في العمل والتأثير أي التخدير الذي يغير سلوكيات الناس تجاه أي موضوع كان، وحتى تكتمل نتائج الدعاية يؤكد " لازوال " أن الخطاب الدعائي يتوجه أكثر نحو إحداث التأثير لدى الجماهير لذا من الضروري دراسة مضمون الاتصال لمعرفة التأثيرات النفسية والعاطفية على مستوياتهم الفكرية ومواقفهم وآرائهم²،

1 - نضال فلاح الضلعين وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، ط 01 ، 2016 ، ص 143

2 - أرمان وميشال ماتلار، المرجع السابق، ص 51 .

لذلك من الضروري جلب المتلقين نحو الغرائز والميولات والعواطف نظرا لحساسيتها وقدرتها في تطويع الأفراد ولسهولة التأثير فهم عبرها.

و في كتابه الثاني " علم النفس المرضي والسياسة " يؤكد " لازوال " أن الدعاية الإعلامية تمكنت من إنتاج نمط جديد من الممارسات وحتى من الشخصيات السياسية، بحيث أن نجاح العمليات الانتخابية وتمكن شخصيات شعبية من الوصول إلى سدة الحكم لم يكن ليحدث عمليا لولا قوة التعبئة الجماهيرية التي مورست بتقنيات جديدة تتجاوز الإعلام التقليدي واستخدام تقنيات سبر الآراء وتفعيل التواصل المباشر والاتصال الشخصي، ولعل انتخاب روزفلت في أمريكا كانت نقطة الانطلاق الحقيقية لهذا النمط من الدعاية الإعلامية الجديدة، الأمر الذي قاد " لازوال " إلى القول بأن تقنيات الاتصال لا تستطيع أن تحقق أهدافها ما لم تواكب التطورات الاقتصادية وموجات التطور المختلفة، وهنا يستخدم مفهومه الأساسي والمحوري الثالث وهو مفهوم " اهتمامات العالم " بمعنى أن الدعاية الإعلامية لن تتمكن من تحقيق التأثير المباشر المرغوب دون معرفة حقيقة الحاجة المعاصرة والمتجددة التي تحتاجها الجماهير الواسعة التي أصبحت تميل أكثر إلى الاستهلاك، وهنا على القائم بالاتصال أن يكون واعيا بالتغيير الذي يطرأ على الجمهور والمتغيرات العديدة التي تتحكم فيه، لذا فإن التغيير المنشود لا يكون طفرة فورية وإنما هو ظاهرة تراكمية!

04 – نقد وتقييم:

أ – ساهمت محاولات "لازوال" في كشف النقاب عن فكرة صناعة الرأي العام، وما يترتب عن ذلك من عمليات اتصالية ونمذجتها وفق منهجيات وسياسات يختارها المرسل بغرض إحداث الأثر المراد الوصول إليه، وقد تمكن "لازوال" من التعرف عمليا على أهمية الاتصال المباشر في الوصول إلى بناء قنوات معينة لدى الرأي العام خاصة أثناء الحملات الانتخابية المحتمة، الأمر الذي يشير إلى أن وسائل الإعلام والاتصال الكبرى حتى وإن كانت مؤثرة وواسعة الانتشار إلى أنها في بعض المواقف والظروف لا تستطيع أن تتغلب على الاتصال الشخصي والمواجهي لأنه اتصال يرتب ماديا بالرأي العام ويتلمس بالمعاني الميدانية مشاكله وطموحاته مما يجعله الأكثر تأثيرا والأكثر واقعية، فهذا النموذج التحليلي أعاد للاتصال خاصيته الإنسانية العامة، كما أنه كشف الغطاء عن كل العناصر الاتصالية من خلال الاهتمام بالمرسل والمرسل إليه وموضوع الاتصال وأدواته وما يعترضه من مشكلات وكيفية التخلص منها.

ب – غير أننا نسجل على هذا النموذج ارتباطه التام بطبيعة وخصوصيات المجتمع الأمريكي وطبيعة تجربته السياسية، بحيث لا يمكن تعميمه على أنه نموذج إجتماعي إنساني قابل للتطبيق في أي بيئة اجتماعية، فالسياقات التاريخية والسياسية التي اشتغل "لازوال" بتحليلها جعلت هذا النموذج مرتبطا ببيئة اجتماعية وسياسية محددة ومرتبطة أيضا بحدث سياسي محين زمانيا ومكانيا، مما يجعله نموذجا ذاتيا يمثل الحياة الاجتماعية الأمريكية فقط.

ج – إن فكرة الدعاية التي انطلق منها "لازوال" في بناء نمودجه الاتصالي تجعل منه نموذجا مرتبطا بالاتصال الجماهيري أكثر منه بالاتصال الشخصي المواجهي، بمعنى أنه سوف يتحول في الكثير من جوانبه إلى نموذج نخبوي يستخدم لأغراض محددة وليس لإغراض اتصالية بحتة، الأمر الذي يجعله يتميز بالتصنع والتكلف في معرفة حاجيات الرأي العام ومحاولة إشباعها وفق مقتضيات القائم بالاتصال،

1 - عبد الفتاح عبد النبي، المرجع السابق، ص 37 .

فالاتصال هنا يكون سلوكا اجتماعيا اصطناعيا ومنتجا ماديا مثله مثل أي سلعة تنتج لغرض مادي وربحي محض.

المحاضرة الخامسة عشر

نموذج الخطوتين أو الاتصال على مرحلتين

كاتز ولازار سفيد

عناصر المحاضرة:

01 – مدخل.

02 – الإعلام وصناعة قادة الرأي.

03 – الإعلام والسلوك الاتصالي البعدي.

04 – نقد وتقييم.

01 – مدخل:

شكل الواقع السياسي للولايات المتحدة الأمريكية في مرحلة الأربعينات مناخا خصبة لإجراء العديد من الدراسات السوسولوجية لمحاولة فهم المرحلة التاريخية الحاسمة التي كانت تمر بها أمريكا حينها، ومم أهم هذه الدراسات تلك المحاولة البحثية الميدانية التي قام بها "كاتز" و "لازار سفيلد" حول تأثير الدعاية الإعلامية في تحديد التوجهات الانتخابية للناخب الأمريكي، حيث تباينت المعلومات والمعطيات التي حاولت تحليل هذا الموضوع، غير "كاتز" و "لازار سفيلد" انتهى بهما العمل إلى التأكيد على أهمية صناعة قادة الرأي في الأوساط الاجتماعية المختلفة وهم الذين سيتكفلون فيما بعد بتوجيه الرأي العام، وذلك من خلال طرق دعائية مختلفة، وهنا من الضروري الإشارة إلى أن التأثير الإعلامي لا يرتبط كليا بالوسائل الإعلامية التقليدية وإنما يرتبط بكفاءة قادة الرأي وقدرتهم على التسلل إلى عقول الجماهير ومعرفة حاجياتها ومن ثم العمل على إعادة صياغة قناعاتها خاصة في المجال الانتخابي وهذا ما سنعمل على توضيحه أكثر في المراحل القادمة.

02 – الإعلام وصناعة قادة الرأي:

لعل أكبر ما جاءت به دراسة "لازار سفيلد" هو تلك التأكيدات على أن الدعاية السياسية لا تحقق أهدافها بوسائل الإعلام وحدها بل لابد من الاتصال المباشر¹، لقد أكدت الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة لعام 1940 أهمية إدارة الاتصال والانسيايية في استخدام الدعاية الإعلامية بطرق مبتكرة، فعلى الرغم من الحملات الإعلامية المكثفة التي استخدمتها كبريات وسائل الإعلام الأمريكية ذات الانتشار الواسع والتأثير الكبير ضد ترشح "روزفلت" نظرا لكبر سنه وحالته الصحية وتوقع الكثير عدم قدرته على إدارة البلاد في ظل تأجج الحرب العالمية الثانية، إلا أن النتائج النهائية جاءت مخالفة للتوقعات ومخيبة لأمال قادة وسائل الإعلام الأمريكية، حيث فاز روزفلت بالانتخابات الرئاسية الأمريكية، الأمر الذي ساهم في طرح الكثير من الأسئلة حول طبيعة الحملة الانتخابية التي أدارها الرئيس الفائز وخصوصية الدعاية الإعلامية التي مارسها فريق حملته الانتخابية، وكذا ماهي القوة الحقيقية لوسائل الإعلام التقليدية وقدرتها الفعلية في الإنفراد بالرأي العام وبناء قناعاته المختلفة، وفي هذا الصدد تتبع "لازار سفيلد" المنهجية الاتصالية الدعائية التي استخدمها "روزفلت" محاولا اكتشاف الطرق الأكثر تأثيرا في الجماهير والقادرة أكثر من غيرها على استمالة الجماهير، وقد أجرى دراسته على عينة انتخابية في منطقة "إيري كاونتي" بولاية "أوهايو" وقد اعتمدت دراسته على تفكيك وتحليل الخطاب الانتخابي والرسائل الإعلامية التي قدمتها الصحف والمجلات، وشملت دراسة مراقبة مواقف وأراء مجموعة من الناخبين قبل وأثناء الحملات الانتخابية²، و بعد المتابعات وعمليات التحليل خلصت دراسته إلى النتائج الأساسية التالية:

أ – تحتاج عمليات صناعة الرأي العام الانتخابي إلى جهودات جماعية منظمة ومنسقة، لأن الناس الذين يعيشون أوضاعا معيشية واجتماعية متقاربة تجمعهم عادة مشاعر واحتياجات متقاربة، وينعكس ذلك على مواقفهم واتجاهاتهم وآرائهم، لذلك غالبا ما ينخرطون في نفس التوجهات السياسية والحزبية والانتخابية.

ب – شكل الاتصال الشخصي المواجهي عصب العمل الاتصالي الذي شكل مواقف الناخبين وأسس لاختياراتهم السياسية، لأنه قادر على بناء اتصالات وحوارات مباشرة تمكن الناخب من إيصال صوته وتمكن المترشح كذلك من شرح برنامجه وصناعة رأي عام مؤيد له.

ج – كشفت الدراسة أن كل جماعة تحتوي على أفراد مميزين في الاتصال والتأثير والإقناع وأكثر حيوية وفاعلية من غيرهم، وهم كذلك أكثر تتبعا لوسائل الإعلام وكثيرا ما ينقلون ويشرحون محتوى الرسائل الإعلامية إلى جماعتهم، وهم من يمكن أنسميهم **بقيادة الرأي**، حيث يتولون مهمة قيادة محيطهم الاجتماعي والمهني القريب.

د – تبين الدراسة كلك وبشكل واضح أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة لا يأخذون معلوماتهم مباشرة من وسائل الإعلام التقليدية المعروفة، وإنما يأخذونها من اتصالهم بقيادة الرأي داخل جماعتهم التي ينتمون إليها، كما يمكن لقادة الرأي والأتباع داخل نفس المجموعة أن يتبادلوا الأدوار بحسب الظروف والأوضاع، فقائد الرأي في المجال السياسي ليس هو قائد الرأي في المجال الرياضي ولاقتصادي مثلا.

¹ غي دورندان، الدعاية والدعاية السياسية، ترجمة رالف رزق الله، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط 02 ، 2002 ، ص 21 .

² - حسن عماد مكايولي وليلى حسين السيد، المرجع السابق، ص 251 .

ه - تؤكد الدراسة على حقيقة أن المعلومة الاتصالية تنتقل على مرحلتين نظرا للعلاقات الاجتماعية المعقدة والمتداخلة بين أفراد المجموعة التي تعتبر حالة اتصالية دائمة، وعلى اعتبار التواصل الدائم بين وسائل الإعلام وقادة الرأي من جهة وتواصل قادة الرأي وأفراد جماعتهم من جهة أخرى¹.

03 - الإعلام والسلوك الاتصالي البعدي:

إن نموذج انتقال المعلومة الاتصالية عبر مرحلتين تعكس بإلحاح أهمية الطريقة والكيفية التي يتم بها فهم واستيعاب المعلومة الاتصالية، بحيث تعتبر الطريقة التي يؤول بها قادة الرأي المعلومة وطبيعة إدراكهم لها متغيرا أساسيا في كل العملية الاتصالية، فأفراد الجماعة لا يفهمون المعلومة كما صدرت من الوسيلة الإعلامية وإنما كما فهمها قادة الرأي، مما يعني أن حالة الوعي التي يكون عليها هؤلاء القادة هي التي تحدد السلوك الاتصالي البعدي الذي ستتبناه الجماهير، فلازار سفيلد وكاتز في كتابهما " التأثير الشخصي " أوضحا أن ردود فعل الجماهير عن المحتوى الإعلامي تتباين بحسب التباينات الفكرية واللغوية والاجتماعية التي يكون عليها قادة الرأي، فعملية صنع القرار والسلوكيات البعدية التي يظهر عليها الأفراد في تعاملاتهم مع الأوضاع العامة للمجتمع وخاصة السياسية منها تتشابه إلى حد الارتباط مع القنوات والسلوكيات التي يكون عليها قادة الرأي، الشيء الذي يشير إلى خطورة وحساسية السلوك الاتصالي الذي يتبناه قادة الرأي، لأن مناط الفعل الاتصالي في هذه الحالة لا يتعلق بما يقوم به قادة الرأي فقط ولكن يتعلق أساسا بالمخرجات الاتصالية التي ستصدر عن أفراد الجماعة بعد ذلك في مختلف تعاملاتها الاجتماعية اليومية.

إن الإعلام المعاصر يثبت باستمرار قدرته على تغيير أو تطوير السلوكيات الاتصالية للأفراد لكن شريطة أن يتمكن من جذب قادة رأي بارعين يحسنون ترجمة المحتوى الإعلامي وإعادة تركيبه وصياغته بما يتلاءم مع حالة الجماعة وقدراتها، فالتفاعل الاتصالي البعدي للجماعة الاتصالية مرتبط إلى حد كبير بمهارات قادة الرأي في استخدام وتوظيف الاتصال المواجهي الشخصي ومعرفتهم الدقيقة بتقنياته الفطرية الخاصة، وهنا يبدو أن المعلومة الاتصالية ما هي إلا خلفية لبناء قرارات سواء موافقة أو منافية لمحتواها فعندما يتواصل قادة الرأي مع أفراد جماعتهم بأي طريقة كانت فإن ذلك يعني نشوء احتمالية قوية بأن الجماعة سيتبنون قرارات على ضوء ذلك وتتمظهر في فعل بعدي قادم².

وفي هذه الحالة يكون الاتصال في تأثيراته المحتملة أشد ارتباطا بالعامل الإنساني، بمعنى أن التكنولوجيات الاتصالية هي عامل يساعد على التأثير في صناعة الرأي العام وليست العامل الوحيد والحاسم، فقادة الرأي لا يستخدمون تقنيات وتكنولوجيات الاتصالية وإنما يعتمدون على قدراتهم الشخصية والفطرية ويعتمدون أيضا على مكانتهم الاجتماعية وما يملكونه من كاريزما لذلك يتم اللجوء إليهم في المواقف الضرورية والحاسمة مثل الحملات الانتخابية³.

04 - نقد وتقييم:

1 - نفس المرجع، ص ص 252 - 253 .

2 - إيف وينكين، المرجع السابق، ص 66 .

3 - محمد على أبو العلا، فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دسوق مصر، د ط، 2014، ص 70 .

أ - لقد تمكنت دراسة "كاتز" و "لازار سفيلد" من لفت الانتباه إلى وجود نظام اتصالي اجتماعي فريد لا يخضع مباشرة لسلطة وهيمنة الإعلام بل ويحد من التأثير المباشر المعتقد لها، وأثبتت أهمية العنصر البشري والشخصي والاجتماعي في أي عملية اتصالية تستهدف صناعة الرأي العام.

ب - غير أننا نسجل أن الحالة النموذجية الأمريكية التي أجريت فيها هذه الدراسة وسياقاتها التاريخية والاجتماعية تفرض علينا التعامل مع هذا النموذج التحليلي للاتصال بنوع من الحذر، ذلك أن التغيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تطرأ على المجتمعات كقيلة بأن تغير الكثير من السلوكيات الاتصالية لأي مجتمع وفي أي مرحلة ممكنة، فقيمة التكنولوجيا الاتصالية المعاصرة تتعاظم وتزايد تأثيراتها ويستشري نفوذها لدى كل الطبقات الاجتماعية بما فيها النخبة المثقفة.

ج - إن الاعتماد على قادة الرأي كليا في العمليات الاتصالية ينطوي على الكثير من المخاطرة، لأن وصول المعلومة إلى الجماعة مرتبطة بحجم إدراكهم وفهمهم ومستواهم التعليمي والثقافي وانتماءاتهم السياسية وطموحاتهم الشخصية، الأمر الذي يصعب كثيرا من وصول المعلومة الحقيقية، كما أن الاعتماد على قادة الرأي يحجر على بقية المجتمع ولا يسمح لهم من مزاوله حقهم الإعلامي ويبرهن مواقفهم وممارساتهم الاتصالية البعدية بأشخاص معينين وهذا يتنافى مع الحق الاجتماعي والأخلاقي والقانوني في الإعلام والاتصال، حتى أن هذه الدراسة لم تبيّن الميزات العملية التي يجب أن يكون عليها قادة الرأي مما يصعب من التعامل معهم والثقة بهم.

المحاضرة السادسة عشر

النموذج الاتصالي عند جورج جربنر

عناصر المحاضرة:

01 مدخل.

02 - المثيرات الأولية للاتصال.

03 - المشكلات الاتصالية النموذجية.

04 - نقد وتقييم.

01 مدخل:

تعد معطيات الحالة الذاتية التي يكون عليها الفرد نقطة ارتكاز حيوية في أي عملية اتصالية، على اعتبار أن الفرد هو المدار الفعلي الذي على أساسه تنبني كل الاتصالات في مستواها الشخصي أو في مستواها الإعلامي الجماهيري، وحتى يصل الاتصال إلى غاياته المعلنة وغير المعلنة من الضروري أن يكون الفرد على قدرة كبيرة في إدراك المثيرات الكثيرة التي تصنع لديه القابلية للتواصل، فالمحيط الاجتماعي الذي يتفاعل معه يعج بالمثيرات والدوافع التي تتسق في منظومات سلوكية يومية لامتناهية وتفرض على الفرد أن يتجاوب معها ضمن ممارسات اتصالية متسلسلة ناضجة مقصودة وواعية لا ترتبط بالإشباع فقط ولكن ترتبط ابتداء بالمثيرات الاتصالية التي ينلقاها من الخارج، وهذا يعني لا محالة أن التوازن والاستقرار والفاعلية في الفعل الاتصالي البشري يحتاج أن تكون الطريقة التي يدرك بها الفرد المجتمع طريقة تحليلية وتفكيكية تفهم الرسالة الاجتماعية وتتجاوب معها وفق أرضية تضمن حماية التوافقات التي يتأسس عليها النظام الاجتماعي الثقافي، وفي هذه الحالة تكون استجابة الفرد للمثيرات الاتصالية الواردة إليه من المجتمع انعكاس للهيئة العميقة التي يكون عليها فعلا، مما يتطلب نسقا إدراكيا نشطا لدى الفرد المستجيب، وهذا الذي حاول "جورج جربنر" أن يحلله ويوضحه ضمن نموذج التحليلي للاتصال.

02 – المثيرات الأولية للاتصال:

أ - بما أن الاتصال وضعية تبادلية بين طرفين أو عدة أطراف فإنه يرتبط بالضرورة بذوات عديدة تتباين مستوياتها وقدراتها وإدراكاتها وتفاعلاتها النفسية والاجتماعية، مما يعطي للاتصال بعد معقدا يتطلب ذكاء اجتماعيا توامليا نبيا ونشطا على الدوام لتتحقق فاعلية الاتصال المنشودة، وفي هذا الصدد يرى "جورج جربنر" أن الانطلاقة الفعلية والحقيقة للاتصال هي جملة المثيرات التي يجد الفرد نفسه أمامها باستمرار والتي تفرض عليه اجتماعيا أن يتجاوب معها ويبنى حيالها سلسلة واعية ومنظمة من ردود الأفعال التي تكون هي بدورها عمليات تواصلية مع المثير التي تحقق بعض أغراضه وغاياته كما تحقق إشباعات الفرد المستجيب وتشبع حاجاته، و يؤكد "جورج جربنر" أن المثيرات ذات محتوى معلى وغير معلى الأمر الذي يتطلب من الفرد وعيا إدراكيا حيويا حتى يتمكن من إنتاج نسق تواصلية يستجيب لمتطلباته ومتطلبات المجتمع وهو مصدر الإثارة، يضاف إلى هذا حسبه المحتوى الذي يكون عليه رد الفعل ودرجة وضوحه واتساقه مع حاجة المثير ومتطلباته، بحيث تكون العملية الاتصالية نسيجا من المحتوى التواصلية

الذي يربط بين المجتمع والفرد أي بين المثير والاستجابة، فالقطبية الثنائية هنا ليست متعلقة بحالة وجودية فقط وإنما متعلقة أكثر بحالة التناسق والتناغم والتكامل التي تجعل من السيرورة الاتصالية طبيعية ودائمة الخصوبة بما يخدم مصالح كل عناصر العملية الاتصالية، فالإتصال بهذا المعنى يتعلق بالسياق الذي يتم فيه، فإدراك الفرد للحدث ونوعية بنية الخيارات التي يطرحها على المثير تنتظم في مصفوفة نابغة من مرجعيات ثقافية ومعطيات اجتماعية واقعية تكون سياقاً يتحكم في التجليات الاتصالية¹.

ب - يرى "جورج جربنر" أن الاتصالات تنتظم في نموذج لفظي يمكننا توضيحه في رسم تخطيطي يفسر تفاعلات وتحركات عناصر هذا النموذج الاتصالي أو ذلك،

ج - ويرى "جورج جربنر" أيضاً أن في كل عملية اتصالية عناصر أساسية و أخرى غير أساسية، فالعنصر الاتصالي الأساسي هو فرد ما في بيئة اجتماعية ما يعايش أو يتعرض لحدث معين فيستجيب له بطريقته وصيغته التي يرى بأنها مناسبة وفق سياقه والشكل الذي يتصور بأنه يعطي لمحتواه بناء نموذجياً واضحاً ومفهوماً لدى المثير، ويشير "جورج جربنر" إلى أن كل فرد في المجتمع يتعرض لنفس الظروف التي تجعله عنصراً اتصالياً أساسياً في موقف محدد وعنصراً اتصالياً ثانوياً في موقف محدد آخر، وهذا هو ما يعطي للأفراد الرغبة المتواصلة في التفاعل والاستجابة الحتمية للمثيرات الاتصالية التي تنشأ في محيطهم باستمرار.

03 - المشكلات الاتصالية النموذجية:

يشكل الإتصال الشخصي أو المواجهي عصب العملية الاتصالية عند "جورج جربنر" ففي مدار الشخصية تتفاعل كل العمليات الاتصالية، ومن هنا فإن المشكلات الاتصالية المطروحة تتعلق بالمستويات الإدراكية للشخصية الاتصالية، فالإتصال المواجهي بطبيعته الآنية واللحظية المباشرة تتوارد فيه جملة كبيرة ومتسارعة من المعلومات تتطلب حتماً حضوراً إدراكياً قوياً وفورياً يسمح بتحليل المعلومات الاتصالية في لحظتها وبناء رد الفعل المناسب لها وبناء ديمومة العملية الاتصالية المواجهية مع الآخر، ومن خلال هذه الأهمية الاستثنائية للإدراك فإن الخلل الذي يحدث في تركيبته ومنهجياته وطبيعته عمله يربك كل العملية الاتصالية ولا يسمح بتحقيق الإنتاجية المتوقعة منه، فالتناغم والتناغم بين عناصر الإتصال مبني على أساس القدرات الإدراكية لهؤلاء الأطراف وما يتمتعون به من إمكانيات في فك شفرات ورموز الرسائل الوافدة إليهم ومن ثم الذهاب بالعملية الاتصالية إلى تحقيق مبتغياتها المرجوة، أما العجز الإدراكي فهو بعلة وضعف أدائه يعطل لا محالة الإتصال ويفقد العملية الاتصالية ميزتها الحيوية وخصوصيتها العملية ويفرغها إلى حد بعيد من محتواها.

فمشكلات الإدراك بطبيعتها المرضية المستدامة والعرضية تفرض على العملية الاتصالية نمذجة محددة تتأرجح بين غياب الفاعلية والنموذجية أحياناً وبين التخبط والعشوائية أحياناً أخرى، فالحالة المرضية للإدراك تنتج عنها صعوبات اتصالية كثيرة، ويكون من أشدها وقعا عدم القدرة على فهم الاتجاهات العامة للعناصر المشكلة للعملية الاتصالية وعدم القدرة على بناء صورة ذهنية جاهزة دوماً لفهم الشخص الآخر وعدم القدرة على الإحاطة بحالة التحويل التي يمارسها هذا الآخر وسعيه لبناء الإطار المعرفي حول موضوع ما للطرف الذي يتواصل معه²، وبالتالي سيكون الإتصال أمام وضعية متأزمة تتشكل معالمها

1 - كمال الحاج، المرجع السابق، ص 26 .

2 - هاني الجزار، المرجع السابق، ص 20 .

في الإدراك الانتقائي الذي يتجه فيه أحد الأطراف إلى فهم الرسالة بحسب ما يستسيغه ليتجاوز بذلك ضعفه الإدراكي أو ليختزل حدة البون المعرفي العام بينه وبين المتواصل معه.

04 – نقد وتقييم:

أ - يمكن القول أن النموذج الاتصالي الذي بناه "جور جربنر" قد أزاح الغطاء عن الكثير من الحقائق الخفية المتعلقة بالاتصال، وقدم تبسيطا علميا لكيفيات سير منظومة الاتصال المواجهي على وجه التحديد، بحيث لفت الانتباه إلى أهمية المثيرات في ديمومة ونجاح العملية الاتصالية، فالاتصال المواجهي على وجه التحديد يحتاج إلى منظومة من المثيرات كي يستمر ويتفاعل مع المعطيات المنتجة اجتماعيا، وما يلفت الانتباه أيضا في هذا النموذج الاتصالي هو اهتمامه بالمشكلات الاتصالية وكيفية تجاوزها والتعامل معها، خاصة تلك المتعلقة بطبيعة الإدراكات التي من شأنها أن تغير مسار العملية الاتصالية وتخرجها عن سياقها الحقيقي.

ب - لكننا نلاحظ أن هذا النموذج مرتبط بالحالة الاتصالية الشخصية التي عاينها "جورج جربنر" في المجتمعات الغربية بما تتميز به من أنظمة اجتماعية وثقافية وتعليمية واقتصادية وأخلاقية تنتج صيغا سلوكية خاصة بها وبالتالي هي من تصنع أنماط المثيرات الاتصالية وطبيعة رد الفعل حيالها، ومنه لا يمكن الاعتماد على هذا النموذج إلا في سياقه الغربي ولا يمكن اعتباره نموذجا مثاليا لتحليل الفعل الاتصالي الإنساني بكليته، كما أن الاعتماد على المثيرات في الاتصال يجعل منه عملية رد فعل فقط وليست عملية متكاملة تتكون من متدخلين كثر وعلى مستويات مختلفة، كما أن المثير لا يكون دوما مثيرا فقد يتحول بسبب عملية المكانة الاجتماعية وتوزيع الأدوار إلى متلقي ومتأثر، مما يصعب إلى حد ما وضع قالب معين للمثيرات الاتصالية.

ج - وما يلاحظ على هذا النموذج إهماله الواضح للمشكلات الاتصالية خارج حدود التركيبة الشخصية للمتواصلين، حيث لم يعتني تماما بحالة التشويش الظاهرة الموجودة في المحيط الاجتماعي الذي تحدث فيه عملية الاتصال، فمن أهم معوقات الاتصال الظروف الاجتماعية الخارجية غير المناسبة التي تحيط بالعملية الاتصالية، منها اختلاف المستويات الاقتصادية والعلمية والصراع الديني والعرقى والسياسي والإيديولوجي، وكلها تضع مسارا تشويشيا كبيرا يعرقل إلى حد بعيد حتى الاتصال المواجهي.

المحاضرة السابعة عشر
نموذج الاختيار ويسلي وماكلين

عناصر المحاضرة:

- 01 – مدخل.
- 02 – بنية السلسلة الاتصالية.
- 03 – الاتصال وتعديل الإدراكات.
- 04 – نقد وتقييم.

01 – مدخل:

يعتمد الاتصال عادة على بنية تبادلية بين عناصره الفاعلين، لذلك تكون عمليات إطلاق المعلومات وكذا عمليات تلقيها مهمة وحساسة جدا في تحديد مدى نجاعة التواصل الشخصي و الاتصال الجماهيري، وانطلاقا من هذا المعنى فإن المتواصلون يتمتعون بقدرة ذاتية على ممارسة شبكة مترابطة من الاختيارات في طريقة تعاملهم مع المعلومات التي يتلقونها أو تلك الوافدة إليهم، بحيث يمكن أن يؤول هذا الوضع على أنه ممارسة صيغة ذاتية من الرقابة على الممارسة الاتصالية، فلا يتم تقبل كل المعلومات ولا يتم التعامل معها بنفس الطريقة ولا يتم بناء ردود أفعال متساوية حيالها، فالمدخل الاختياري ينقلنا إلى معنى الرقابة واستخدام الحراسة الذاتية أثناء مزاولة الاتصال، فالشعور بامتلاك خيارات متنوعة يمنح للفرد فرصة لكي ينظم بنيته الاتصالية اليومية وفق الأطر الاجتماعية والثقافية والقيمية التي يؤمن بها ويتخذها معيارا لتشكيل قناعاته وذوقه وسلوكاته وتفاعلاته المختلفة، فالقدرة الواعية والعقلانية على ممارسة الاختيار أثناء العملية الاتصالية يعطي للاتصال مظهرا اجتماعية يتسم بالتوازن والتناسق مع الذات من جهة ومع الطرف الآخر من جهة أخرى، وقد حاول النموذج الاتصالي الذي بناه "ويسلي" و "ماكلين" أن يحلل طبيعة الاتصال وتقنياته على ضوء فكرة الاختيار.

02 – بنية السلسلة الاتصالية:

يقوم هذا النموذج على فكرة نموذجية محورية مفادها أن الاتصال يعتمد تماما على الاختيار الذي يقوم به المرسل خاصة في تعامله مع الموضوعات والمعلومات المترابطة حوله والتي عليه أن يستوعبها ويتفاعل معها ويعيد إرسالها إلى غيره ضمن تواصلية تراكمية، فالاختيار في هذه الحالة يكون انتقاء ضروريا وحتما لتدارك العجز الإدراكي الذي يكون عليه المرسل نظرا لأن كثافة الأحداث الاجتماعية وتدفقات المعلومات تتجاوز بكثير قدراته الخاصة، وهذا يقود مباشرة إلى التركيز على البيئة وتأثيرها العميق على بنية الاتصال، لذلك يشير " ويسلي" و "ماكلين" إلى أن النموذج الاتصالي لا محالة يحتاج إلى أربع مستويات حتى يكتمل وهي:

أ – التركيز على الحالة العامة التي يكون عليها الفرد وسط الأحداث المترابطة والمحيطه به، وطريقته في إدراكها والتعامل معها، وهنا يكون من الطبيعي بأنه غير قادر على أن يتفاعل مع كل الأحداث أو أن يتأثر بها جميعا أو أن ينقلها جميعا إلى من يتواصل معهم.

ب – الانتقال إلى مرحلة التجريد وانتقاء المعلومات والأحداث التي يتعامل معها ويستجيب لمؤثراتها ويمتلك القدرة على إعادة صياغتها ونقلها لغيره، وهنا تختلف المؤثرات التي على أساسها ينفذ عملية الاختيار والانتقاء، ففي حالة الاتصال الجماهيري وإذا كان هذا الفرد مراسلا صحفيا فإنه سيعود إلى السياسة العامة للمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها ويعيد تفعيل المعلومات والأحداث التي تخدم هذه السياسة وتحقق الانتشار والتفوق والسبقية للمؤسسة الإعلامية، وإذا كان الفرد في حالة اتصال شخصي أو مواجهي فإن الاختيار يتم على أساس رؤيته وتوجهاته الخاصة التي تعكس ثقافته واهتمامه وتلبي حاجاته المختلفة وتسمح بتحقيق الإشباع التي يرغب فيها.

ج – ثم التركيز على مصدر المعلومة من حيث هو فرد أو جماعة أو نظام سياسي أو هيئة رسمية أو مؤسسة خاصة وغيرها، ويمتد التركيز إلى طبيعة مركز المعلومة وماذا يريد من المعلومة ولماذا اختار لها زما ومكانا وقالبا وإخراجا معيناً، فإدراك طبيعة صانع الحدث وفهم خلفياته وانتمائه وطبيعة تفكيره يسمح للمتواصل سواء أكان مراسلا أو شخصا عاديا يسمح له بفهم الحدث جيدا وبالتالي يتمكن باحترافية من نقله بالطريقة التي تخدمه وتستوفي غاياته وتطور رصيده الاجتماعي والمهني والاقتصادي، وهنا

يؤكد "ويسلي" و "ماكلين" على أن المراسل الصحفي مثلا يتأثر بمصدر الحدث أو المعلومة لذلك يحاول أن يتواصل معه باستمرار للحصول على تفاصيل جديدة تحقق له التميز والتفوق على غيره.

د- وفي المستوى الرابع يتم التركيز على المتلقي ورجع الصدى المحتمل أن يصدر عنه، وهنا يكون ناقل المعلومة على علاقة تبادلية مع مصدرها، بحيث سينقل له رجع الصدى ووضع التفاعلات الناشئة مع الحدث ومدى نجاحه في تحقيق الإشباع المرجوة منه، ويبدو في مثل هذا الوضع أن المتواصل الناجح هو من يحسن فهم مصدر المعلومة ويكسب ثقته ويحسن جذب اهتمام الجمهور ويُلبي طموحاتهم الاتصالية ويشبع حاجاتهم¹.

03 – الاتصال وتعديل الإدراكات:

لا شك أن الاتصال خاصة الجماهيري والمؤسستي لا يكون عفويا ولا اعتباطيا وإنما يرتبط بأهداف محددة تخصص لها استراتيجيات اتصالية دقيقة، لذلك يرى "ويسلي" و "ماكلين" أن تعديل الإدراكات للمتلقي هي رجع الصدى المنتظر والاستراتيجي لدى كل قائم بالاتصال، فعندما يكون عدد المتلقين كبيرا تكون احتمالية تغيير الإدراكات كبيرة، لذلك يكتسي الاتصال عموما والاتصال الجماهيري على وجه التحديد أهمية خاصة بالنسبة لكل السياسات، لذلك من الضروري التركيز على التغذية الراجعة وتطوير آليات تحقيقها، ومن ذلك القدرة على لفت الانتباه إلى المثيرات، فعندما ينقل الخبر من المرسل الأول الذي عاش الحدث وتفاعل معه مباشرة وعينه ميدانيا إلى مراسل ثاني أو إلى غرفة التحرير فإنه يكون قادرا على التأثير أكثر من المذيع الذي لم يعش المثيرات في الواقع، وكلما تتسع دائرة نقل الخبر قبل وصوله إلى المتلقي كلما تكون درجة التأثير أقل، وبالتالي تكون المقدرة على تعديل الإدراكات أقل، فمن الضروري في هذه الحالة أن يتواصل المراسل الذي عاين الحدث مباشرة مع المتلقي للتأكد من إحداث الأثر المنشود وإعادة بناء الإدراكات المرغوبة لدى الجماهير، فكثرة المتدخلين يخرج المعلومة أو الخبر ليس من سياقه الواقعي فقط ولكن من سياقه التأثيري، فعند نقل الخبر والمعلومة تتكون سياقات كثيرة قد تغير من حقيقة المعلومة وتخل بالأهداف المسطرة، وبالتالي قد تتشكل إدراكات جديدة بعيدا عن الإدراكات التي كان يرمي إليها القائم بالاتصال، ويبدو أن "ويسلي" و "ماكلين" في هذا النموذج يركزان كثيرا على نظرية المعنى الاتصالي اللغوي والتصويري والصوتي الذي من شأنه أن يوصل الرسالة بحسب طموحات وخطط المرسل، فهذا النموذج الاتصالي يصنع فرصا أكبر للفهم والإفهام²، وهذا يتطلب أن تتضمن السياقات التواصلية التي نحن بصدددها فهما لطبيعة المتلقي النفسية والفكرية والاجتماعية وفهما أيضا للكيفيات التي من شأنها أن تبلور رؤاه للخبر وجملة ما يتعرض له من دفق إعلامي.

ويرى "ويسلي" و "ماكلين" أن القيمة الاتصالية تتجلى بالأساس في جملة المبادرات التي تصدر عن الجمهور المستهدف أو المتلقي ومدى تناغمها مع استراتيجيات المرسل، ذلك أن الاتصال تتمظهر تأثيراته في صورتين، الأولى فورية وغالبا ما تظهر في ردود أفعال مؤقتة تتميز بالعاطفية والانفعال والتسرع، أما الصورة الثانية فتظهر في شكل إدراكات عقلانية واعية مبنية على أساس قناعات وتصورات وهي في الغالب مواقف دائمة وثابتة، وهذا التمظهر الأخير هو من يعبر عن قدرة الاتصال في إعادة إنتاج إدراكات المتلقي وصياغتها في تركيبة نفسية وعقلية جديدة حيال موضوع الاتصال تمنح للقائم بالاتصال ما يريد وتمنح للمتلقي الاعتقاد باستقلاليته والشعور بصدقته، ومن هنا يتضح أن الوظيفة الأساسية للاتصال

¹ - هشام رشدي، المرجع السابق، ص 85 .

² - جان مارك فيري، فلسفة التواصل، ترجمة عمار مهيبيل، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط 01 ، 2006 ، ص 28 .

الجماهيري ليست دوما نقل الحقيقة وبناء صورة واقعية عن العالم وفق ما يخدم الجمهور، وإنما الوظيفة الأساسية هي الدعاية لصالح منتج مادي أو فكري معين ليس من وجهة الحث على الاستهلاك فقط ولكن أيضا من جهة التلاعب بالجمهور لغايات محددة¹.

04 – نقد وتقييم:

أ - ساهم هذا النموذج في زيادة القدرة في التعامل الذي يمارسه القائم بالاتصال مع المرسل إليه، فمن دون شك أن معرفة الحالة العامة التي يكون عليها والوعي بقدراته التجريدية والانتقائية للأحداث التي يتفاعل معها وحرصه على معرفة المعلومة ومن ثم انتقاء رجوع الصدى الذي يتصور بأنه ملائم لطبيعة الرسالة الاتصالية التي هو بصدد التعامل معها، لا شك أن هذه الحثيات مهمة جدا لفهم واستيعاب طبيعة الاتصال ومن المهم البحث فيها بشكل معمق وهذا ما حاول "ويسلي" و "ماكلين" العمل عليه.

ب - غير أننا نسجل في هذا المقام أن هذا النموذج الاتصالي لا ينشغل تماما بالموضوع الاتصالي من حيث موضوعيته ومصادقته وشرعيته بالقياس إلى الطبيعة الثقافية والاجتماعية التي تتحكم في سلوك الجمهور والتي تم تنشئتهم عليها عبر مؤسسات تنشئية عديدة، فالتأثير المتوقع لا يتوقف على موقف شخصي من المتلقي أو لقدرة الوسيلة الاتصالية على التأثير ولا لطبيعة الخطاب والصورة المستعملة، ولكن يرجع في غالب الأمر إلى المتلقي نفسه وما يحمله من رصيد تربوي وتنشئي يربطه بالنظام الثقافي والاجتماعي الذي ينتمي إليه، ففي هذه الحالة فإن المتلقي يرجع إلى هذا الرصيد ليستعمله كأداة تصفية وغرلة وتحليل الرسالة الاتصالية وعلى أساسها يتخذ موقفه منها، ومن هنا فإن تغيير إدراكات المتلقي ليس كما يتصوران ولا يتم بهذه السهولة، فوسائل الاتصال الجماهيري كثير ما تجد نفسها في مواجهة المجتمع برمته، وهذا المجتمع لا يترك لها فرصة التأثير المطلق على أفراده إلا بما يخدم قيمه وهيمته.

المحاضرة الثامنة عشر:

النموذج المنظومي ملفن ديفلور

عناصر المحاضرة:

01 – مدخل.

02 – بنية النظام الاتصالي ضمن نموذج ديفلور.

¹ - جان كلود برنار، أدبيات الإعلام - ديونتولوجيا الإعلام - ترجمة رباب العابد، مؤسسة مجد للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط 01 ، 2008 ، ص 21 .

01 – مدخل:

يتخذ الاتصال أشكالاً عديدة ويستخدم وسائل كثيرة جداً، لذلك فإن المحاولات العلمية التحليلية للظاهرة الاتصالية تحاول الأخذ بعين الاعتبار القوالب التنظيمية والبنوية التي تحدث فيها ومن أجلها، فالمكان أو الإطار الذي يحدث فيه الفعل الاتصالي بما يحمله من تنظيم وأدوار وبما يقدمه للمجتمع تنعكس خصائصه كلياً على طريقته الاتصالية، بمعنى أن هذا الإطار الاجتماعي الرسمي وغير الرسمي يمنحه هوية معينة ويقوده إلى وجهة محددة بدقة، وهي في الغالب تتجاوز وجهات وتطلعات الفرد إلى تطلعات الجماعة الكبرى أو المؤسسة التي هو متواجد بها، ونظراً لحتمية وجود هذه المنظومة فإن صياغة وإيجاد ميكانيزمات التواصل يتم اختيارها وبرمجتها وتعديلها على مستويات تفوق إرادة الأفراد المنعزلة وتتم على مستوى الإطار التنظيمي المذكور آنفاً، غير أنه لا يتم دوماً بهذه السلاسة نظراً لوجود مشوشات تحول دون نجاح العملية الاتصالية، وهذه المشوشات هي الأخرى تنتظم في منظومات بأدوار مخالفة، وقد حاول "ملفن ديفلور" ضمن النموذج الاتصالي الذي طرحه وحلله أن يسلط الضوء على هذه النقاط بالذات، من خلال دراسة العلاقات المتشكلة أثناء العملية الاتصالية وما يترتب عنها من ظواهر.

02 – بنية النظام الاتصالي ضمن نموذج ديفلور:

أ – يرى "ملفن ديفلور" منذ البداية بوجود ضرورة ملحة لدراسة الاتصال ووسائل الإعلام على وجه خاص كأنظمة اجتماعية تعمل وتتحرك ضمن نطاق ثقافي واجتماعي، لذلك يمكننا فهم كيف يعمل المحتوى الذي طرحه وسائل الاتصال الجماهيري في خدمة استقرار هذا النظام الاتصالي ككل أو

زعزعت¹، خاصة وأن الخلفيات الإيديولوجية التي تنتمي لها وسائل الإعلام الحديثة تتبنى خطأ تسميه تجديديا وإصلاحيا يهدف إلى اختراق البنية القيمية للمجتمع وإخضاعها لتوجهاتها ورغباتها، أما إذا كانت وسائل الإعلام محافظة فإنها ستعمل على إبقاء الوضع الراهن بكل تفاصيله لأنه يتماشى مع توجهاتها ويحقق رغباتها، وهنا يلمح "ملفن ديفلور" إلى أن وسائل الإعلام بما تقدمه من مواد منتقاة بدقة وعناية في محتواها وإخراجها تعمل على صناعة أنماط ثقافية وتعميمها على المجتمع بغرض قيادته لتبني خيارات ومواقف وتوجهات بعينها حيال الموضوعات المتفاعلة على الساحة الاجتماعية، كما يشير أيضا إلى أن الأنماط الثقافية العامة تتدخل بصيغ متعددة في صياغة السلوك الفردي فإن هذا يقود إلى ضرورة الأخذ بعين الاعتبار إلى أن وسائل الإعلام قادرة على التأثير في السلوك الفردي بما أنها قادرة على صناعة أنماط ثقافية محددة.

ب - ويرى "ملفين ديفلور" أيضا أن وسائل الإعلام لها تأثير معرفي واضح على الجماهير، فتراكم البرامج والمعلومات والتدفقات الإخبارية الإشهارية المتوالية تعمل على برمجة عقل المتلقي على تقبل ما تطرحه وسائل الإعلام والتعامل معه على أنه حقائق مطلقة تميز العصر، وهنا يلح على فكرة السيطرة التي أضحت تميز وسائل الإعلام المعاصرة، فالإعلام يشكل اليوم بديلا قويا وفعالا عن أنظمة السيطرة الاجتماعية التقليدية التي كانت تمارسها السلطة السياسية والدينية قديما، فالصحافة التي وضعت لنفسها قوانين وتشريعات لتضبط عملها والسماح لها بالاستمرارية في ظل الصراع الثقافي المحتدم وضمان نفوذها المجتمعي وقدرتها في تحويل الرأي العام إلى التفاعل مع المضمون الذي تحتويه²، وقد أدى التطور التاريخي والتكنولوجي إلى تعاضد قدرة وسائل الإعلام على التأثير المعرفي نظرا لسهولة الوصول إلى الجماهير وتمتعها بالقدرة والميزة التقنية التي تجذبهم إلى محتواها وكذا سهولة الجماهير في الوصول إليها أيضا.

ج - يرى ملفن ديفلور " أن كل عملية اتصالية ناجحة وخاصة لدى وسائل الاتصال الجماهيري تحتاج إلى أن تأخذ ثلاثة أبعاد أساسية بعين الاعتبار:

- النظام الاجتماعي من حيث هو جملة أدوار ومكانات مستقرة تحدث باستمرار وانتظام وتتكرر وفق منظومة ثابتة ومعروفة.

- النظام الثقافي باعتباره الوعاء المعنوي والمعياري الذي يعيش فيه المجتمع.

- البعد النفسي والذهني لدى الأفراد القائمين بمهام الإعلام والاتصال.

وهكذا فإن هذه الأبعاد تشكل محطات أساسية يتبلور فيها تنظيميا الدفق الإعلامي وتجريده وفق تصورات مما يعطيه القدرة فيما بعد على التجريد الممارسات العننية والرمزية التي ينتجها الأفراد في بنيتهم المختلفة التي يتفاعلون فيها، مما يعني الدفق الإعلامي ليس سيلا من المعلومات توجه لجمهور ما، وإنما هو منظومات متوازية تطرح معاني في صياغات مرتبة تعمل على نقل المتلقي من وضع اجتماعي

1 - هشام رشدي المرجع السابق، ص 83 .

2 - ملفين ديفلور وآخرون، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 01، د ت، ص ص

وثقافي وسيكولوجي معين إلى وضع آخر محدد مسبقا، فالتأثير الاجتماعي هو المهمة النهائية لوسائل الاتصال¹.

03 – الاتصال في خدمة التفاعل الاجتماعي:

تتكاتف الكثير من المعطيات لبناء شبكة متوازنة من العلاقات الاجتماعية التي تربط عناصر البنية الاجتماعية ببعضهم البعض، وفي إطار هذه العلاقات الاجتماعية تتأسس الكثير من التفاعلات المتكاملة أحيانا والمتضاربة أحيانا أخرى، ففي ظل الحاجات والخلفيات والمرجعيات المتباينة تتشكل نماذج عديدة من التفاعلات الاجتماعية، وفي هذا الخصوص يعمل الاتصال الجماهيري أكثر من غيره على تحريك دائرة التفاعلات نظرا لما يمتلكه من سمات الانتشار والاختراق وحالة الديمومة اللامتناهية، حيث يري "ملفن ديفلور" أن وسائل الإعلام تجعل الأحداث في متناول الجميع وتفرض حولها جملة متشابكة من النقاشات والحوارات والأخذ والرد بل حتى أنها تنتج تفاعلات اجتماعية عميقة حيالها، فالحدث المتداول إعلاميا لا يكتفي بنقل تفاصيل المعلومة بل إنه يطور حركية متسارعة من التفاعلات على ضوء التوقعات الاجتماعية المختلفة، فاستدامة مشاهدة برامج معينة من التلفزيون مثلا توجه المشاهدين بشكل ملحوظ نحو أنماط اجتماعية من التفاعلات حيال ما يشاهدونه، فإدراك المحتوى من طرف المشاهد حتى وإن كان لا يتوافق مع تصوير الوسيلة الإعلامية له فإنه يترتب عنه نسج تفاعلات اجتماعية وفق إدراكات المتلقي المتأثرة بالإعلام، فالمتلقي يبني معايير الثقافية التي تحدد طبيعة تفاعله الاجتماعي وهو في حالة تأثر لاواعي بفيض التدفق الإعلامي الذي يتعرض له يوميا وبشكل مبرمج.

يرى "ملفن ديفلور" أن تأثير الإعلام على بناء التفاعلات الاجتماعية لا يمكن الإحاطة به إلى من خلال بناء نظرية علمية حول أنظمة الوسائط الإعلامية وتبعية الجماهير لها، بحيث من الضروري أن تتم بجدية علمية صارمة مناقشة كيفية تأثير وسائل الإعلام على السلوك الاجتماعي ومختلف التفاعلات الناشئة، فحسب تقديره فإن زراعة المعنى هي أهم وظيفة بالنسبة للإعلام اليوم، وهذا المعنى هو الذي يستدعي تفاعلات اجتماعية متنوعة ضمن مجال متعدد الثقافات، فالمفاهيم العامة للواقع الاجتماعي بشتى تحدياته ومشكلاته لا تبنى نمطيا من طرف مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية ولكن تبنى أيضا بتدخل عميق ومؤثر من طرف الآلة الإعلامية الحديثة، كما أن بروز مواقف المتلقي حول ما يحيط به من أحداث ومستجدات هي في الكثير من حيثياتها تعبير عن تجربته في التعامل مع التدفق الإعلامي اليومي، فالإتصال حسب نموذج "ملفي ديفلور" هو عمليتين أساسيتين، الأولى هي عملية اتصالية عبر وسيلة إعلامية والثانية عملية رجع الصدى التي تتشكل في تراكيب كثيرة منها تفاعلات اجتماعية تعبر عن تلقف الرسالة الاتصالية والتأثر بها، فعندما نتمكن من تفسير كيف تعمل أنظمة الإعلام نستطيع تفسير كيف تساهم في تحقيق الاستقرار ككل².

04 – نقد وتقييم:

أ - يعد نموذج "ملفين ديفلور" المنشغل الأول بكيفية عمل الأنظمة الاتصالية، كما يعد أول نموذج تحليلي يسلط الضوء على القوى المسيطرة والمنظمة لعمليات الاتصال الجماهيري خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية حيث يلعب الرأسمال دوار فعلا جدا في عمل الإعلام، فمعرفة خفايا وطبيعة اتخاذ القرارات

1 - ملفن ديفلور، المرجع السابق، ص 170 .

2 - هشام رشدي، المرجع السابق، ص 83 .

داخل منظومات الإعلام يسمح بمعرفة قوتها في التأثير على المجتمعات ومن ثم التنبؤ بسيرورة التفاعلات الاجتماعية المستقبلية لدى الجمهور المتلقي.

ب – غير أننا نسجل أن "ملفين ديفلور" لا يوضح تفصيلاً كيف يعمل نموذج الاتصال، بالاستثناء تلك التفاصيل المتعلقة بدورة الاتصال بين الوسائل الإعلامية ورجع الصدى الناتج عن الجمهور، وما يعترض هذه العملية من حالات التشويش التي تتم في أي مرحلة من مراحل الاتصال.

ج – كما نسجل أيضاً وبشكل بارز أن "ملفين ديفلور" لم يتمكن من بناء نظرية متكاملة حول التفاعلات الاجتماعية وطبيعة علاقتها بوسائل الإعلام، بحيث حاول إقناعنا أن رد الفعل الذي يبديه المتلقي هو في عمومه تفاعلات اجتماعية، مهماً بذلك الدور الكبير الذي تؤديه مؤسسات التنشئة الاجتماعية والمؤسسات العلمية البحثية، وهنا يمكن القول أن هذا النموذج يركز على اهتمامات الجمهور ويهمل التفاعلات الاجتماعية لغير المتابعين للإعلام وحتى لغير المتأثرين به.

خاتمة:

بعد استعراض جملة النظريات المنشغلة بفهم وتحليل الاتصال الاجتماعي بمختلف توجهاتها ومدارسها يمكننا أن نبني تصوراً علمياً واضحاً حوله، فالمعطى التحليلي الذي بن أيدينا يشي بكثير من الارتباطات التي تتفاعل ضمن فعل الاتصال فتمنحه كنهه الاجتماعي التفاعلي الحساس، فأهمية الاتصال لا تكمن أساساً في وظيفته ولكن تكمن أيضاً في تشكيلة التقاطعات التي يتوغل بها في مجمل الظواهر الاجتماعية، فهو حالة عامة حاضرة بحيوية في تفاصيل الحياة الاجتماعية، بحيث لا يوجد نطاق معين يقف عنده أو لا يستطيع التواجد فيه، لذلك تعدد النظريات التي انشغلت بتحليله، فهذه النظريات ليست متضادات فكرية بقدر ما هي مقاربات حاولت أن تستدعي فهماً للاتصال ضمن ظاهرة اجتماعية معينة، وبتعدد الظواهر الاجتماعية تشكلت هذه التراكمية الكبيرة من النظريات التي تناولت مادة الاتصال ضمن ظاهرة اجتماعية محددة.

ومن خلال ما سبق الإشارة إليه يتضح أن الاتصال الاجتماعي مازال يحرك العقل السوسيولوجي بغرض بناء إجراءات منهجية ومعرفية لتعريف الكثير من محتوياته والكشف عن تطوراتهِ والتحكم في آليات استعماله الفردي والجماعي والمؤسسي، فالمعنى الاتصالي أصبح متزماً ومادياً وربحياً وإيديولوجياً وسياسياً وثقافياً وصراعياً، ومنه فإن إنتاج نظرية سوسيولوجية تستطيع بناء وعي جديد بالاتصال لا يمكن أن يتم إلا ضمن استيعاب مسلكياته التطورية المعقدة والمركبة، فالأمر لا يتوقف عند نظرية واحدة وإنما يتوقف على عمل اجتهادي علمي دؤوب ومتواصل وغير متناهي يوازي الحالة التطورية للاتصال ويستطيع التنبؤ بما سيؤول إليه مستقبلاً.

وفي الأخير فإن النظريات السابقة الذكر تشكل مدخلا أساسيا لفهم الاتصال الاجتماعي وتساهم كثيرا في توفير الإطار المعرفي المتنوع الذي يتيح استكشاف الجوانب الخفية للاتصال، لكنها في النهاية لم تتخلص من تأثيرات مضامين انتماءاتها ذات الاحتكاريات التي تدعي الإحاطة الشاملة بموضع الاتصال، بل تحول الكثير منها إلى خطاب تعبوي ونضالي أكثر منه خطاب علمي متخصص، لذلك مازال العقل السوسيولوجي في فسحة لبناء نظريات تطويرية جديدة ومستقلة حول الظاهرة الاتصالية.

قائمة المراجع:

أ – كتب باللغة العربية:

- 1 - إبراهيم عيسى عثمان، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط 01 ، 2008 .
- 02 – أحمد شراك، سوسيولوجيا التراكم الثقافي، منشورات المركز الوطني للإبداع المسرحي والسينمائي، الرباط، ط 01 ، 2004 .
- 03 – جمال بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط 01 ، 2012 .
- 04 – جميل حمداوي، نظريات علم الاجتماع، منشورات شبكة الألوكة، د ب، ط 01 ، 2015 .
- 05 - حسن مستر، لا وعي التواصل، ضمن كتاب التواصل نظريات وتطبيقات، إشراف محمد عابد الجابري، الشبكة العربية للطباعة والنشر، بيروت، ط 01 ، 2010 .
- 06 – حسن مصدق، يورغن هابرماس ومدرسة فرانكفورت – النظرية النقدية التواصلية، منشورات المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، ط 01 ، 2005 .
- 07 – حسين عماد مكاي وليلى السيد، الاتصال ونظريته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط 01 ، 1988 .
- 08 – زهير منصور المزيدي، مؤشر الإدراك والفهم، منشورات المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، بيروت، د ط، 2020 .
- 09 - سليمان الخضري الشيخ، الفروق الفردية في الذكاء، دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة، د ط، 1990 .
- 10 – سناء محمد سليمان، سيكولوجية الاتصال الإنساني ومهاراته، دار عالم الكتب، القاهرة، ط 01 ، د ت،

- 11 – عبد الرؤوف محمد الديلمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، دار تاء للنشر والتوزيع، د ب، د ط، د ت،
- 12 – عبد الفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د ط، 1990 .
- 13 – فوادة عبد المنعم البكر، الاتصال الشخصي في عصر التكنولوجيا الاتصال، دار عالم الكتب، بيروت، د ط، د ت.
- 14 – كمال الحاج، الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، د ط، 2020 .
- 15 – محمد الدغمومي، المفهوم والتواصل مفهوم الثقافة نموذجا، ضمن كتاب جماعي بعنوان المفاهيم وأشكال التواصل، تنسيق عام محمد مفتاح، منشورات كلية الآداب والعلوم الانسانية، الرباط، ط 01 ، 2001 .
- 16 – محمد بديع السيد، تكنولوجيا الاتصال في العصر الرقمي، دار الكتب المصرية، القاهرة، د ط، 2022 .
- 17 – محمد جاسم فليحي الموسوي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، مقرر دراسي لطبة الماجستير قسم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، د ت.
- 18 – مصطفى خلف عبد الواحد، نظريات علم الاجتماع المعاصر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط 02 ، 2011 .
- 19 – محمد عبد الكريم الحوراني، النظريات المعاصرة – التوازن التفاضلي صيغة توفيقية بين الوظيفية والصراع، دار مجدلاوي، عمان، ط 01 ، 2008 .
- 20 – محمد علي أبو العلا، فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دسوق – مصر -، د ط، 2014 .
- 21 – محمد فؤاد جلال، مبادئ التحليل النفسي، مؤسسة هنداوي، لندن، د ط، 2018 .
- 22 – منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، منشورات المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، د ط، 2002 .
- 23 – نبيهة صالح السامرائي، علم النفس الإعلامي – مفاهيم نظريات وتطبيقات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط 01 ، 2007 .
- 24 – نسرين حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، منشورات شبكة الألوكة الإلكترونية، تاريخ النشر 2015 ، تاريخ الإطلاع 02\05\2022 .
- 25 – نضال فلاح الضلاعين وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، ط 01 ، 2016 .

26 – هاني جزار، علم النفس الإعلامي والثقافي، دار صرح للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 01 ، 2011 .

27 – هشام رشدي، محاضرات في نظريات الإعلام، مطبوعات جامعة المنوفية، مصر، د ط، د ت.

ب – الكتب المترجمة:

28 – آلر هاو، النظرية النقدية – مدرسة فرنكفورت – ترجمة، دار العين للنشر، القاهرة، ط 01 ، 2010 .

29 – أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين لعياضي والصادق رابح، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط 01 ، 2005 .

30 – إريك ميغري، سوسيولوجيا الاتصال والميديا، ترجمة نصر الدين لعياضي، منشورات هيئة البحرين للثقافة والآثار، المنامة، ط 01 ، 2008 .

31 – إيف وينكين، أنثروبولوجيا التواصل من النظرية إلى ميدان البحث، خالد عمراني، هيئة البحرين للترجمة، ط 01 ، 2018 .

32 – أنتوني غيدنز، مقدمة نقدية في علم الاجتماع، ترجمة أحمد زايد وآخرون، منشورات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، القاهرة، ط 02 ، 2006 .

33 – برسيفال بيلي، نظرية التحليل النفسي، ترجمة محمد هلال، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط 01 ، 1999 .

34 – بيتر مبيج، الفكر الاتصالي من التأسيس إلى الألفية الثانية، ترجمة أحمد منصور، دار توبقال للنشر، دار البيضاء، ط 01 ، 2011 .

35 – توم إنجلهارت وآخرون، احتلال العقل – الإعلام والحرب النفسية -، ترجمة بثينة الناصري، وكالة الصحافة العربية، القاهرة، ط 01 ، 2017 .

36 – توم بوتومور، مدرسة فرنكفورت، ترجمة سعد هجرس، دار أويا للطباعة والنشر للتوزيع، طرابلس ليبيا، ط 01 ، 1998 .

37 – جان بيار دوران وروبير فايل، علم الاجتماع المعاصر، ترجمة ميلود طواهري، دار بن النديم للنشر والتوزيع، الجزائر، ط 01 ، 2012 .

38 – جان مارك فيري، فلسفة التواصل، ترجمة عمار مهيبيل، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط 01 ، 2006 .

- 39 – جان كلود برنار، أدبيات الإعلام، ترجمة رباب العابد، مؤسسة مجد للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط 01 ، 2008 .
- 40 – جون بيرس، مقدمة إلى نظرية المعلومات – الرموز الاتصالات والضجيج، ترجمة فايز فوق العادة، منشورات وزارة الثقافة السورية، دمشق، ط 01 ، 1991 .
- 41 – جون هارتلي وآخرون، العصر الجديد للإعلام، ترجمة هدى عمر السباعي، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، ط 01 ، 2018 .
- 42 – جيمس ألان سميث، سماسة الأفكار، ترجمة مجدي عبد الكريم، مكتبة مدبولي، القاهرة، ط 01 ، 1994 .
- 43 – رايت ملز، الخيال العلمي الاجتماعي، ترجمة عبد الباسط عبد المعطي، وعادل مختار الهوارى، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، د ط، 1986 .
- 44 – رث ولاس وألسون وولف، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع – تمدد آفاق النظرية الكلاسيكية -، ترجمة محمد عبد الكريم الحوراني، دار مجدلاوي، عمان، ط 01 ، 2012 .
- 45 – سيغ蒙德 فرويد، مدخل إلى التحليل النفسي، ترجمة جورج طرابيشي، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط 03 ، 1995 .
- 46 – غي دورندان، الدعاية والدعاية السياسية، ترجمة رالف رزق الله، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط 02 ، 2008 .
- 47 – فليب كبان وجون فرنسوا دوراني، علم الاجتماع من النظريات الكبرى إلى الشؤون اليومية – أعلام تواريخ وتيارات، ترجمة إياس حسن، دار الفرقد للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ط 01 ، 2010 .
- 48 – كريغ كالهون، النظرية الاجتماعية الثقافية – ثقافة الاختلاف تاريخه وتحديه -، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ط 01 ، 2013 .
- 49 – مارتن هولس، مدخل إلى فلسفة العلوم الاجتماعية، ترجمة خالد قطب، دار معنى للنشر والتوزيع، د ب، ط 01 ، 2021 .
- 50 – ملفين ديفلور وآخرون، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 01 ، د ت.
- 51 – نيكولاس لومان، مدخل إلى نظرية الأنساق، ترجمة يوسف فهمي حجازي، دار الجمل، بغداد، ط 01 ، 2010 .
- 52 – هيربرت ماركوز، الإنسان ذو البعد الواحد، جورج طرابيشي، منشورات دار الآداب للنشر والتوزيع، بيروت، ط 01 ، 1988 .

53 - هومي - ك - بابا، موقع الثقافة، ترجمة ثائر ديب، منشورات المجلس الأعلى للثقافة القاهرة، ط 01 ، 2004 .

54 - وليام ستانلي جيفرسون، الاقتصاد السياسي، ترجمة علي أبو الفتوح، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، القاهرة، ط 01 ، 2015 .

ج - كتب بالفرنسية:

55 - Jean François Dortier, la communication. Omniprésente mais toujours imparfaite, dans la communication état des savoirs, sciences humaines éditions, 2008 .

56 - Jean Marc Ferry, Habermas : l'éthique de la communication, presses universitaires de France, paris, 1987.

د - مجلات علمية:

57 - أحمد بشير الغول، نظرية ترتيب الأولويات بين النشأة والتطور، مجلة كلية الآداب، جامعة الزاوية، ليبيا، العدد الثاني، ديسمبر 2016 .

58 - توفيق شابو، النزعة النقدية الثقافية عند مدرسة فرنكفورت - براديجمات الإنسان والثقافة والفن، مجلة اللغة العربية وآدابها، دامعة البلدية 02 ، الجزائر، المجلد الخامس، العدد الأول، ديسمبر 2017 .

59 - سحر أكرم حسن، أثر استخدام خطة كليير في تحصيل الطلبة، مجلة التقني، المجلد الثالث، العدد السادس، 2010 .

60 - علي تتيات، مفهوم الإدراك في فلسفة جولز آير، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، العدد 31 ، 2017 .

د - المذكرات والرسائل الجامعية:

61 - ليلي بولكعبيات، صورة السلطة في رئاسيات 2009 في الصحافة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009\2010 ، غير منشورة.