إشكالية التنظير و التطبيق في علوم الاعلام و الاتصال

أ.بن عمار سعيدة خيرة/جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم،الجزائر.

ملخص:

تهدف هذه الدراسة للتعرض إلى مسألة التنظير في علوم الإعلام و الاتصال عند الغرب و العرب و مدى توافق نظريات الاتصال المعاصرة و فروضها مع سياقات المجتمعات العربية، حيث نجد أن جل الدراسات في علوم الإعلام والاتصال قد بدأت في أمريكا انطلاقا من بحوث امبريقية تشكلت في بيئة غربية تختلف سياقاتها عن سياق المجتمعات العربية. و بعد تجسد مظاهر الإعلام الجديد الذي أتاحته تكنولوجيات المعلومات و الاتصال الحديثة تعقدت الدراسات أكثر في هذا الميدان.فسرعة وتيرة تطور تكنولوجيات الاتصال لم تسمح للبحث العلمي ببلورة ما يلزم من جهاز مفاهيمي و تنظيري و منهجي لدراسة هذه الظواهر الجديدة. إذ ظهرت الحاجة إلى إعادة النظر في بعض الفروض التي تقوم عليها النظريات الاتصالية بعدما تغيرت خارطة الاتصال و الإعلام معا.

الكلمات المفتاحية :النظريات، التنظير، الإعلام والاتصال، المجتمع، البحث العلمي ، الإعلام الجديد.

مقدمة:

تتجه البحوث العربية في حقل علوم الإعلام و الاتصال إلى اعتماد الفكر التنظيري الغربي بدءا بالمفاهيم و المناهج وصولا إلى النظريات دون الأخذ بعين الاعتبار اختلاف السياقات الغربية عن العربية و اختلاف طبيعة المجتمعات و طبيعة الممارسات الإعلامية هنا وهناك. فلطالما دعت الحاجة إلى وجود فكر تنظيري عربي أو على الأقل إعادة النظر في هذه النظريات و تعديلها بما يتلاءم و طبيعة المجتمعات العربية فسارت الأبحاث العلمية العربية على نسق الأبحاث الغربية و اعتمدت دراسات الجمهور انطلاقا من بحوث التأثير و الإيمان المطلق بقوة تأثير وسائل الإعلام على أفراد المجتمع وصولا إلى دراسات التلقي.

تميزت الأبحاث الغربية بهذا التأطير النظري، وانتقلت من نقطة إلى أخرى حسب التغيرات و التحولات التي كانت تحدثها وسائل الإعلام في المجتمع، في حين نجد أن البحوث العربية تسير تبعًا لنسق الأبحاث الغربية و لا تسير وفق التحولات التي تفرضها طبيعة الوسائل الإعلامية أو المضامين الإعلامية.

فهل يمكن الحديث مثلا عن نظرية التدفق عبر مرحلتين في مجتمع عربي، و في ظل عدم وجود قادة رأي أو الجماعة النووية التي تشكل الوسيط بين الإعلام و باقي أفراد المجتمع؟، ثم كيف يمكن الحديث عن العادات و أنماط المشاهدة في السياق العائلي العربي في ظل صعوبة دراسة هذا الأخير و صعوبة تطبيق مناهج بحثية تساعدنا في الوصول إلى ذلك نظرا لخصوصية المجتمعات العربية؟.

ففي ظل تغير البيئة الاتصالية في العالم اليوم، و بتطور تكنولوجيات المعلومات و الاتصال و تجسد بعض المظاهر لإعلام جديد و ممارسات جديدة، ألغيت بعض الفروض التي تقوم عليها عدد من النظريات ، و تأكدت فروض أخرى لنجد أنفسنا بحاجة إلى إعادة النظر في الجهاز التنظيري ، و في ظل هذا الفضاء السيبيري و هذه التحولات التي أثرت على البيئة الإعلامية التقليدية، تمثلت البيئة التواصلية الجديدة في كل ما أتاحته تطبيقات الويب ٢. من مواقع التواصل الاجتماعي، مدونات إلكترونية، مواقع التأليف الحر، التدوين المصغر...الخ.حيث أتاحت هذه الفضاءات الافتراضية حرية الإعلام الفردي

وحرية التعبير عن الرأي، كما أتاحت إمكانية مساهمة الفرد في صنع المحتوى الإعلامي و ظهور ما يسمى بصحافة المواطن، نتج عنه تأثيرات واضحة في المجال الاجتماعي، و الاقتصادي، والسياسي و الإعلامي خاصة.

و من هنا ظهرت الحاجة إلى التجديد والتحديث في النظريات المتعلقة بالإعلام الكلاسيكي من خلال السعي إلى تأطير تنظير جديد خاص بالإعلام الجديد و مظاهره ،أو محاولة تحديث نظريات الاتصال المعاصرة بما يتوافق مع ما أفرزته تطبيقات الإعلام الجديد من متغيرات.

* من خلال ماسبق نطرح التساؤلات التالي:

- ما هي أصول التنظير في علوم الإعلام و الاتصال؟.
- هل تتوافق فروض النظريات الاتصالية المعاصرة مع السياقات المجتمعية العربية؟.
- هل تتطابق نظريات الاتصال المعاصرة مع ما يطرحه الإعلام الجديد من ممارسات؟.

*** تهدف هذه الدراسة إلى :**

- التعرف على أصول التنظير في علوم الإعلام و الاتصال عند الغرب ، وأزمة التنظير عند العرب.
- محاولة إسقاط النظريات الإعلامية المعاصرة على المجتمع الجزائري من خلال طرح الفروض و مدى توافقها مع السياق المجتمعي الجزائري.
- التعرف على محاولات التنظير في الإعلام الجديد.
- التطرق إلى مدى صحة بعض الفروض النظرية الإعلامية و الاتصالية في ظل الإعلام الجديد.

قبل الحديث عن التنظير و النظريات، أولا يجب الإشارة إلى مفهوم النظرية في حد ذاته ،حيث تدور الكثير من الشبهات في حقول المعرفة العلمية في كل من العلوم الإنسانية و الاجتماعية حول إعطاء مفهوم واضح و محدد للنظرية و خاصة في علوم الإعلام و الاتصال، فالمشكلة لا تكمن في إيجاد تعريف واضح لها، و لكن تكمن في إشكالية إطلاق مصطلح النظرية على بعض الاجتهادات العلمية التي ربما قد لا تصبو إلى مقام النظرية.

و نجد هذه المشكلة خاصة في علوم الإعلام و الاتصال الذي يتميز التنظير فيه بنزعة غربية محضة ، حيث نجد الكثير من النظريات التي قد تتفق بعض المراجع على تسميتها بنظرية في حين نجدها في مواقع أخرى تؤخذ مأخذ المقاربة أو النموذج.

١/ مفهوم النظرية:

ينظر الباحثون إلى النظرية على أنها مجموعة قضايا تقوم بتقديم تفاسير واقعية للظواهر حيث يعرفها جيبز **GIBBS** :" النظرية مجموعة من القضايا ترتبط فيما بينها في صورة تأكيدات امبريقية تتعلق بخصائص مجموعة محددة من الأحداث و الأشياء.."[1]

و يعرفها **برايت وايت Braith waite** :"أن النظرية تشتمل على مجموعة من الفروض التي تكون نسقا استنباطيًا."[2]

[1] على عبد الرزاق جلبي، "**الاتجاهات الأساسية في نظرية علم الاجتماع**"،الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٩،ط٢، ص٣٠.
[2] المرجع نفسه، ص٣٥.

و يعرفها **تيماشيف** :"على أنها مجموعة من القضايا التي يجب أن تتوافر فيها الشروط التالية، أولا: ينبغي أن تكون المفاهيم التي تعبر عن القضايا محددة بدقة، ثانيا: يجب أن تتسق القضايا الواحدة مع الأخرى، ثالثا : أن توضع في شكل يجعل من الممكن اشتقاق التعميمات القائمة اشتقاقا استنباطيا، رابعا: أن تكون هذه القضايا مثمرة و تكشف الطريق لملاحظات أبعد مدى و تعميمات تنمي مجال المعرفة".[1]

و تنظر بقية التعاريف إلى النظرية على أنها بناء متكامل حيث يعرفها ارنولد روس على أنها:"بناء متكامل يضمن مجموعة تعريفات و افتراضات و قضايا عامة، و تتعلق بظاهرة معينة بحيث يمكن أن تستنبط منها منطقيا مجموعة من الفروض القابلة للاجتياز".[2]

في حين يعرفها **كابلان kaplan**:" بناء فرضي رمزي يتضمن مجموعة من القوانين المشتقة منطقيا، فكل قانون يستنتج مباشرة من القانون السابق عليه و القانون يفسر الواقعة عن طريق ربطها بغيرها من الوقائع".[3]

و لعّل هذا التداخل الواقع في تحديد ماهية نظرية و ماهية مقاربة يعود إلى كون النظرية في حدّ ذاتها تشتمل على مجموعة مفاهيم و نماذج و قوانين كما ورد في التعريفات السابقة.

هذا بخصوص النظرية في العلوم الاجتماعية بصفة عامة،أما في مجال الإعلام و الاتصال فتعرف النظرية الإعلامية حسب **ماكويل**:" إدراك كامل و فهم مستنير لحقيقة ما يحدث في المجتمع بسبب عمليات الإعلام و أنشطتها و التطورات و التغيرات التي تطرأ عليها و العكس من ذلك فهم حقيقة ما يحدث في وسائل الإعلام بسبب أنشطة المؤسسات الاجتماعية و تغيراتها و تطوراتها"[4]أي انه نحن بحاجة إلى فهم حقيقة الظاهرة الإعلامية داخل المجتمع.

و يشير العديد من الباحثين إلى أن مفهوم النظرية العلمية في الإعلام يرتكز على بعض المفاهيم الأساسية التي تبنى عليها النظرية كما تشير في ذلك الدكتورة مي العبد الله :"النظرية هي المفاهيم التي يتوصل إليها الباحث بناء على ملاحظته و التجربة أو مجموعة تجارب، أو حدث أو مجموعة أحداث".[5]

و يعيدنا التعريف هذا إلى أصل التنظير في علوم الإعلام و الاتصال و الذي انطلق من الدراسات الامبريقية، و يشير الدكتور بسيوني حمادة إلى مفهوم النظرية الإعلامية يتجلى بوضوح و دقة في العلوم التطبيقية البحتة، و يشوبه نوع من الغموض و التداخل المعرفي في العلوم الإنسانية عموما و علوم الإعلام على وجه الخصوص".[6] و يعود الباحث إلى قضية النظرية في الإعلام و ما يشوبه من غموض و ذلك لاعتماد التنظير في الإعلام على علوم أخرى كالعلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية و هذا ما يفقدها دقة النظرية في العلوم الطبيعية و العلوم البحتة.

---

[1] عبد الله محمد عبد الرحمن، "**علم الاجتماع النشأة و التطور**"، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية،٢٠٠٧، ص١٠١.

[2] محمد علي محمد، "**البحث الاجتماعي (دراسة في طرائق البحث و أساليبه**"، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ص٢٤.

[3] المرجع نفسه، ص٢٥.

[4] عبد الرحمن بن نامي المطيري، "**دور القائم بالاتصال في ضوء نظرية ت أثر الشخص الثالث** "،أبحاث المؤتمر الدولي "إعلام جديد (تكنولوجيات جديدة...لعالم جديد)، جامعة البحرين، البحرين، ٧-٩ أبريل ٢٠٠٩، منشورات جامعة البحرين،ص٢٠١.

[5] المرجع نفسه، ص٢٠١.

[6] المرجع نفسه، ص٢٠٢

٢/التنظير في علوم الإعلام و الاتصال:

أ/عند الغرب:

بدأ التنظير في علوم الإعلام و الاتصال استنادا على مرتكزات علمية منهجية و مفاهيمية مستخلصة من العلوم المجاورة له من علوم سياسية، و اجتماعية،و إنسانية، و اقتصاد،و لغة...الخ.

وتتقاطع مع علوم الإعلام و الاتصال مجموعة كبيرة من الحقول المعرفية، ولعّل هذا ما صعب عملية الانطلاقة في التنظير فيها و ضيّق المنظور الانجلو أمريكي لها، حيث يقول العالم الأمريكي **ولبر شرام** أن:

" حقل الاتصال هو بمثابة مفترق طرق أكاديمي يمّر عبره الكثيرون، الا أن القليل فقط هم من يبقون في هذا الحقل".[1]

و قبل الحديث عن التنظير في علوم الإعلام و الاتصال وجب علينا الإشارة إلى الأصول المعرفية العملية للتنظير و التي تتشابه مع نظيراتها في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، فينطلق التنظير غاليا من مواقف ثلاث سنذكر أهمها: (موقف انثروبولوجي، موقف ابستمولوجي، موقف ديني).

موقف أنثروبولوجي:و الذي ربط القضية الاتصالية بأبعاد وجودية تتعلق بالخلق الأول للإنسان و تتبلور الرؤية الاتصالية وفق هذا المدخل مع ظهور اللغة و تستمر في تقديم تفسيراتها للتطور التاريخي للظاهرة الاتصالية من تلك النقطة مرورا بمراحل ظهور و تطور تقنيات الاتصال و وسائله المختلفة و حتى مرحلة ظهور شبكة الاتصال الدولية.

موقف ابستمولوجي: ينطلق هذا الموقف في تتبعه لقضية الاتصال لرصد المحاولات التنظيرية الأولى باتجاه التأطير العلمي للظاهرة الاتصالية حيث يسعى تتبع المحاولات التنظيرية لفهم و تفسير الظاهرة.

موقف ديني: إذ يعتبر الدين هو مصدر الإلهام العلمي للعقل الغربي.[2]

أما التنظير في علوم الإعلام و الاتصال فقد بدأ من الدراسات الامبريقية التي جاءت خلال الحربين العالميتين الأولى و الثانية، و قد اعتبرت البحوث الإعلامية الأرضية التي قامت عليها علوم الإعلام و الاتصال، حيث ظهرت دراسات تهتم بالدعاية الإعلامية ففي كتابه "تقنيات الدعاية خلال الحرب العالمية" تحدث هارولد لازويل على أن وسائل الاتصال قد غدّت أدوات ضرورية في إدارة الرأي العام من طرف الحكومات...".[3]

قدم من خلالها نظرية "**الإبرة المخدرة**"، و التي تعني أن لوسائل الإعلام سحر و تأثير قوي على الأفراد، و تعتبر هذه الدراسات من الدراسات التابعة للبراديغم السلوكي القائم على ثنائية الإثارة و الاستجابة معتبرة وسائل الإعلام المثير و ردة فعل الجمهور هي الاستجابة.

---

[1] محمد بابكر عوض،" **مراجعات منهجية على مبحث النظرية الاتصالية**"، http://omerhago.blogspot.com/2012/07/blog-post_30.html شوهد يوم:١١/١٠/٢٠١٣، ساعة: ١٩:١٠.

[2] المرجع نفسه.

[3] أرمان ماتيلار، ميشال ماتيلار،" **تاريخ نظريات الإتصال**"، تر: نصر الدين العياضي، الصادق رابح، بيروت، المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٥، ط٣، ص٤٧.

و مع اقتراب الحرب العالمية الثانية ظهرت العديد من المؤلفات التي غذّت فكرة القوة التأثيرية التي تملكها وسائل الإعلام و الدعاية خصوصا، و من بين المؤلفات هذه كتاب الروسي **سيرج تشاخوتين serge tchakhotine** يعكس عنوانه الأفق الذهبي للعصر: "**الدعاية السياسية و اغتصاب الجماهير**".[1]

بعد الحرب العالمية الثانية بدأ حقل الاتصال يتأصل كعلم قائم بذاته في أمريكا و نمت في الفترة نفسها اهتمامات جانبية و بدأ تحليل المضمون يعتمد في مجالات أخرى كدراسة الأخبار و الخطب الدينية و الإشهار[2]، و كانت اغلب الدراسات في هذه المرحلة تهتم بالدعاية وعلاقتها بالسلوك الانتخابي، و عن الإشهار و علاقته بالسلوك الاستهلاكي، و الإيمان المطلق بفكرة القوة التأثيرية لوسائل الإعلام.

و بعد ذلك ظهرت دراسات تعيد النظر في نظرية لاسوال منطلقين من فكرة مفادها أن تأثيرات وسائل الإعلام لا تحدث على مستوى واحد على جميع الأفراد نظرا للفروق الفردية في الشخصية و اختلاف مستويات الذكاء عند كل منهم.[3] و انطلاقا من هذا النقد ظهرت دراسات تهتم بالجمهور التي تأسست تحت المنظور الوظيفي حيث تنظر إلى اعتبار الوسائل الإعلامية لا تحدث تأثيرات مباشرة على الجمهور،بل تتم عملية التأثير على مراحل و ظهر هنا ما يسمى بالمجموعة النووية، فتيار الوظيفية السوسيولوجية كان محاولة لإعادة النظر في نظرية لاسوال التي تنظر إلى الاتصال كنقطة بدء و نقطة نهاية [4]، حيث حددت لوسائل الإعلام مسالة التجديد في اكتشاف عناصر وسيطة بين نقطة البدء و نقطة النهاية في سيرورة الاتصال، و هذا ما توصلت إليه نظرية تدفق الاتصال عبر مرحلتين.[5]

و ظهرت في نفس التيار مقاربات أخرى كمقاربة الاستخدامات و الاشباعات، لولب الصمت، وضع الأجندة سنتطرق إلى التفصيل فيه لاحقا.

ب/أزمة التنظير عند العرب:

يقول **هيربرت شيلر:**"إن موقف الباحثين في المجتمعات النامية أو المناطق التابعة يرتبط بوعي أو بدون وعي بشبكة اهتمامات و أولويات تحددها السوق العلمية الدولية".[6]

يختصر علينا الكثير هذا التعبير فالحديث عن علوم الإعلام و الاتصال و الدراسات العربية التي لا تتجاوز بعض المحاولات في تناول ما نظر له الغرب و إسقاطه على المجتمعات العربية في بعض البحوث العلمية و مذكرات التخرج دون الدعوة إلى حاجتنا إلى تعديل هذه النظريات وفق سياق مجتمعي عربي أو إعادة النظر فيها.

---

[1] المرجع نفسه، ص٤٨.

[2] عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة،"**الإعلام و المجتمع(رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية و الاسلامية)**"، الجزائر، الورسم للنشر و التوزيع، ٢٠١٠، ص٣٩٠.

[3] حسين سعد، "**البراديغمات المسيطرة في علوم الإعلام و الاتصال و إشكالياتها المعرفية**"، مساهمة في حلقة بحثية، البراديغمات العلمية، ٢٠١١/٠٣/١٩. ص٣٢.

[4] المرجع نفسه، ص٣٣.

[5] أرمان ماتيلار، ميشال ماتيلار، مرجع سبق ذكره، ص٥٨.

[6] محمد بابكر العوض، مرجع سبق ذكره.

و قد دخل حقل الاتصال إلى بعض القطاعات الأكاديمية في الدول العربية و الإسلامية بشكل متأخر نسبيا و تأثر بالظروف المحيطة داخليا و خارجيا بالإضافة إلى التطورات التكنولوجية في هذا المجال.و هكذا لم تسجل أية انطلاقة تسمح بنشأة علم اتصال متميز حضاريا يتماشى مع واقع مؤسسات الاتصال الجماهيرية في المجتمع العربي الإسلامي[1]،كما يرجع السبب إلى تأخر دخول وسائل الإعلام إلى المجتمعات العربية مقارنة بالمجتمعات الغربية.

كما تختلف أدوار و وظائف وسائل الإعلام في المجتمعات الصناعية عن المجتمعات النامية من حيث أنه هذه الأخيرة لازالت تبحث عن قضايا التحرر السياسي و الاقتصادي، فكان من الطبيعي تأثر النظم الإعلامية بهذه الخلفية، فاختلفت الممارسة الإعلامية العربية عن نظيرتها الغربية حيث تأثرت العربية منها بالسلطة السياسية، حيث كانت تشكل وسائل الإعلام أداة للممارسة السياسية،و لعل مثال ذلك هو مدى تمسك الإعلام الحكومي الرسمي بشرعية الحكام العرب أثناء قيام بعض الثورات العربية،و يختلف الأساس النظري الذي ترتكز عليه الدراسة في الدول النامية و الدول الصناعية المتقدمة و ذلك لطبيعة البيئة الاجتماعية و السياسية و الوسط الذي يتحرك بداخله الحدث الإعلامي و الثقافي و أيضا لطبيعة التكوين الفكري و قدرات الجمهور المتلقي.[2]

فالإعلام يحتل مكانة اجتماعية اقتصادية سياسية متعاظمة في المجتمع العربي، فهو محتكر من قبل الدولة و يمثل الأداة التي تسيطر بها الدولة على المجتمع[3] و هذا ما جعل البحوث العربية تخضع إلى رؤية إيديولوجية و أخلاقية جعلت من قضايا الاختراق الثقافي و استلاب الهوية من جهة و أزمة القيم الثقافية، من جهة أخرى المشكلات الفكرية المهيمنة و التي تحول البحث في الإعلام و الاتصال بسببها إلى خطاب معياري و هذا نتيجة لغياب استثمار المفاهيم النظرية.[4]

فالبيئة الاجتماعية و خاصة الإعلامية في الدول الصناعية المتقدمة محصنة لحرية الاختيار بين المواد الثقافية و الإعلامية المتنوعة لأن المقومات الحضارية و الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية المواتية قد لا تتوافر بصورة متكاملة في الدول النامية أو دول العالم الثالث بصفة عامة،لافتقار بيئتها إلى المقومات الأساسية لإقامة مجتمع إعلامي بصورة فعالة.[5]

٣/ نظريات الإعلام المعاصرة و إسقاطاتها على المجتمع الجزائري:

أ/نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

طورت **نظرية الاستخدامات والاشباعات** من خلال سلسلة من الدراسات كانت تبحث في مسألة إشباع الرغبات التي يتحصل عليها الجمهور من وسائل الإعلام حيث يقوم هذا المقترب على تساؤل هام هو:" ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟" وكانت الدراسات التي أجريت آنذاك قد أجابت على هذا السؤال فالفرد يستعمل وسائل إعلامية معينة و مضامين معينة لأجل إشباع رغبات معينة.

---

[1] عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص٣٨٨.

[2] نسمة أحمد البطريق، "**المدخل الاجتماعي للإعلام العربي(دراسة في إشكاليات التواصل الفكري من خلال الإعلام السمعي المرئي)**"، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد١١، جانفي-جوان ١٩٨٧، تونس، ص١٣٣.

[3] الصادق الحمامي،" **الميديا الجديدة(الابستومولوجيا و الإشكاليات و السياقات)**"، تونس، المنشورات الجامعية بمنوبة، ٢٠١٢، ط١،ص٢٢٢.

[4] مرجع نفسه، ص٢٢٣

[5] نسمة أحمد البطريق، مرجع سبق ذكره، ص ١٣٣

كانت الدراسات الأولى الخاصة بهذا المقترب عن كيفية استعمال الجمهور لوسائل الإعلام ،و هناك من يقسم هذا المدخل إلى قسمين من منظور تقليدي و أخر حديث، يتعلق الأول باستعمال الجمهور لوسائل الإعلام بينما يتعلق الثاني باستعمال الجمهور لتكنولوجيات الاتصال الحديثة و الاشباعات المحققة من ذلك حيث يختلف هذا الأخير عن المنظور التقليدي في أن المستعملين هنا أكثر نشاطا.

- كانت البداية بمجموعة دراسات تبحث في الإشباعات المحققة:

***دراسة ارنهايم Arnheim** ١٩٤٤) حاول الكشف عن الوظائف النفسية التي تؤديها المسلسلات لربّات البيوت، و **دراسة بيرلسون Berelson** ١٩٤٩) الذي استغل إضراب الصحافة للتأكد من الدوافع التي تجعل القراء يفتقدون يوميتهم المعتادة.[1]

و تكمن الإجابة التي توصل إليها **كاتز katz** على التساؤل التالي: "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ من خلال هذا النموذج أن محتوى الرسالة يتجاوز بكثير القصد الأصلي لمرسله حيث أن المتلقي أصبح يمثل جزءا من جماعات تأويلية (**comunauté interprétative**) و يتمثل دوره في فك رموز الرسائل متفاعلا معها.[2]

و أصبح الأفراد في مركز التحليل باعتبار أنهم هم من يقرر الاستخدام و ليس العكس، و الواقع أن مصدر هذا الاهتمام هو الرغبة في البحث عن أنواع الحاجات التي تلبيها محتويات هذه الوسائل و حصر اهتمام الناس و سلوكاتهم تجاه منتجات وسائل الاتصال، هكذا يولي نموذج الاستخدامات والاشباعات أهمية خاصة إلى الجمهور كطرف فاعل في العملية الاتصالية و واع في انتقائه لمحتويات هذه الوسائل.[3]

و الواقع أن أهمية المدخل لا تكمن في النتائج التي توصل إليها و التي تبين أن المتلقي لا يختار عن طريق الصدفة وسائل الإعلام للإطلاع على الأخبار أو الترفيه، و لكنّه ينتقي البرامج و يفسرها بطريقة عقلانية و بارتباط شديد.

إن نظرية الاستخدامات و الاشباعات قد نقلت حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور إلى المفهوم الإيجابي للقارئ على إدراك أن أعضاء هذا الجمهور هم أناس فاعلون ينتقون المضامين و الرسائل وفق رغباتهم، و لم تحصر موضوع التأثير في مضمون المادة الإعلامية،بل أدرجت السياق الاتصالي برمته ذلك أن منبع الاشباعات التي يحصل عليها المتلقي من الإعلام قد يتعلق بالمضمون الخاص للرسالة أو بالتعرض للوسيلة الإعلامية بحد ذاته أو بالوضعية الاتصالية الخاصة المرتبطة بوسيلة إعلامية ما.[4]

إسقاطات النظرية على المجتمع الجزائري:

يتميز المجتمع الجزائري بسياقات ثقافية و اجتماعية خاصة يختلف فيها عن باقي المجتمعات العربية نتيجة لمّا تعرض له من غزو و استعمار و حراك سياسي في التسعينيات من القرن الماضي ،و هذا ربما يصعب الدراسات و البحوث العلمية عموما نتيجة صعوبة التعامل مع أفراد الجمهور حيث يرجع الدكتور **عبد الرحمن عزي** السبب في صعوبة دراسات الجمهور

---

[1] فضيل دليو،" **الاتصال (مفاهيمه–نظرياته–وسائله)**"، مصر، دار الفجر للنشر و التوزيع، ٢٠٠٣، ط١ ص٣٠.

[2] حنان شعبان،" **تلقي الإشهار التلفزيوني**"، الجزائر، كنوز الحكمة، ٢٠١١، ط١، ص٥٣.

[3] مخلوف بوكروح، "**التلقي في الثقافة و الإعلام**"، ب ب ن، مقامات للنشر و التوزيع، ٢٠١١، ص ١٢٠.

[4] المرجع نفسه، ص١٢١.

والأبحاث الإعلامية في الجزائر إلى الحالة الاجتماعية للمتلقين فحسب رأيه يصعب على الباحث دراسة المجتمع الجزائري دون معرفة عدد من مكوناته الأساسية.[1]

و بالحديث عن نظرية الاستخدامات والاشباعات فمن بين الفروض التي تقوم عليها هذه النظرية خمسة فروض هي:[2]

- تميز الجمهور بمشاركة إيجابية.

- الاستعمال مرتبط بإرضاء إحدى حاجاته الأساسية.

_ تبني وجود علاقة تنافسية بين وسائل الاتصال.

- الأفراد يملكون القدرة على تشخيص دوافعهم.

- أحكام القيمة حول المعنى الثقافي للاتصال الجماهيري غير صادقة.

و إذا ما حاولنّا ربط إحدى هذه الفروض بأفراد الجمهور الجزائري كالحديث عن استعمال وسائل الإعلام لإرضاء إحدى حاجاته فخصوصية المجتمع الجزائري باعتباره محافظا،يتميز بحرمة المؤسسة العائلية يجعل الفرد غالبا ما يخضع لما تختاره العائلة من مضمون إعلامي، فالعائلة مؤسسة مقدسة في الخيال الاجتماعي الجزائري فقد يتساهل أو يتفاوض أو يتنازل في أكثر من موضع عام و مجال.[3]نفس الأمر يمكننا تطبيقه على اختيار الفرد لوسيلة إعلامية معينة فقد لا يتوافق مع هذا الفرض الذي يقوم عليه مقترب الاستخدامات و الاشباعات، فالفرد الجزائري لا يختار دائما ما يرضي حاجته و إنمّا يختار ما يرضي العائلة بأكملها و ما يتوافق مع القيم الدينية و المجتمعية و الأسرية.

كما أن الفرد يمكن إشباع حاجاته بسبل طبيعية دون الحاجة إلى وسائل الإعلام، فالفرد الجزائري مازالت تربطه روابط تقليدية لا يمكن أن تكون لديه الدوافع أو الحاجة إلى التفاعل الشبهي و هو دافع موجود أساسا في مجتمعات جماهيرية[4] والمجتمع الجزائري مجتمع انتقالي لازالت بعض التحولات الإعلامية تحدث فيه في وقتنا الراهن.

*الفرض الثاني الذي يقوم عليه المقترب هو تبني وجود علاقة تنافسية بين وسائل الاتصال و مصادر أخرى للحصول على الرضا،و في هذا السياق يمكننا الحديث على أن التلفزيون في المجتمع الجزائري منذ دخوله استحوذ على عقل المشاهد الجزائري خاصة و أن المضمون وقتها كان غربيا، فالمصدر الأساسي للإعلام التلفزيوني كان يعتمد على الأفلام الإخبارية الأوروبية و معظمها كانت بعيدة عن الواقع ، و حتى التبادل الإخباري كان يقتصر على الدول ذات العلاقات السياسية الوثيقة أو من خلال الاتفاقات الإعلامية الثنائية[5]مع ذلك فإن الفرد كان يستخدم وسيلة الإعلام هذه دون وجود وسائل أخرى تنافسها.

---

[1] عزي عبد الرحمن، "**منهجية الحتمية القيمية في الإعلام**"، تونس، الدار المتوسطية للنشر، ٢٠١٣، ط١، ص ٦٨.

[2] فضيل دليو،مرجع سبق ذكره، ص٣١.

[3] عزي عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص71.

[4] عزي عبد الرحمن، السعيدة بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص٦٧.

[5] فؤاد شعبان، عبيدة صبطي،" **تاريخ وسائل الاتصال و تكنولوجياته الحديثة**"، الجزائر، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، ٢٠١١،ص 148.

و بعد بداية تبيئة الإنتاج الإعلامي حسب المحيط المحلي مرفقا بتنوع في المضامين بين الغربية و العربية و الجزائرية يفرض السياق العائلي دائما اختياراته،و أهم مثال على ذلك هو: عادات و أنماط المشاهدة لدى الفرد الجزائري في شهر رمضان الكريم فنحن هنا انتقلنا من التعرض الانتقائي إلى التعرض الإجباري.

كما تكمن صعوبة تطبيق و إسقاط أي فكر تنظيري غربي على أي مجتمع عربي في مصداقية هذه البحوث و مصداقية الأدوات المنهجية مع صعوبة ذهنية الفرد الجزائري في التعامل مع البحث العلمي و في تعامله مع أي باحث علم ،سواء من خلال بعض الأدوات المنهجية كالاستبيان و المقابلة، حيث نجده لا يثق في هذا النوع من الأدوات هذا لما له من أثر تاريخي (الاستعمار و الإرهاب) فتجده دائما يحاول أن يجيب الإجابة التي لا تورطه في أي شيء ،وبالتالي يصعب هنا تحديد دوافعه الحقيقية في استخدام أي مضمون إعلامي.

ب/نظرية ترتيب الأولويات:

تعود جذور هذه النظرية إلى العشرينيات من القرن الماضي و دراسات تحديد الأجندة تمت في أنظمة سياسية و ديمقراطية مفتوحة و في عهد ما قبل الثورة الرقمية في قطاع الإعلام[1]، حيث تقوم هذه النظرية على أن وسائل الإعلام تتناول مجموعة من القضايا الموجودة على الساحة و تولها اهتمام و تعالجها و منه تصبح هذه القضايا بعد التكرار و العرض مهمة أيضا عند الجمهور بنفس الترتيب الذي تفرضه وسائل الإعلام، حيث يعتبر "**ماك كومب و شاو**" (Mc combs و **Shaw** ١٩٧٢) من رواد هذه النظرية حيث يريا بأن هناك علاقة بين النظام التمرتبي (**hiérarchique**) للمعنى المعطى لنفس المشاكل من طرف الجمهور و السياسيين، فوسائل الاتصال تحدد إذن جدولة الأحداث و ترتب المشاكل.[2]

إسقاط النظرية على المجتمع الجزائري:

من بين الدراسات المهمة التي تختبر فرضية هذه النظرية في الجزائر هي دراسة قام بها **يوسف تمار:" علاقة الجمهور الجزائري و الصحافة المكتوبة الجزائرية أثناء الحملة الانتخابية لرئاسيات ٢٠٠٤ في الجزائر"**،و كانت النتائج المتوصل إليها تلغي الفرضية كلّها:

- عدم صحة الفرضية تعود إلى طبيعة الجمهور.

- اختلاف السياق، فالفرد الجزائري لم يتحرر بعد من الاحتكار السلطوي الذي كان يمنعه من التعبير خارج الحدود التي يرسمها الحزب.

- عدم تمتع الصحافة بالحرية التامة للتعبير عن قضايا المجتمع.[3]

و لعّل هذه الدراسة تعد من الدراسات القليلة جدا التي تتعرض إلى نفي فرضيات نظرية ما، و تكمن المشكلة أيضا في عدم جرأة الباحث العربي و إيمانه المطلق بأفكار و فروض أغلب النظريات الغربية دون مراعاة اختلاف السياقات هنا و هناك.

و من بين الدواعي التي تصعب من مهام وسائل الإعلام في تحديد أجندة المجتمع الجزائري هو غياب المجال العام (**public sphère**) كما يذكر الدكتور **عزي عبد الرحمن** في كتابه "**المنهجية القيمية في الإعلام**" فبقدر ما يقدر الإنسان

[1] عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص١٠٩.

[2] فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص.٣٧

[3] عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص١١٦.

الجزائري مؤسسة الأسرة بقدر ما يملك عداوة تجاه محيطه بالمفهوم الواسع ،سواء على مستوى البيئة القريبة (الحي أو الحومة) أو المجتمع الواسع و يلاحظ هذا في تدهور المحيط الخارجي[1]، و غياب الفضاء العمومي الذي يناقش فيه أفراد المجتمع قضايا مجتمعه ،فطبعا نحن هنا نتحدث عن المجتمع الجزائري قبل انتشار استخدام الانترنت و مواقع التواصل الاجتماعي.

و بالعودة إلى فروض نظرية ترتيب الأوليات فالدراسة التي قام بها **Brigman** و **Missika** حول "**دور وسائل الإعلام في التأثير على السلوك الانتخابي أثناء الحملات الانتخابية**" ومن النتائج المتوصل إليها هي أن الناخبين لم تعرض عليهم خيارات كثيرة من أجل الاختيار.[2]

و يربط هذا بالإعلام الجزائري الذي لطالما كان إعلاماً رسمياً حكومياً،لا يقدم آراء متعددة و متنوعة بل يلتزم بسلطوية الرأي و التعرض المقتضب إلى القضايا المهمة في المجتمع أو عدم التعرض إليها إطلاقا.

و من الصعوبات البحثية المنهجية التي تعرقل الوصول إلى نتائج ملموسة عن ترتيب الأوليات في المجتمع الجزائري هي:

-التي تعلق التساؤل الأول بموضوع القياس نفسه و ذلك بسبب عدم وضوح نوع العلاقة التي توجد بين أجندات مختلف وسائل الاتصال [3]،فالجمهور الجزائري يتعرض لأكثر من مضمون إعلامي و أحيانا يكون هذا المضمون في غالبيته غير محلي، ويميل التساؤل الثاني على ماذا نقيس؟ هل نقيس الآراء ،المعتقدات،أو التصورات.

ج/نظرية لولب الصمت:

هي مقاربة لها نفس اهتمامات سابقاتها أي تحليل دور وسائل الاتصال في التأثير على الرأي العام على المدى الطويل، و خاصة فيما يتعلق بأثر الحملات السياسية على السلوك الانتخابي و تعرف باسم دوامة الصمت **(Spirale de silence)**، قدمت صاحبتها **نويل نيومان** (**Noelle-Neumann** 1974) فرضية مؤداها أن أغلبية الأفراد خوفا من أن يرفضوا و أن يصبحوا غير شعبيين يحاولون تمثل آراء الآخرين و إتباع رأي الأغلبية الذي عادة ما يكون متسقًا مع الأفكار التي تدعمها وسائل الإعلام، ومن ثم فان لهذه الوسائل دور بارز في تكوين الرأي العام لأنها تعتبر هي المصادر المرجعية لإعلام الجمهور.[4]

تطبيق النظرية على المجتمع الجزائري:

يمكن تطبيقها على مرحلتين متمايزتين: مرحلة أوائل التسعينات من القرن الماضي، و مرحلة أواخر التسعينات من جهة أخرى، إذ يمكن إيجاد تطبيق لها في الرأي العام الغربي و اتجاهاته نحو قضايا الشرق الأوسط و علاقة هذا بسيطرة الرأسمال الصهيوني على الإعلام الدولي، إلا أن الصعوبة تبقى قائمة على مستوى المنهجية و كيفية قياس أراء الناس الحقيقية[5] .و بالحديث عن قضية الرأي العام يطرح الكثير من الباحثين الجزائريين في الإعلام و الاتصال عن حقيقة وجود رأي عام جزائري في ظل عدم وجود أراء إعلامية متعددة و مختلفة توجه النخبة إلى اختيار و تبني رأي واحد دون بقية الآراء.

---

[1] عبد الرحمن عزي، مرجع سبق ذكره، ص٧١.

[2] عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص١١٧.

[3] فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص٣٨.

[4] المرجع نفسه، ص٣٨.

[5] عبد الرحمن عزي، السعيد بومعيزة، مرجع سبق ذكره، ص١٢٩.

-تعرضت هذه النظرية لعدة **انتقادات** أهمها:[1]

- قلة الصدق الإمبريقي حيث أثبتت بعض الدراسات الميدانية أن مفهوم الأقلية الصامتة غير دقيق و لا يمكن تعميمه.

- التشكيك في صحة افتراض اتساق و تكرار المضامين الإعلامية بمعزل عن المؤثرات الأخرى بكونها تعبر دائما عن رأي الأغلبية الحقيقية لأنها قد تعكس رأي الأغلبية المزيفة التي تروج لها.

و تبقى بقية النظريات قيد الاختبار مع الحاجة كذلك إلى التأكد من فرضياتها و مدى صحتها و صلاحيتها مع البيئة المجتمعية العربية و بالأخص الجزائرية.

٤/نظريات الاتصال المعاصرة في ظل الإعلام الجديد:

أ/التنظير في الإعلام الجديد:

إن تغير منظومة الاتصال في العالم اليوم بعد تزايد استخدام الانترنت و مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص ،قد أثّر من جانب و ساعد من جانب أخر في إحداث تغيرات اجتماعية ثقافية و حتى سياسية حيث تغيرت أنماط الاتصال و تغيرت الخارطة الإعلامية القائمة على ثنائية (مرسل- متلقي) فلطالما كانت وسائل الإعلام هي القائم بالاتصال و الجمهور هو المستقبل لهذه المضامين الإعلامية.

و بطبيعة الحال فإن كل النظريات الإعلامية كانت تقوم على هذه العلاقة الثلاثية الإنتاج-النص-الجمهور (المرسل-الرسالة-المتلقي) وما أتاحته البيئة التواصلية الجديدة بفضل الويب ٢. و تكنولوجيات الاتصال الحديثة هو تدخل المتلقي في صنع المحتوى الإعلامي، و كذا تفاعله مع المواد الإعلامية التي تنتجها وسائل الإعلام التقليدية، و هذا ما مسّ جانبًا من النظريات الخاصة بالإعلام و بالعمل الإعلامي خاصة في العالم العربي، فهل نحن بحاجة إلى إعادة التأطير لهذه النظريات؟ أم بحاجة إلى التنظير حسب ما فرضته خارطة الممارسات في الإعلام الجديد؟.

يتطلب التنظير أو إعادة التنظير حسب الممارسات الإعلامية الجديدة إعادة النظر في ثلاثة جوانب (المفاهيمي - الفروض – المناهج) التي تقوم عليها علوم الإعلام و الاتصال كمّا يتوجب تحديث تطبيقات الإعلام التقليدي مع ما يتلائم و تطبيقات الإعلام الجديد، حيث تعتبر (**صونيا لفنقستون**) أن مبحث الجمهور في إطار التحولات الراهنة يثير عدة تحديات نظرية و منهجية فعلى المستوى النظري تتعلق التحديات بتوظيف المعارف النظرية السابقة و تكييفها مع السياق الجديد خاصة أن فكرة الجمهور النشط (**Active audience**) مركزية في الأدبيات النظرية،و من هذا المنطلق يمكن أن تكون الميديا الجديدة مجالا لتوسيع فكرة الجمهور النشط.[2]

و على المستوى النظري و المنهجي يستخدم الباحثون مقاربات نظرية و منهجية متعددة توظف أحيانا المفاهيم التقليدية للعلوم الاجتماعية أو المقاربات النظرية المتصلة بالوسائط الإعلامية الكلاسيكية (كمقاربة الاستخدامات و الاشباعات لمقاربة الممارسات التواصلية في مواقع الشبكات الاجتماعي)، و تتسم الأطر المنهجية كذلك بتنوعها كيفية (المقابلة و الملاحظة) و كمية (تحليل المضمون).

[1] فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص ٣٩.

[2] الصّادق الحمّامي، مرجع سبق ذكره، ص٢٦.

كما ظهرت عدة صعوبات لدراسة المواضيع المتصلة بالإعلام الجديد تمثلت في صعوبات منهجية بالدرجة الأولى ، فالمناهج التي يعتمدها الباحثون في الخطاب الإعلامي (تحليل الخطاب أو تحليل المضمون) أو ممارسات التلقي (المقاربات الكمية و الكيفية) تواجه تحديات كبيرة عندما يتعلق الأمر بدراسة أشكال تعبيرية جديدة فيها الذاتي بالعام و تمدد امتداد لتجارب الناس الحياتية و نشاطاتهم الاجتماعية[1] و رغم أن موضوع الإعلام الجديد حظي باهتمام الباحثين العرب إلا أن كل البحوث كانت مقاربات تأليفية تهتم بعرض الإشكاليات العامة التي يطرحها الإعلام الجديد دون الاهتمام بالحالات الامبريقية التي تعطي للمشكلات النظرية دلالاتها الثقافية.[2]

هذا ما يتعلق بالجانب المنهجي، أما على المستوى النظري فهناك من يدعو إلى التنظير الذاتي للإعلام الجديد و هناك من يرى ضرورة تحديث نظريات الإعلام التقليدي مع ما يتوافق و مظاهر الإعلام الجديد، و توجه آخرون إلى رؤية تقول أن الإعلام الجديد ما هو إلا حركات تصحيحية لمهام الإعلام التقليدي.

يرى **جمال الزرن** من خلال دراسة تحت عنوان "**تساؤلات الإعلام الجديد و الانترنت** "أن الانترنت في الوطن العربي في حاجة إلى مقاربة نقدية ،بل قل في حاجة إلى مراجعة و رؤية ذات مرجعية تأسيسية.[3]

وإذا كانت البحوث الكلاسيكية منشغلة بتفكيك العلاقة الخطية للعملية الإعلامية أي إنتاج النصوص نحو الجمهور فان البحوث في الميديا الجديدة تتجاوز هذا النموذج الخطي لدراسة التشكيل الاجتماعي (**social shaping**) والتأثيرات الاجتماعية لأن ما يجب أن يهتم به الباحث هو التفاعل و التداخل و الترابط المتبادل بين المستويات الثلاث[4] حيث وجب الأخذ بعين الاعتبار بالمستخدمين و الاستخدامات و التفاعلية و إعادة التنظيم.

٥/النظريات الإعلامية و الاتصالية في ظل الإعلام الجديد:

أخذت بعض نظريات الاتصال المعاصرة توجها جديدا في ظل الإعلام الجديد ، فمنها ما تأكدت فروضها وأخرى ألغيت، إذ يرى الباحثون أن الإعلام الجديد قام بهدم النسق التنظيري التقليدي و دعوا إلى الحاجة إلى إعادة النظر في هذه النظريات عن طريق ربط وسائل الإعلام التقليدية مع مظاهر الإعلام الجديد.

و حسب **الصّادق الحّمامي** فإن البحوث العربية في الإعلام و الاتصال لطالما خضعت إلى رؤية إيديولوجية و أخلاقية جعلت من قضايا الاختراق الثقافي و استلاب الهوية من جهة ، و أزمة القيم الثقافية من جهة أخرى المشكلات الفكرية المهيمنة و التي تحول البحث في الإعلام و الاتصال بسببها إلى خطاب معياري و هذا نتيجة طبيعية لغياب استثمار المفاهيم النظرية.[5]

كما أن وسائل الإعلام التقليدية في العالم العربي لا تؤدي وظائفها في ظل خضوعها لإيديولوجية النظام الحاكم و كذا في ظل اعتبارها أداة سياسية تمارس بها الحكومة الضغط على المجتمع و ليس العكس، فبدا للبعض أن في ممارسات الإعلام الجديد حركة تصحيحية للممارسة الإعلامية التقليدية و كذا النظريات التي تؤطر هذه الممارسات.

---

[1] الصّادق الحمامي، مرجع سبق ذكره، ص٢٥٨.

[2] الصادق الحمّامي،"**الإعلام الجديد و الإعلام الكلاسيكي بين الاتصال و الانفصال (التلفزيون العمومي نموذجًا)**"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد٣٣، ص٦.

[3] أسامة الخولي و آخرون،" **العرب و ثورة المعلومات**"، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٥، ط١، ص ١٠٩.

[4] الصّادق الحمامي، مرجع سبق ذكره، ص ٢٥.

[5] المرجع نفسه، ص ٢٢٣.

أ/من حراس البوابة إلى انهيار البوابات:

يتمثل دور حراس البوابة في دراسة العوامل التي تتحكم في تمرير الرسالة أو تعديلها أو منعها[1]، و لكن في ظل التغيرات الإعلامية الجديدة تغير دور حارس البوابة الإعلامية وفق العديد من الاعتبارات فالقائم بالاتصال لم يعد ذلك الصحافي الذي يؤثر بالمادة الإعلامية يحذف و يضيف ،يغير و يبدل بل انحصر دوره في حماية المادة الإعلامية حتى وصولها إلى الجمهور و حراستها من التغييرات التي ربما تطّالها من خلال سياسة المؤسسة الإعلامية .فحارس البوابة الإعلامية يسعى لمواكبة التغيرات الإعلامية الحديثة في تبني بعض المصطلحات التي يربطها بالتطورات التكنولوجية و الانفتاح الإعلامي و حرية الإعلام، بل يحاول تبرير عدم قدرته على التحكم بالمادة الإعلامية لأن العالم أصبح قرية كونية للجمهور المشاركة بصناعة المادة الإعلامية و المشاركة الفاعلة برسم خريطة المشهد الإعلامي و هذا ما أفسح المجال لنظرية حارس البوابة بالانهيار السريع في الإعلام العربي كما يراه البعض،و يعود السبب حسب أراء بعض الباحثين الأكاديميين بأن التأثير القائم بالاتصال لا يتعدى المادة الإعلامية.[2]

يقول الدكتور **أحمد المنزلاوي**: "أن نظرية حارس البوابة نظرية في علوم الإعلام تعني أن العاملين به يقفون حراسا على قيم المجتمع و تقاليده"[3]. لقد أدت نظرية حارس البوابة إلى خلق صناع مادة إعلامية جدد يحاولون قدر المستطاع تجاوز القيم التنظيمية للمؤسسة الإعلامية من أجل صناعتهم إلى الجمهور المتلقي من دون تدخل حراس البوابة في هذه المادة[4] وجد **بريد Bred** عندما قام بالتحليل الوظيفي لدور حراس البوابة بالتحكم بالمادة الإعلامية حيث وجد أن بعض الصحف تحذف الأخبار التي تهدد النظام الاجتماعي و الثقافي أو تنتقده بشكل مبالغ فيه.

ب/من أجندة الجمهور إلى أجندة وسائل الإعلام:

في الوقت الذي كانت فيه وسائل الإعلام هي التي تحدد المواضيع المهمة التي يناقشها الجمهور في الفضاء العمومي، أصبحت اليوم مواقع التواصل الاجتماعي هي التي تؤطر أهمية المواضيع التي يجب على وسائل الإعلام تناولها، فما يطرحه المستخدمون على شبكة الانترنت و ما يوليه الجمهور لهذه المضامين من أهمية في هذا الفضاء السيبيري أصبح يفرض على وسائل الإعلام الكلاسيكية ضرورة التعرض لهذه المواضيع و مناقشتها.

في أواخر العام ٢٠٠٢ احتفل **ترينت لوت Trent lott** بذكرى ميلاد زميله الجمهوري **ستروم strom thurmond** المائة، فقد تذكر **لوت حملة ثورموند الرئاسية** في ١٩٤٨ حيث قال أن الأمة كانت ستكون أفضل حالا لو كان **ثورموند** قد فاز في الانتخابات.

بعد هذا التصريح تعرض لوت لهجمات الكترونية من طرف مؤلفي المدونات و مرسلي البريد الالكتروني و الصحفيين الإكترونيين الآخرين و كان تدفق الغضب و المعلومات معقدا،و في المقابل وسائل الإعلام التقليدية لم تبد أي اكتراث بالموضوع و واصل المدونون غضبهم من هذا التصريح العنصري.

---

[1] سعد بن محارب المحارب، "**الإعلام الجديد في السعودية**"، لبنان، جداول للنشر و التوزيع، ٢٠١١، ط١، ص٣٥.

[2] عبد الرحمن بن نامي المطيري، مرجع سبق ذكره، ص٢٠٤.

[3] المرجع نفسه، ص٢٠٥.

[4] المرجع نفسه، ص٢٠٦.

و بعد عدة أيام أبرزت وسائل الإعلام القومية بشكل كامل القصة التي لم تختف و قال وقتها **جون بودرتز John Podhoretz** في عموده بصحيفة **نيويورك بوست** (لقد أحرزت المدونات نصرها الأول).[1]

و ما لاحظناه من خلال هذا المثال كيف أن المدونات استطاعت أن تضع موضوعا صرفت عنه وسائل الإعلام التقليدية الاهتمام و تمكنت المدونات الالكترونية في فترة وجيزة أن تجعله موضوع الساعة ،و ينطبق هذا المثال على ما حدث في عالمنا العربي بداية من العام٢٠١ و كيف أوصلت تطبيقات الإعلام الجديد قضايا كقضية التونسي محمد البوعزيزي و قضية المصري خالد سعيد لم تكن لوسائل الإعلام أن تتعرض إليها أو تصل إليها.

نحن بهذه النظريتين باعتبارهما الأكثر تأثرًا بما جاء به الإعلام الجديد، و رغم ذلك يمكن طرح بعض التساؤلات التي تشوب باقي النظريات كنظرية الإستخدامات و الإشباعات، فالدارس لمستخدمي الانترنت و مواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص لا يمكنه أن يحدد بسهولة بل لا يمكنه أن يحدد إطلاقا الإستخدامات الحقيقية و الواقعية للأفراد بهذه المواقع و ما هي الرغبات التي يتحقق إشباعها في ظل استخدام الفرد خاصة العربي هويات افتراضية و أخرى واقعية. فهل تتشابه الاستخدامات و تتوافق الرغبات عند الفرد الواحد المستخدم لهويتين واحدة افتراضية و الأخرى واقعية ؟؟.

و بالحديث عن نظرية لولب الصمت، اليوم و نتيجة ما تتيحه تطبيقات الويب ٢.٠ من حرية في التعبير ،لم يعد هناك فئة الصامتين هذه بل بالعكس فبعدما كانت تتخفى نتيجة الخوف من العزلة في المجتمع نتيجة عدم توافق رأيها مع رأي الأغلبية إذ أصبحوا اليوم يدعمون أرائهم بخلق فضاءات خاصة بهم و مثال ذلك موضوع مؤيدي زواج المثليين الذي أرغم بعض الدول الأوربية على خلق قوانين تشرع هذا الزواج.

خاتمة:

بينما كان الباحثون العرب يسعون إلى قضية تحقيق التوازن المعرفي و العلمي بين الشمال و الجنوب، كانت أبحاث الإعلام الجديد و تكنولوجياته قد انطلقت هناك،و كانت البدايات الأولى للبحث عن تأطير علمي معرفي لها قد بوشرت، و لكن ما أحدثه الإعلام الجديد بتطبيقاته في العالم العربي من تحولات جذرية في العديد من القطاعات السياسية منها و الاجتماعية ربما لم يحدثه الإعلام ذاته في العالم الغربي، و بالتالي نعود دائما إلى جوانب اختلاف السياق العربي عن الغربي، فنحن بحاجة إلى أن نؤطر هذه التحولات علميا و منهجيا و مفاهيميا.

لقد انطلقت الكثير من البحوث في العالم العربي التي تهتم بموضوع الإعلام الجديد لكنها كلّها محاولات تبحث عن الإشكالات المعرفية التي طرحتها هذه البيئة التواصلية الجديدة و لا تبحث هذه الدراسات في التنظير لما أتت به هذه الممارسات،و بالتالي نحن بحاجة كما دعا الكثير من الباحثين العرب في هذا الميدان إلى التنظير الذاتي للإعلام الجديد كمنظومة جديدة تحمل ما تحمل من الممارسات الإعلامية الجديدة و الأنماط التواصلية الجديدة أيضا و هذا ما تقوم عليه البحوث في علوم الإعلام و الإتصال.

[1] دان جيلمور،"**الإعلام أساس الصحافة من الجميع و من أجل الجميع**"،تر:نفين نور الدين،القاهرة،الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ٢٠٠٩، ص٨٢ .

قائمة المراجع :

١. البطريق نسمة أحمد ،" **المدخل الاجتماعي للإعلام العربي(دراسة في إشكاليات التواصل الفكري من خلال الإعلام السمعي المرئي)**،" المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد ١ ، جانفي-جوان١٩٨٥ ، تونس.

٢. الحمّامي، الصادق،"**الإعلام الجديد و الإعلام الكلاسيكي بين الاتصال و الانفصال(التلفزيون العمومي نموذجًا)**"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد٣٣.

٣. الحمّامي، الصّادق، "**الميديا الجديدة(الابستومولوجيا و الإشكاليات و السياقات)**"، تونس، المنشورات الجامعية بمنوبة، ٢٠١٢، ط١.

٤. الخولي، أسامة و آخرون، "**العرب و ثورة المعلومات**"، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية،٢٠٠٩، ط١.

٥. المطيري، عبد الرحمن بن نامي ،" **دور القائم بالاتصال في ضوء نظرية تأثر الشخص الثالث**"، أبحاث المؤتمر الدولي (إعلام جديد-تكنولوجيات جديدة...لعالم جديد)، جامعة البحرين، البحرين،٩٧ أبريل٢٠٠٩، منشورات جامعة البحرين.

٦. بن محارب، سعد المحارب،" **الإعلام الجديد في السعودية**"، لبنان، جداول للنشر و التوزيع،٢٠١١، ط١.

٧. بوكروح، مخلوف ، **التلقي في الثقافة و الإعلام**، ب ب ن، مقامات للنشر و التوزيع،٢٠١١.

٨.جلبي، على عبد الرزاق، **الاتجاهات الأساسية في نظرية علم الاجتماع**، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية،٢٠٠٩، ط٢.

٩. جيلمور، دان،" **الإعلام أساس الصحافة من الجميع و من أجل الجميع**"، تر:نفين نور الدين، القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية،٢٠٠٩.

١٠. دليو، فضيل ،" **الإتصال (مفاهيمه-نظرياته-وسائله)**"،مصر، دار الفجر للنشر و التوزيع،٢٠٠٣،ط١.

١١.سعد،حسين،" **البراديغمات المسيطرة في علوم الإعلام و الإتصال و إشكالياتها المعرفية**"،مساهمة في حلقة بحثية، البراديغمات العلمية٩ ١٣١ ٢٠١٠.

١٢. شعبان، حنان ،" **تلقي الإشهار التلفزيوني**"، الجزائر، كنوز الحكمة،٢٠١١، ط١.

١٣. شعبان، فؤاد ، عبيدة صبطي،" **تاريخ وسائل الاتصال و تكنولوجياته الحديثة**"، الجزائر، دار الخلدونية للنشر و التوزيع،٢٠١١.

١٤.عبد الرحمن، عبد الله محمد ، "**علم الاجتماع النشأة و التطور**"، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية،٢٠٠٧.

١٥. عزي، عبد الرحمن، السعيد بومعيزة، "**الإعلام و المجتمع(رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية و الإسلامية)**"، الجزائر، الورسم للنشر و التوزيع،٢٠١١.

١٦. عزي، عبد الرحمن، "**منهجية الحتمية القيمية في الإعلام**"، تونس، الدار المتوسطية للنشر،٢٠١٣، ط١.

١٧.ماتيلار، أرمان ، ميشال ماتيلار،" **تاريخ نظريات الإتصال**"، تر: نصر الدين العياضي، الصادق رابح، بيروت، المنظمة العربية للترجمة،٢٠٠٩، ط٣.

١٨.محمد، محمد علي ،" **البحث الإجتماعي (دراسة في طرائق البحث و أساليبه)**"، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية.

١٩.عوض، محمد بابكر ،" **مراجعات منهجية على مبحث النظرية الإتصالية**"، http://omerhago.blogspot.com/2012/07/blog-post_30.html