

# إبستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال

## مقاربة نسقية مفاهيمية

عبد الله ثافي محمد النذير

أستاذ محاضر، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، الجزائر

### الملخص

برزت الظاهرة الاتصالية إلى الوجود مع بداية الإنسان ممارسته الاتصال، وقد تطور هذا المفهوم عبر التاريخ؛ نتيجة تطور وسائله؛ فبدأ الإنسان يمارس الاتصال عن طريق الإشارات والإيماءات والرموز، ثم مر بعد ذلك إلى أن اخترعت المطبعة التي كانت نقطة انعطاف في تحول تاريخ الاتصال من الاتصال التقليدي الشخصي إلى الاتصال الجماهيري؛ فالفضل يعود لهذه التقنية التي حولت المجتمع من مجتمع جمعي إلى مجتمع جماهيري.

تجدر الإشارة إلى أن معالجة المسألة الفكرية والفلسفية لا تتم بصفة تجريدية عن العوامل الأخرى، وفي هذا الإطار نعتقد أن أهم مدخل لطرح الإشكال الإبستمولوجي في علوم الإعلام والاتصال هو ذلك الذي ينطلق من الثورة الاتصالية التي شهدتها وسائل الإعلام والاتصال، ومن هنا فإننا نحاول في هذه الدراسة طرح علاقة الإبستمولوجيا واتجاهاتها بتكنولوجيا الإعلام والاتصال. والبداية تكون بمعرفة مكونات الظاهرة الإعلامية التي تتسم بالتداخل والتعقيد؛ ذلك أن المتمعن في المشهد الإعلامي على مر العصور وعبر التاريخ وعلى الصعيد الدولي يلاحظ أن الإعلام ارتبط تاريخياً بالثورة الصناعية وبحركة الرأسمالية التي ازدهرت في القرن التاسع عشر، وتطور باتجاه العالمية والاحتكار ويتحكم فيه منطق السوق، ويقوم على الملكية الفردية والربح والتنافس. كما أن هذا الإعلام مرتبط بسياق التكنولوجيا الحديثة التي دفعت الاتصال إلى مرحلة عالية من الكثافة والسرعة والانتشار؛ الأمر الذي أدى إلى تسريع نقل الرسائل وزيادة التفاعل بين المرسل والمتلقي. وهو كذلك مرتبط بالفكر الاقتصادي لوسائل الإعلام من تجارة وصناعة وتمويل لهذا الاتصال.

على كل حال سنعالج في هذه الدراسة موضوع إبستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال؛ بحيث نتطرق فيه إلى ماهية إبستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال ونتناول فيه ماهية إبستمولوجيا الإعلام: المفاهيم وأهم فلسفات الإعلام، وإبستمولوجيا الاتصال وأهم مفاهيم الاتصال.

## 1- إبستمولوجيا الإعلام ( المفاهيم ).

### 1-1- مفهوم إبستمولوجيا الإعلام.

#### 1-1-1- مفهوم الإعلام.

##### اصطلاحاً

يتصل معنى الإعلام بالأخبار والأنباء والحوادث العارضة ، ولا يتضمن في المعنى اللغوي أكثر من الإنباء والإظهار والإبراز ؛ فيكون من هذه الجهة أكثر اتصالاً بالأحداث وأشد تعلقاً بالصفة الآنية العابرة<sup>(1)</sup>.

لمعرفة المعالم التي تميز الموضوعات ذات الثقافة والنظام المشترك تصوري ، والخبرة التي تخص هوية الموضوع ، أدلى في هذا المقام برنارد لاميزت LAMIZET Bernard بأن :

" الإعلام ينشر بين مواضيع التركيبية الاجتماعية لبناء الروابط الاجتماعية ومعرفة الآثار " <sup>(2)</sup>.

وليس هناك تعريف محدد لمفهوم الإعلام بسبب اتساع مفهومه وتداخله في كثير من مجالات النشاط الإنساني والعلاقات الإنسانية بمختلف أنواعها ، ولهذا يصعب تحديد مفهوم لفظة " الإعلام " ؛ بسبب اختلاف منهاجه وتعدد أدواره ، وتباين مذاهب الباحثين<sup>(3)</sup>.

ويستخدم الإعلام للدلالة على عمليتين في وقت واحد تكمل إحداها الأخرى ؛ فهو يشير من جهة إلى عملية استقاء المعلومات واستخراجها والحصول عليها من خلال الوجود السريع والفوري في مكان الحدث ، أو الغوص في أعماق صاحب المعلومة طويلاً وعرضاً لاستخلاص المعلومات .

إن الإبستمولوجيا - من وجهة نظر ريجيس دوبريه - " هي : " تفكير حول العلوم ، تدرس تكوين المعارف الصالحة ؛ فخطابها معياري حول أنظمة من البيانات الوصفية . فهي تبرز معايير صلاحية ، وتعين " العوائق " أمام تطور الحق ، إنها متطلبة ومشككة وتتحرك في الأفق الكلاسيكي للفلسفة وكأنها محكمة للمعرفة ، تبحث عن مرتكزات ، وتقوم بعمل التحقق " .

علم الإعلام يقوم بعكس ذلك تماماً: فهو يهدف إلى وصف البيانات المعيارية. إن "الحقيقة" لا تهتم علماء الإعلام، ليس بأكثر مما تهتم ميول القلب أطباء القلب. إننا لانطرح هنا أسئلة حول الجوهر والمرتكزات<sup>(4)</sup>.

إن علم الإعلام العام لا يستطيع أن يجد وجهه النظري إلا من خلال تجلياته الإقليمية. فالمقاربة أو الروح الإعلامي الذي يقوم بإسناد كل مجال للنشاط إلى نظام من النقل يدعمه، سيكون له تطبيقات أو فروع بقدر ما لعلم الاجتماع والتاريخ، وهي: الدين، العلوم، المؤسسات، الثقافات، الحقوق، الفن، إلخ... يعني: كيف يحدث النقل والانتشار والدوران والتمدد والتعدد، إلخ؟ وعلى أي مرتكز؟ وماذا يغير هذا ويركب في الجسم أجهزة الإرسال والالتقاط؟ وبأي توجهات، وأي مسارات وشبكات وتحالفات وتلاقات ومنافذ، إلخ؟<sup>(5)</sup>. وهذا ما اصطلاح عليه ريجيس دوبري في خصوصية علم الإعلام بتقاطع علوم عديدة لاجتياز الحقول.

إنه من الطبيعي أن تقوم نظرية إعلامية تعطي للدولة - باعتبارها الممثل للمجتمع - حق التحكم في الآلة الإعلامية وتوجيهها الوجهة التي تخدم المجتمع وتسهم في تحقيق غايته. ويمكن أن نسمي هذه النظرية أو الفلسفة (فلسفة الإعلام الموجه).

وبالطبع لم تخرج التصنيفات التي قدمها الباحثون للخلفيات الفلسفية للإعلام عن فلسفة الإعلام الحر وفلسفة الإعلام الموجه<sup>(6)</sup>.

ولكن اختلف الباحثون في مسميات الفلسفات التي تتفرع من هاتين الفلسفتين الكبيرتين، وذلك تبعاً لأشكال السيطرة ودرجاتها ومبرراتها في فلسفة الإعلام الموجه، وتبعاً لتدخل الدولة أو المجتمع في الحد من الحريات الواسعة في فلسفة الإعلام الحر؛ لذا ظهر أكثر من مسمى لهذه الفلسفات، ولكن هذه المسميات - على الرغم من تعددها - لم تخرج في النهاية عن كونها إما "فلسفات إعلام موجه" وإما "فلسفات إعلام حر".

## المطلب الأول - تصنيفات إبستمولوجيا الإعلام

بعد أن قسمنا أهم الفلسفات الإعلامية الجديدة بالدراسة النقدية وهي (الفلسفة

الليبرالية - المسؤولية الاجتماعية - الاشتراكية - التنمية)، نود تقسيم هذا المطلب إلى فرعين : الخلفية الفلسفية لنظرية الإعلام الحر ، والخلفية الفلسفية لنظرية الإعلام الموجه .

## الفرع الأول : الخلفية الفلسفية لنظرية الإعلام الحر

### أولاً - الفلسفة الليبرالية

تشكلت الملامح العامة لفلسفة الإعلام الليبرالي - مثلها في ذلك مثل باقي الفلسفات الإعلامية - تبعاً لمسلمات الكوزمولوجيا<sup>(7)</sup> العلمانية وغاياتها ، أما ملامحها الدقيقة فقد تشكلت تبعاً لافتراضات الأساسية التي قالت بها الفلسفة الليبرالية ، وذلك فيما يتعلق بطبيعة الإنسان ، ومدى أهلية هذه الطبيعة للتمتع بالحرية وطبيعة الدولة - باعتبارها الكيان العام الذي يعيش الإنسان ويمارس حرياته في إطاره - وطبيعة العلاقة بين الإنسان والدولة ، ومدى انعكاس ذلك على حريات الفرد ، والحدود التي يسمح للدولة التدخل في حريات الفرد في إطارها ، وطبيعة الحقيقة وكونها متاحة للجميع وليست حكراً على أحد دون غيره ، بشرط استخدام الفرد عقله استخداماً سليماً .

وقد مر الأساس الذي تستند إليه حرية التعبير - وهي الركيزة الأساسية التي قامت عليها فلسفة الإعلام الليبرالي - بعدة مراحل ؛ فقد استندت في المرحلة الأولى إلى الأساس الديني ، وفي مرحلة ثانية إلى الأساس الطبيعي ، وأخيراً استندت إلى الأساس النفعي .

### 1- الأساس الديني

كان أساس حرية التعبير عند ملتون ومعاصريه - الذي كتب كتاباً كاملاً يدافع فيه عن حرية الصحافة وأسماء (أربوجيتكيا) في 1644 - هو أساس ديني ، فالرب - وهو رب طهري - يريد أن تكون للناس صحافة حرة حتى يستطيعوا كشف الحقيقة .

### 2- الأساس الطبيعي

وهو الأساس الذي نجم عن التخلي عن الفكر الديني الذي أفسح مكانه لنظرية الكوزمولوجيا العلمانية ، وبناء على هذا الأساس اعتبرت حرية التعبير حقاً من الحقوق

الطبيعية للإنسان مثلها مثل باقي الحقوق الطبيعية اللصيقة بالطبيعة الإنسانية، وقد وسع الليبراليون من نطاق مفهوم الحرية، فبينما نظر إليها ميلتون على أنها مجرد التحرر من الترخيص الحكومي، نظر الليبراليون إليها على أنها منع للتدخل الحكومي بأشكاله كافة، وبينما أنكر ملتون حرية التعبير على أولئك الذين يختلفون حول المسائل الأساسية، كان الليبراليون على النقيض؛ إذ كانت الحرية بالنسبة إليهم تعني الحث على المعارضة حتى حول المسائل الأساسية، وحتى شكل الحكم نفسه ينبغي ألا يسلم من المعارضة، ولا ينبغي للدولة أن تتدخل ولو كان ذلك إنقاذاً لنفسها.

بينما كان ملتون يؤيد فرض القيود على بعض أنواع الموضوعات مثل الإلحاد والتجديف، فقد سمح الليبراليون بنشر كل شيء تقريباً على الرغم من إقرارهم لبعض قوانين الفتن والعنف والبذاءة ( . . . )<sup>(8)</sup>.

### 3- الأساس النفعي

كان التطور الثالث في ركيزة حرية التعبير على أيدي النفعيين وعلى رأسهم "جون ستيوارت ميل" الذي أيد في كتابه ( عن الحرية ) حرية التعبير لا على أساس طبيعي وإنما على أساس المنفعة<sup>(9)</sup>.

وترتكز دعواه لحرية التعبير على أساس نفعي، على أربع حجج كبرى نوجزها فيما يأتي: أولها- أننا إذا أسكتنا رأياً فقد نخفي حقيقة. وثانيها- أن الرأي الخاطئ قد يحتوي بداخله على جزء ولو صغيراً من الحقيقة، ولا بد من معرفته للوصول إلى الحقيقة كاملة. وثالثها: أنه حتى لو كان الرأي المتقبل عموماً هو كل الحقيقة، فإن الناس لن يعتنقوه، على أسس عقلية، إنما كتحيز مالم يضطروا إلى الدفاع عنه. ورابعها: أنه لم تتعرض الآراء الشائعة للمناقشة من، ومن ثم فإنها تفقد حيويتها، وتأثيرها في السلوك والأخلاق<sup>(10)</sup>.

### ثانياً- فلسفة المسؤولية الاجتماعية

قد يبدو للوهلة الأولى أن الانتقادات التي تعرضت لها وسائل الإعلام في ظل الفلسفة الليبرالية، هي التي دفعت إلى ظهور فلسفة المسؤولية الاجتماعية، والواقع أن

هذا صحيح إلى حد ما؛ ذلك لأن هذا النقد ما كان له أن يثمر فلسفة متكاملة، لولا تضافر عدة عوامل أخرى معه أدت إلى ظهور النظرية الجديدة.

ويمكن أن نزعّم أن المحرك الفاعل نحو هدم بعض مقولات الفلسفة الإعلامية الليبرالية - الذي جعل المناادة بإيجاد فلسفة جديدة أمراً ملحاً - هو التغير الذي أصاب الفلسفة الاجتماعية الليبرالية والذي كان لا بد أن يمتد إلى الفلسفة الإعلامية باعتبارها جزءاً منها.

وقد كان العامل الفاعل وراء حدوث هذا التحول في الفلسفة الاجتماعية الليبرالية هو ظهور نظريات علمية جديدة زعزعت الأسس التي كانت تقوم عليها هذه الفلسفة. فقد تحدثت أفكار التطور، والفيزياء الجديدة، تصور نيوتن للكون كنظام أبدي لا يتغير، كما فرض علم النفس الحديث بنظرية فرويد والمدرسة السلوكية، حصاراً حول العقلانية (وهي من أهم المبادئ التي ارتكزت عليها الليبرالية)، وأثار علماء الاقتصاد والاجتماع في مراجعتهم للفردية في الفكر الليبرالي - الشكوك حول وجود سوق حرة مفتوحة سواء (للسلع أو الأفكار)<sup>(11)</sup>.

وقد رافق هذه التغيرات الفكرية في الفرضيات الأساسية للفلسفة الليبرالية - التي كان انتقالها للفلسفة الإعلامية الليبرالية أمراً حتمياً - عدة عوامل أخرى، جعلت من إدخال تعديلات على الفلسفة الإعلامية أمراً ضرورياً، ومن هذه العوامل:

- ازدياد قوة تأثير الصحافة نتيجة لتطورها تكنولوجيا.
- ظهور وسائل إعلامية جديدة، كالراديو، والتلفزيون، والسينما، ذات فاعلية وتأثير كبير؛ مما جعل الحاجة إلى وضع ضوابط ومسؤوليات لهذه الوسائل أمراً ضرورياً.

وعلى الرغم من أن كل هذه الخطوات التي نبعت من داخل وسائل الإعلام كانت خطوات فعالة في سبيل الوصول إلى فكر إعلامي جديد، فإن هذا الفكر لم ينتظم في شكل فلسفة جديدة ومتكاملة للصحافة إلا في عام 1947 م الذي صدر فيه تقرير "لجنة حرية الصحافة"، وقد صيغت نظرية المسؤولية الاجتماعية في كتاب أعدته اللجنة كاملة

بعنوان "صحافة حرة ومسؤولة"، وفي دراسة أخرى لوليام هوكنغ - أحد أعضاء اللجنة البارزين - بعنوان "حرية الصحافة إطار المبدأ" وقد تم شجب تقرير اللجنة على الفور من قبل جميع الصحف، إلا قلة منها وباستثناءات نادرة، ووصف المحررون والناشرون التقرير على أنه كتاب رسمي لقيود الحكومة على الصحافة<sup>(12)</sup>.

وقد أسهم الإنجليز أيضاً في تدشين الفلسفة الجديدة، وذلك من خلال التقارير التي أعدتها "اللجنة الملكية البريطانية لشؤون الصحافة"، وهي اللجنة التي دعيت إلى البحث في شؤون الصحافة فاجتمعت لهذه الغاية مرات عديدة، على فترات تاريخية متقطعة، وكان من الطبيعي أن يطلق على نظرية المسؤولية الاجتماعية التي أسهم الأمريكيون والإنجليز في تشكيل مقولاتها "نظرية أنجلو أمريكية"<sup>(13)</sup>.

وقد حظيت هذه الفلسفة بالرفض من قبل أغلب الممارسين الإعلاميين، وحظيت على الجانب الأكاديمي بقبول واسع، ليس فقط من قبل باحثي الإعلام الغربيين، بل من قبل الباحثين العرب أيضاً<sup>(14)</sup>.

## الفرع الثاني: الخلفية الفلسفية للإعلام الموجه

### 1- فلسفة الإعلام الاشتراكي

هناك كثير من تيارات الفكر الاشتراكي، وتتمثل أهم التيارات المعاصرة لهذا الفكر في تيارين أساسيين، هما الاشتراكية العلمية والاشتراكية الديمقراطية.

1 - الاشتراكية العلمية: وهي اشتراكية ماركس وإنجلز، وهي التعبير الذي يستخدمه الماركسيون للدلالة على أن ما عداها من اشتراكيات تفتقد لسمة العلمية.

2 - الاشتراكية الديمقراطية: وتسمى أيضاً، الاشتراكية الإصلاحية؛ لأنها تدعو إلى إصلاح المجتمع القائم، ومواكبة تطوره ونموه بالوسائل السلمية، كما تسمى أيضاً الاشتراكية الإنسانية؛ لأنها لا تغفل قيمة الإنسان ومتطلباته، وقد سميت أوائل القرن العشرين بالاشتراكية الديمقراطية: لأنها تجمع في كيان عضوي واحد بين العدالة الاجتماعية والحرية السياسية.

تستمد فلسفة الإعلام الاشتراكي أساسها النظري من التراث الماركسي اللينيني<sup>(15)</sup>، وعلى الرغم من ضآلة ما تتضمنه كتابات ماركس من إشارات مباشرة إلى الإعلام والصحافة فإن الإضافات التي قدمها لينين من خلال التجربة السوفياتية ساعدت على تشكيل الإطار النظري العام للصحافة الاشتراكية<sup>(16)</sup> وعموماً يمكن القول إن ما وضعه لينين من أسس للنظام الإعلامي الاشتراكي يعد النموذج الذي قامت عليه جميع نظم الإعلام الاشتراكية.

كما يمكننا الانطلاق من فكر ماركس ورفيقه أنجلز في فهم الأساس الفكري لفلسفة الإعلام الاشتراكي، ومن أفكار لينين فيما يتعلق بمقولات هذه الفلسفة بخصوص الحريات الإعلامية، وملكية وسائل الإعلام، ووظائفها: على عاتق وسائل الإعلام تحقيق الغايات العليا للاشتراكية.

## 2- فلسفة الإعلام التنموي

أشرنا فيما سبق إلى أن النظريات الاجتماعية الوضعية التي تتبناها بلدان العالم الثالث، بما فيها الغالبية العظمى من البلدان الإسلامية - سواء كانت نظريات تميل إلى الليبرالية أم إلى الاشتراكية أم تمزج بينهما، بالشكل الذي يلائم الظروف المجتمعية والتاريخية لكل بلد منها<sup>(17)</sup> - هي نظريات تدور في فلك الكوزمولوجيا العلمانية، تنطلق من مسلماتها، وتسعى لتحقيق غاياتها، ولكن الظروف المجتمعية والتاريخية التي تمر بها هذه البلدان لا تسمح لها بالتطلع إلى بلوغ الغايات العليا التي تبشر بها الكوزمولوجيا العلمانية في الوقت الراهن<sup>(18)</sup>.

كما تعد وسائل الإعلام من الأدوات التي تؤدي دوراً مهماً في تحقيق الأهداف التنموية؛ فقد عملت الدول النامية على استغلالها في تحقيق هذه الأهداف التنموية، وألقت الدول النامية على عاتق هذه الوسائل إحداث عملية التنمية.

وهكذا يمكن القول إنه: "إذا كانت منطلقات التنظير الإعلامي عند الغرب هي هاجس تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد وحرّياتهم وهموم "الديمقراطية" عموماً فإن منطلقات التنظير الإعلامي المعياري عند دول العالم النامي هي الدور الذي يمكن أن تؤديه

وسائل الإعلام في تحسين المستوى المعيشي الاجتماعي والسياسي لمجموع المواطنين .  
أي دور وسائل الإعلام في التنمية الشاملة ، وقد صبغ هذا الدور فلسفة الإعلام في الدول  
النامية بصبغة خاصة ، جعلتها تتميز عن باقي الفلسفات الإعلامية ؛ مما حدا باحثي الإعلام  
تسميتها بـ " فلسفة الإعلام التنموي " أو " نظرية الإعلام التنموي " (19) .

وفيما يلي نعرض لأهم التوجيهات النظرية المتعلقة بالدور الذي ينبغي أن تؤديه  
وسائل الإعلام في عملية التنمية .

### التوجه الأول : توجه مدرسة التحديث

تدور كتابات هذا التوجه في فلك نظرية التحديث التي ترى أن التنمية يمكن أن  
تحدث في العالم الثالث عن طريق نقل الأفكار والقيم الغربية ، وإزاحة العقبات الثقافية  
التقليدية في هذه البلدان ؛ مما يجعل من العالم النامي عالماً حديثاً ، وهو ما يعني أيضاً غريباً  
في طبيعته ، فمن خلال الفيض الكبير من الكتابات ، الذي يدور في فلك نظرية التحديث ،  
حاول التركيز على الدور المؤثر الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في تثقيف الشعوب  
النامية ، وحثها نحو انتهاز الطريق نفسه الذي سلكته الدول المتقدمة ، وبذلك تصبح هذه  
الدول مثلاً أعلى تتعلق به أفكار الدول الفقيرة وطموحاتها ، ويصبح دور الإعلام نقل هذه  
الشعوب من النمط التقليدي إلى " التحديث " ؛ أي الحياة وفقاً للنمط الغربي من خلال  
حثها على نبذ الأساليب التقليدية وترغيبها في الأنماط الاستهلاكية التي تسود المجتمعات  
الغربية المتقدمة (20) .

### التوجه الثاني : توجه مدرسة التبعية

انصب اهتمام هذا التوجه - كنتيجة لعدم وجود نجاح حقيقي لوسائل الإعلام في  
الاضطلاع بالدور الملقى على عاتقها في عملية التنمية والتحديث - على التنظير للمعوقات  
الخارجية التي تؤثر على أداء وسائل الإعلام لمهامها التنموية ، ورأى أصحاب هذا التوجه  
أن " أي فهم لدور وسائل الإعلام في عملية التنمية والتحديث سيتم بالقصور ، ويكون  
مضللاً ما لم يأخذ في الحسبان علاقة التبعية الإعلامية بين الدول ، في إطار النظام  
الاقتصادي والسياسي الدولي " (21) .

وإذا كانت مدرسة التبعية - بصفة عامة - تعد نتاجاً لمفكري العالم الثالث ، ولا سيما مفكري أمريكا اللاتينية فإن مدرسة التبعية الثقافية والإعلامية قد خرجت الكتابات الأولى لها من قلب المجتمع الأمريكي ، وذلك في نهاية ستينيات القرن الماضي ، وتمثل ذلك في كتاب شيلر " الإعلام والإمبراطورية الأمريكية " الذي أوضح فيه الهيمنة الاتصالية والإلكترونية للولايات المتحدة الأمريكية وماينجم عنها من هيمنة ثقافية ، وبعد ذلك أكمل الباحثان نورد نسترنج وفارس في عام 1974 دراسة بتكليف من منظمة " اليونسكو " حول تدفق برامج التلفزيون الدولية ، جذبت اهتمام الباحثين لمعالجة ظاهرة التبعية الإعلامية ، وتوالت بعد ذلك الدراسات التي ركزت على أبعاد مختلفة لمشكلة التبعية الإعلامية ، مثل دراسات بويدباريت وماتلارث وكتابات أخرى لشلر<sup>(22)</sup> .

### 3 - فلسفة الإعلام الإسلامي

يرى الباحث المصري محمد سيد محمد أن فلسفة الإعلام الإسلامي تقوم على خمس ركائز . أولاها : هوية هذا الإعلام . وهي أنه إعلام عقائدي . وثانيها : أنه حق من حقوق الأفراد ، ليس حقاً بالمعنى أو بالمفهوم السلبي ؛ أي أنه حق لمن أراد ، وإنما هو حق بالمعنى الإيجابي للحق ؛ أي أن كل فرد في الجماعة الإسلامية أو في المجتمع الإسلامي المجتمع مكلف بإعلامه إسلامياً ( بالمفهوم الواسع والشامل للإعلام ) . وثالثها : أن العمل الإعلامي فرض كفاية لا بد أن يقوم المجتمع بإنشائه . رابعها : أنه عام لكل من فوق الكرة الأرضية وليس سرياً أو لفئة أو طبقة وإنما هو علانية للبشر جميعاً . خامسها : أنه معروض بغير إكراه ويجادل بالتتي هي أحسن<sup>(23)</sup> .

ويعرف الباحث محمد سيد محمد الإعلام الإسلامي على أنه : " الإعلام العام غير المتخصص لمجتمع مسلم أو دولة مسلمة أو حكومة إسلامية . . ولكن الواقع المعاصر لمجتمعاتنا الإسلامية ونحن في القرن الخامس عشر الهجري يحتم علينا القول إن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة هو صورة من صور الإعلام المتخصص وهو ( الإعلام الديني ) " <sup>(24)</sup> .

ولكن في تحديد مفهوم الإعلام الإسلامي بدقة وموضوعية لا بد أن نفرق أولاً بين أصل الموضوع في جوهره وحقيقته من جانب ، وصورته التي هو عليها حين نراه وحين

نعاصره من جانب آخر؛ ذلك أن المجتمع الإسلامي الذي يطبق الشريعة الإسلامية مجتمع شمولي من حيث العقيدة، ومتكامل من حيث التنظيم، والإعلام فيه لا بد أن يعكس شمول العقيدة وتكامل البناء الاجتماعي، ومن ثم فإن كل شيء فيه إسلامي بدءاً من المرح والمزاح حتى مواجهة الموت، والإعلام في مثل هذه الحالة إسلامي في صدق إخباره، وإسلامي في الترويج والتسليّة، وإسلامي في إعلاناته، وإسلامي في تعليمه، وإسلامي في شرح الأخبار وتفسيرها وهكذا... (25).

وهناك مفهوم آخر يعرف به الإعلام الإسلامي: "هو تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي ونقل الأخبار والوقائع والمعلومات بصورة صحيحة ومنضبطة داخل الأمة الإسلامية وخارجها" (26).

وكما أوضح الإسلام المنهاج الذي ينبغي أن يسير عليه المؤمن فإنه أوضح السبيل الذي ينبغي أن يهتدي به الكيان الاجتماعي المسلم في تحقيق مجتمع الاستخلاف والعبودية المطلقة للخالق الأعظم.

وفيما يلي نعرض المهام التي ينبغي أن يضطلع بها المجتمع المسلم في سبيل تحقيق مجتمع الاستخلاف، ودور وسائل الإعلام في المساهمة في هذه المهام، ثم نعرض لانعكاسات غايات الفرد المسلم على تفاعله في العملية الإعلامية.

إذا كان المجتمع العلماني يسعى إلى تحقيق التقدم المطرد المفضي إلى إقامة المجتمع الفردوسي، فإن المجتمع المسلم يتخذ من مجتمع الاستخلاف المفضي إلى سعادة أفرادهِ في الدارين غاية عليا له. وهو في سبيل تحقيق مجتمع الاستخلاف يسعى بمؤسساته كافة (السياسية-الاقتصادية-الاجتماعية-الإعلامية... إلخ)، وفي ضوء المنهج الإلهي، إلى تحقيق ثلاث مهام كبرى، هي:

1 - إعمار الكون: وذلك من خلال تسخير الكون والكائنات لما فيه النفع... نفع الإنسان، ونفع الكائنات من حوله (27). ويأتي هذا من خلال الكشف عن الحقائق والقوانين العلمية التي تحكم عمل الأشياء الطبيعية، ومن خلال الكشف عما تحويه

الأرض من كنوز وثروات؛ مما يتيح له التقدم المادي وترقية الجانب المادي من حياة أعضائه<sup>(28)</sup>.

2 - إعلاء كلمة الله بين أفرادهِ وإقامة شرعهِ فيهِم، وتوفير المناخ الذي يتيح لهم أن يعبدوا الله حق عبادته، وأن يحققوا أعلى ما تسمح به ملكاتهم من السمو المادي والسمو الروحي اللذين تكتمل بهما سعادتهم<sup>(29)</sup>.

3 - إعلاء كلمة الله في أرضهِ، بالدعوة إلى دينهِ، بكل السبل المتاحة، وتحقيق المجتمع الذي يمثل خير أمة أخرجت للناس.

هذه هي المهام الثلاث الكبرى التي يسعى المجتمع المسلم للاضطلاع بها على النحو الذي حددته شريعة الإسلام للفرد؛ لتحقيق مجتمع الاستخلاف، الذي يسعد أفرادهِ في هذه الدنيا، ويجعلهم أهلاً للسعادة الأبدية في الآخرة.

ولا شك أن هذه المهام هي التي تحدد وظائف وسائل الإعلام في المجتمع المسلم، والتي يمكن تلخيصها على النحو الآتي:

- المساهمة في الوظيفة العمرانية، بالحض على العمل والعمران وتوضيح القيم الإسلامية التي تحكم المهمة العمرانية.

- المساهمة في تحقيق مجتمع العبودية الخالصة لله - سبحانه وتعالى - بترسيخ عقيدة الإيمان بالله الواحد الأحد في نفوس الناس وترسيخ السيادة لشرعهِ<sup>(30)</sup>، وفضح أي انحراف عنها والدعوة لتصحيحهِ.

- المساهمة في إعلاء كلمة الله في أرضهِ بالدعوة إلى الإسلام في شتى بقاع الأرض، وبالسبل المتاحة وبذلك يسهم الإعلام في المهمة الثالثة لمجتمع الاستخلاف.

في سياق فلسفة الإعلام الإسلامي تطرق المفكر الإعلامي الجزائري عزي عبدالرحمن\* في نظرية الحتمية القيمية إلى إشكالية القيم في الإعلام، وانطلق من فكرة أن ثقافة المجتمع هي التي تصنع محتويات وسائل الإعلام وليس العكس، والقيمة هي دال على مستوى تحضر المجتمع في مضمون الوسيلة، فالترسندنتالية في روح المجتمعات التي تبني ثقافتها على الدين هي العامل الحاسم في مسألة ثقافة المجتمعات الدينية، ومن

ثم فإن القيمة بمفهوم الباحث عزي عبد الرحمن " . . . هي ما يعلو عن الشيء ، ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين " <sup>(31)</sup> ، على حد هذا القول فإن رسملة القيمة في محتوى الوسيلة يعزز ثقافة المجتمع ويجعل التكنولوجيا حتمية حاملة ومعززة لهذه القيم التي تخدم ثقافة المجتمعات الدينية ، ومن خلال هذا الطرح نستوحي شبكة مفاهيمية لها علاقة جدلية بمفهوم القيم التي تسبح في العالم المعنوي والرمزي للمجتمعات <sup>(32)</sup> .

## 2- إبستمولوجيا الاتصال

### 2-1- مفهوم إبستمولوجيا الاتصال ( المفاهيم )

إن كلمة " الاتصال " - على الرغم من من تداولها الواسع - تحمل معاني مختلفة ومتعددة ؛ فقد نستعملها لنعني بها مجال الدراسة الأكاديمي أو النشاط التطبيقي الملازم له ، أو بوصفها علماً أو فناً أو علاقات إنسانية أو وسائل اتصال جماهيرية أو حاسبات آلية شخصية أو إرشاداً نفسياً ، كما أنها قد تعبر عن عملية هادفة مقصودة أو طبيعة تلقائية ، إلخ .

وقد أسهم اهتمام المختصين من مجالات دراسية متباينة ( علم النفس ، اجتماع ، سياسة ، أترولوجيا ، أدب . . ) في زيادة المعاني المختلفة لكلمة الاتصال .

ولكن هذا التنوع لم يحل دون جعل كل هذه الطرق والمجالات والمعاني تركز أصلاً على عنصر أساسي هو " نقل المعلومات " الذي سنعتمد عليه أساساً في تعريفنا للمصطلح " الاتصال " ، ولنمر الآن إلى تعريف كلمة " الاتصال " لغة واصطلاحاً لنعطي نماذج لتعريفات بعض المهتمين بالاتصال كعملية اتصالية <sup>(33)</sup> .

### 2-1-1- مفهوم الاتصال

يعد الاتصال إحدى السمات الإنسانية البارزة ، سواء ذلك في شكل كلمات أو صور أو موسيقى ، مفيد أو ضار ، مقصود أو عشوائي ، فعلي أو مستتر ، إعلامي أو إقناعي ، واضح أو غامض ، ذاتي أو مع آخرين <sup>(34)</sup> .

- **الاتصال لغة :** الاتصال في اللغة - كما تشير المعاجم - الوصول إلى الشيء أو بلوغه والانتباه إليه<sup>(35)</sup>، وتستخدم كلمة " اتصال " في سياقات مختلفة، وتتضمن تبادل الأفكار communication مدلولات عديدة؛ فهي بمعناها المفرد Communications والرسائل والمعلومات، وتشير في صيغة الجمع إلى الرسائل التي تحمل مضمون الاتصال<sup>(36)</sup>.

وأما كلمة communication بالإنجليزية فمشتقة من الأصل اللاتيني communis، ومعناها عام أو شائع أو مألوف، وتعني الكلمة: " المعلومة المرسلّة، الرسالة الشفوية أو الكتابية، شبكة للطرق وشبكة الاتصالات، كما تعني تبادل الأفكار والمعلومات عن طريق الكلام أو الكتابة أو الرموز " <sup>(37)</sup>.

## الاتصال

اصطلاحاً: ظهرت تعريفات عديدة لا يمكن حصرها لمفهوم الاتصال من قبل الباحثين والمتخصصين في علوم الإعلام والاتصال، عكست في معظمها أهميته ودوره في الحياة الإنسانية والمكونات والعناصر الأساسية لعملية الاتصال، ومن هذه التعريفات - على سبيل المثال لا الحصر - :

" العملية التي تنقل بها الرسالة من مصدر معين إلى مستقبل واحد أو أكثر وسائل أخرى بغرض الإقناع أو التأثير على السلوك " <sup>(38)</sup>.

وبحسب تشارلز رايت R. CH. wright فإن الاتصال: " هو عملية نقل المعنى أو المغزى بين الأفراد " <sup>(39)</sup>.

وتبنى " جيهان رشتي " تعريف الاتصال بأنه: " العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقو الرسالة - كائنات حية أو بشر أو آلة - في مضامين اجتماعية معينة، وفيها يتم نقل الأفكار والمعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين؛ فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء " .

ويذهب "سمير حسين" إلى أن الاتصال: "هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية، أو الذبوع أو الانتشار أو الشبوع لفكرة أو موضوع أو منشأ أو قضية، وذلك عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بالدرجة نفسها لدى الطرفين .

ويرى "محمود عودة": "أن مفهوم الاتصال يشير إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار أو المعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين، يختل من حيث الحجم، ومن حيث العلاقات المتضمنة فيه؛ بمعنى أن يكون هذا النسق الاجتماعي مجرد علاقة ثنائية غمطية بين شخص أو جماعة صغيرة، أو مجتمع محلي أو مجتمع قومي أو حتى المجتمع الإنساني ككل" (40).

والاتصال هو "العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص إلى آخر حتى تصبح مشاعاً بينها، ويؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر، وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات واتجاه تسير فيه، وهدف تسعى إلى تحقيقه، ومجال تعمل فيه ويؤثر فيها" (41).

ويشير في هذا الصدد زهير إحدادن إلى أن المعنى القديم الذي كانت تحمله كلمة الاتصال هو الوصل والبلوغ، وأما معناه العصري فهو مأخوذ من الإنجليزية أو الفرنسية وهما لغتان تستعملان لفظاً واحداً للدلالة عليه، وهي كلمة communication ويجب أن نشير إلى أن هذه الكلمة باللغات الأجنبية تؤدي معاني كثيرة نعب عنها باللغة العربية بكلمات مختلفة نكتفي بذكر ثلاث منها، وهي: "المواصلات" و"البلوغ" و"الاتصال"، وقد استعملها علماء النفس والاجتماع بكثرة وأثروا معناها ونوعوها تنوعاً؛ فهم يرون - بصفة إجمالية - أن الاتصال عملية يتبادل المعاني فيها طرفان: مرسل ومستقبل، والتبادل لا يتم إلا إذا وقع بين شخصين وعندها يسمونه بالاتصال الفردي الشخصي، وهو اتصال بدائي وإن وقع بين مرسل وعدد كبير من الأشخاص فإنهم يسمونه بالاتصال الجماعي أو الجمعي أو الجماهيري masse de communication، وهو الاتصال المتطور (42).

## المطلب الثاني : جذور إبستمولوجيا الاتصال

يمتد علم الاتصال بجذوره في التاريخ إلى أرسطو الذي وضع أسساً علمية لعملية الاتصال لم تزل قائمة حتى الآن؛ لأن التفاعل بين ( الخطيب - المرسل ) و (الجمهور - المستقبل) يقوم على أن يعد المرسل (رسالته-خطبته) بصورة شيقة وجذابة ومقنعة، حتى يمكن أن تؤثر في الجماهير بالصورة المستهدفة؛ وذلك لأنه لا قيمة للاتصال- من وجهة نظر أرسطو - مالم يكن مقبولاً ومفهوماً من ( الجمهور - المستقبلين).

وهنا يتضح محور العلاقة التي أوجدها أرسطو بين المرسل والرسالة والمستقبل؛ حيث قسم الموقف الاتصالي إلى ثلاث مراحل:

- الخطيب .
- الخطبة .
- الجمهور<sup>(43)</sup> .

## 3- إبستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال

### 3-1 ماهية علوم الإعلام والاتصال

فيما يخص الباحثين الذين تطرقوا إلى الإشكال الإبستمولوجي في علوم الإعلام والاتصال تطرق إيبار فوندان fondin Hubert في مقال له حول علوم الإعلام للقطيعة الإبستمولوجية وخصوصية الموضوع، وأشار إلى أن الباحثين في علم الإعلام لم يفهموا حقلمهم البحثي مقارنة بباحثين في تخصصات مجاورة أو مع الباحثين في تخصص علم الاتصال، ومن ثم كيف نفكر لإيجاد هذا الحل والبعد المعرفي للإطار النظري للموضوع، وهذا من أجل التحقق من الإشكال المطروح وإيجاد الأدوات البحثية لمنهج دراسة هذا الموضوع<sup>(44)</sup>. فهذا التهافت والتضارب في تحديد هوية وخصوصية موضوع الإعلام والاتصال جعل من الباحثين دمج مفهوم الإعلام في ظاهرة الاتصال وأصبحت علاقة الاتصال بالإعلام علاقة احتوائية، ومن خلال هذا الطرح ارتأينا أن نقف عند التعريف للمفهومين لغة واصطلاحاً.

### 3-2- مسألة بحوث الإعلام والاتصال

شهدت العقود الخمسة الماضية جدلاً واسع النطاق حول أهمية بحوث الإعلام والاتصال، وامتد هذا الجدل ليشمل كل الأعمال والوسائل والأساليب الإعلامية والاتصالية محلياً ودولياً، وما يمكن أن تؤديه الأبحاث الاتصالية من دور متميز في ترشيد السياسات الإعلامية التي تنطوي عليها هذه الوظائف والوسائل والأساليب وتطوير طرائق الممارسات الإعلامية المختلفة وأساليبها، هذا الجدل الذي جرى تمخض عن اكتشاف العديد من المتغيرات الناعمة لبحوث الإعلام من حيث أهميتها وأهدافها ومجالاتها ودورها الوطني والإقليمي والدولي ومناهجها والمشكلات التطبيقية التي تواجهها وتقلل من إمكانية الاستفادة منها.

الملاحظ بالنسبة إلى المفكر الفرنسي ريجيس دوبري Deby Regis أن المعاناة الإنسانية القديمة قد فقدت صوتاً ضرورياً وحتمياً، وإن من الأهمية بمكان أن المؤسسة في كل عملياتها الإرسالية - كي تبقى الذاكرة مكتوبة - لا بد لها من وسيط بين النص الراهن والقراء المعنيين أو المستهدفين، وتبقى المؤسسة التحريرية بتقنياتها الكلاسيكية في الانتقاء وهيراركية أو تسلسل المعلومة<sup>(45)</sup>.

كما أنه إذا حاولنا أن نفهم ما تنشره وسائل الإعلام دون إغفال عملية الاتصال وكيف يؤثر مضمونها على الرأي العام لا بد أن ندرك الأثر الكبير الذي تحدثه في الوسائل على اتجاهات الرأي العام، وميولاته ورغباته كما أدلى بعض الباحثين في الشؤون الإعلامية والاتصالية أنه من الصعب جداً وضع حدود واضحة تحدد الأبحاث الإعلامية وتفصلها عن غيرها من الأبحاث الإنسانية. إن الباحث لا يدرس وسائل الاتصال فقط، بل يدرس العملية الاتصالية برممتها، وهذا مايجرنا إلى الحديث عن علاقة الاتصال بالعلوم الإنسانية وفي مقدمتها علم النفس العام، علم النفس الاجتماعي، الاقتصاد، الأتروبولوجيا، القانون، الاجتماع، السياسة.

ومما خلص إليه الباحث والمفكر في الإعلام والاتصال ولبرشرام أنه: "من الصعوبة التفريق ما بين أبحاث الإعلام وأبحاث الاتصال، فالمصطلحان يلتقيان في المضمون

ويختلفان في الشكل واللفظ، وأي محاولة للتفريق بينهما ستزيد الأمور تعقيداً<sup>(46)</sup>.

كما فسر برنارد مياج Mieg Bernard في كتابه الإعلام والاتصال بوصفهما موضوع معرفة، ويبيّن أن مسألة وسائل الإعلام تتطلب من جميع الباحثين والمتخصصين في الاتصال أن يعتبروا وسائل الإعلام والتكنولوجيات في الإعلام والاتصال هي في قلب أسئلة التحليل والاقتراحات النظرية لدراسة المجتمعات المعاصرة في بنائها الاجتماعي ومستقبلها الاقتصادي وخاصة في التنمية السوسيو ثقافية، ومن ثم ربط الظاهرة الإعلامية بالتطور التقني، كما صرح به عالم الاتصال الكندي مارشال ماكلوهان Luhan Mc<sup>(47)</sup>.

كما يبين المفكران الفرنسيان أرمان وميشال ماتلار Armand et Michèle mattelart في كتاب "التفكير في وسائل الإعلام" أن موضوع الإعلام والاتصال غامض إبستمولوجياً؛ إذا إنه ينسب بيئة إنتاجه التاريخية والاقتصادية واللسانية وخاصة إنتاجه الفكري<sup>(48)</sup>.

## 4 - الدعامة الفلسفية لنظريات الإعلام والاتصال

### 4-1- النظرية الليبرالية

إذا تناولنا دعائم النظرية الليبرالية بشيء قليل من التفصيل، فإننا نجد أن الدعامة الفلسفية لها تقوم على رصيد هائل من كتابات الفلاسفة والمفكرين الذين شغلتهم قضية الحرية والذين كان لكتاباتهم في القرنين السابع عشر والثامن عشر أثر على فكر الثورة الفرنسية. ولأن الفكر الفلسفي لا يقف عقيماً في حياة جارية، فقد تطورت أفكار الحرية عند فلاسفة القرنين التاسع عشر والعشرين؛ بما يواكب تطور المجتمعات القائمة على فلسفة الحرية الرأسمالية وبروز الاحتكارات العالمية.

ومجمل مآذبه إليه فلاسفة الحرية في القرنين السابع عشر والثامن عشر يركز على النظر إلى العالم كآلة ضخمة ذات حركة مستمرة، وهذه الآلة تسير وفقاً لقوانين الطبيعة (...)، ومن هذا الأساس الفكري والفلسفي نتبين بوضوح الدعامة الفلسفية

لنظرية الليبرالية للإعلام؛ فوفقاً للنظرية الليبرالية ينبغي أن تكون للصحافة قاعدة كبيرة من الحرية كي تساعد الناس في بحثهم عن الحقيقة، ولكي يصل الإنسان إلى الحقيقة عن طريق العقل ينبغي أن تتاح له حرية الوصول إلى المعلومات والأفكار، وهو يستطيع أن يميز فيما تقدمه له الصحافة بين الحقيقي والزائف باستخدام عقله<sup>(49)</sup>.

وفي القرن العشرين أصبح المفهوم الفلسفي للحرية في المجتمع الليبرالي يتضمن مسؤولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع، وظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية التي أكدت فرضية أن الإعلام له دور اجتماعي بالدرجة الأولى، وأصبح المفكرون يوجهون النقد المباشر والعنيف لصحف الإثارة التي تسعى إلى نشر الفضائح والجنس والجريمة (...).

## 4-2- النظرية الشمولية

يرى كثير من الباحثين أن أفلاطون في جمهوريته قد وضع الأساس الفلسفي لنظم الحكم الشمولية، وأنه جعل الدولة هي المصلحة العليا ومصلحة الفرد دونها. وأنه صرف جل اهتمامه إلى الدولة، وجعل كل القوى مسخرة في سبيلها، وهو في سبيل ذلك لم يجد ضميراً في التضحية بمصلحة الفرد من أجل مصلحة الدولة.

ثم يجيء بعده هيجل المثالي ثم يعقبه كارل ماركس الفيلسوف المادي، ولكن النظرية الشمولية في إطارها الفلسفي المعاصر تعتمد على الفلسفة المادية في البلدان الشيوعية بصفة عامة، ولاشك أن الفلسفة المادية تعني عند أصحابها أيديولوجية شاملة وليست كما يتهمها مخالفوها بأنها تعني مفهوم الاستمتاع الحسي.

## 4-3- النظرية المختلطة

العلاقة بين الفرد والمجتمع كانت ومازالت الشغل الشاغل للإنسان منذ عصوره القديمة حتى اليوم، وعندما ظهرت بلدان العالم الثالث إلى الوجود السياسي والدولي في القرن العشرين كمجتمعات مستقلة ونامية، كان أهم ما طرأ على فلسفة وتطبيق العلاقة بين الفرد والمجتمع خلال أحقاب طويلة من التاريخ هو الاعتراف بدور الدولة وتدخلها حتى في المجتمعات الليبرالية، ثم التقارب والترابط بين الشعوب نتيجة لنمو

وسائل الاتصال عالمياً ( . . . ) ، وإن تعقبتنا الدعامة الفلسفية لنظرية الإعلام المختلطة فإننا نقف أمام حقيقتين أساسيتين : أولهما أن الفكر الماركسي يرى في تجارب العالم الثالث ، الاشتراكية تحريفاً ، وأن الفكر الليبرالي يرى في تجارب العالم الثالث ، الليبرالية المقيدة زيفاً ، أما الحقيقة الثانية ، فإن بعض تجارب العالم الثالث قدمت نظرياً إطاراً متكاملًا لفكر سياسي جديد يقف على قدميه قريناً ونداً للفكر الماركسي ولل فكر الليبرالي<sup>(50)</sup> .

## خاتمة

إن الحديث عن المسألة الإستمولوجية لعلوم الإعلام والاتصال أمر يتطلب التفكير العميق تاريخياً وربط تطور الظاهرة الاتصالية بالثورة التكنولوجية لوسائل الإعلام ؛ فالتصنيف الذي قدمه ريجيس دوبريه للاتصال بداية بمرحلة الصور الذهنية Logosphère وتحول إلى عصر الصور البصرية Graphosphère وإلى الصور المتحركة vidéosphère بفضل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ، ومن ثم ظهر مفهوم التفاعلية في الاتصال بفضل المواقع من الجيل الثاني WEB02 . كل هذا التحول وعلى هذا المستوى يحيلنا إلى نسق فلسفي واحد هو الرجوع إلى الاتصال الذهني الذي يبقى مؤسساً لأشكال الإعلام والاتصال الأخرى .

وفي الأخير نخلص إلى أن إستمولوجيا علوم الإعلام والاتصال تبقى رهينة تطور الوسيلة أو الوسيط على تعبير مارشال ماكلوهان ؛ فالاجتهادات الإستمولوجية في هذا الميدان راجعة لفلسفة تاريخ الإعلام في نسق تكنولوجي .

## الهوامش والمراجع

- (1) دوبريه ، ريجيس : محاضرات في علم الإعلام العام - الميديولوجيا - ، ترجمة : شاهين فؤاد وجورجيت الحداد ، ط1 ، بيروت : دار الطليعة ، 1996 ، ص33 .
- (2) محاضرات في علم الإعلام العام - الميديولوجيا - ، ص25 .
- (3) قدم كثير من الباحثين تصنيفاً عاماً قريباً من هذا التصنيف ؛ فمثلاً يرى سببرت وزميلاه أن الأصل في النظريات الإعلامية هما نظرياً السلطة والحرية ، وأن النظرية السوفياتية تطوير للأولى والمسؤولية الاجتماعية تطوير للثانية .

Voir : Siebert F.S, T.Peterson and W.schramm **four of the Press Theories**, Urbana : (4)

University of Illinois Press, 1956, p81.

كذلك يقسم كل من جون ميرل ، ورالف لوينشتاين ، النظم الإعلامية في العالم إلى نظامين ؛ " نظام مرتبط بالدولة ، نظام حر ، " أو نظم ذات ميول سلطوية ، ونظم ذات ميول ليبرالية .

(5) Voir : Merrill ,J.and Lowenstein,R,Media : **Message and Men** ,New york : Longman ,1979,p154:

(6) كذلك يرى سامي زيبان أن هناك صنفين من الإعلام في العالم ، إعلام مرتبط بالدولة وإعلام مستقل عن الدولة : انظر زيبان ، سامي : **الصحافة اليومية والإعلام** ، ط2 ، بيروت : دار المسيرة ، 1987 ، ص 93-94 .

(7) الكوزمولوجيا Cosmology : علم يبحث في أصل الكون وبنية العامة وعناصره وقوانينه التي تسيره ، أما الكوزمولوجيا العلمانية ، وهي تبحث في البيئة التي تتحكم في طبيعة الإنسان وأهم القوانين الوضعية وغاياتها .

(8) انظر : ريفرز ، وليام ل . وآخرون : **وسائل الإعلام والمجتمع الحديث** ، ترجمة : إمام إبراهيم ، القاهرة : دار المعرفة ، 1975 ، ص 94-97 .

وكان هذا نتيجة الهجوم على القانون الطبيعي والحقوق الطبيعية القائمة عليه من قبل بعض الفلاسفة ، ولا سيما (ديفيد هيوم) . ولما كان (بنتام) أستاذ(مل) قد قال بالمنفعة أساساً لكل الحقوق الإنسانية ؛ فقد استخدم مل هذا الأساس كركيزة لحرية الرأي .

(9) مل ، جون ستوارت : **في الحرية** ، ط1 ، ترجمة : طه السباعي ، القاهرة : مطبعة الأدب ، 1922 ، ص 134-135 .

(10) وسائل الإعلام والمجتمع الحديث ، ص 110-111 .

(11) بيل ، إيلي : " العودة إلى هتشتستر : خمسة وثلاثون عاماً على نظرية المسؤولية الاجتماعية " ، شمول ، روبرت . " محرر " **مسؤوليات الصحافة** ، ترجمة : عصفور ألفرد ، عمان : مركز الكتب الأردني ، 1990 ، ص 49-50 .

(12) حمزة ، عبد اللطيف : **الإعلام له تاريخ ومذاهبه** ، ط1 ، القاهرة : دار الفكر العربي ، 1965 ، ص 135 .

(13) حمدي ، حسن : **الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام** ، ط1 ، القاهرة : دار الفكر العربي ، 1989 ، ص 155 .

(14) عبد الرحمن ، عواطف : **المدرسة الاشتراكية في الصحافة : الحقبة اللينينية : 1896-1923** ، ط2 ، القاهرة : مركز البحوث العربية ، 1988 ، ص 7-10 .

(15) **المدرسة الاشتراكية في الصحافة : الحقبة اللينينية : 1896-1923** ، 1988 ، ص 7-10 .

(16) تأثير الإيديولوجيا السياسية التي تتبناها الدول النامية بالظروف التاريخية والمجتمعية والثقافات المحلية ، انظر : أبو زيد ، أحمد : **الدولة في العالم الثالث : الرؤية السوسيولوجية** ، القاهرة : دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 1985 ، ص 183-190 .

(17) يرى في هذا المعنى محمد صابر " أن الدول النامية لا يمكنها في ظل الظروف القائمة إحراق المراحل للحاق بركب الحضارة " ، انظر : بال ، فرنسيس : **وسائل الإعلام والدول النامية** ، ترجمة : حسين العويدات ، تونس : المنظمة العربية للتربية والعلوم الثقافية ، 1982 ، ص 5 .

- (18) السماسيري، محمود يوسف: فلسفات الإعلام المعاصرة في ضوء المنظور الإسلامي، ط1، فرجينيا: المعهد العالي للفكر الإسلامي، 2008، ص 70-71.
- (19) عبد الرحمن، عواطف: قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، ط1، القاهرة، مصر: دار الفكر العربي، 1997، ص 50.
- (20) رشتي، جيهان أحمد: الإعلام الدولي، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي، 1986، ص 325-326.
- (21) فلسفات الإعلام المعاصرة في ضوء المنظور الإسلامي، ص 75.
- (22) محمد، سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ط1، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1986، ص 256-257.
- (23) المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ص 43-44.
- (24) المسؤولية الإعلامية في الإسلام، ص 44.
- (25) الضاري، مثنى حارث؛ والزيدي، طه أحمد: الإعلام الإسلامي - الواقع والطموح -، ط1، الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2007، ص 20.
- (26) أبو سليمان، عبد الحميد: أزمة العقل المسلم، ط3، القاهرة: دار القارى العربي، ص 135-136.
- (27) الشيباني، عمر التومي: مفهوم الإنسان في الفكر الإسلامي، الكتاب الإسلامي / الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان، يوليو 1987، ص 263-269.
- (28) الغنوشي، راشد: الحريات العامة في الدولة الإسلامية، ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1993، ص 326-327.
- (29) الشنقيطي، محمد سيد ساداتي: الإعلام الإسلامي، الأهداف والوظائف، سلسلة دراسات في الإعلام والرأي العام، الرياض: دار عالم الكتب، 1991، ص 7.
- (30) عبد الرحمن عزي أكاديمي وباحث إعلامي جزائري، من مواليد 1954 بقرية بني ورثيلان (الجزائر).
- (31) عزي، عبد الرحمن: دراسات في نظرية الاتصال - نحو فكر إعلامي متميز -، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت: لبنان، 2001، ص 108.
- (32) ثاني عبد الله، النذير محمد: الرأسمال القيمي من منظور عزي، مداخلة غير منشورة في الملتقى الوطني الأول حول النظريات الحديثة في علوم الإعلام والاتصال أيام 24/25 أبريل 2012، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم.
- (33) دليو، فضيل: الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 15.
- (34) عمار، حسن؛ السيد حسن، ليلي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، مصر: الدار المصرية اللبنانية، 2002، ص 15.

- (35) ريحي، مصطفى عليان؛ عبد الديس، محمد : وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، ط1، عمان: دار الصفا للنشر والتوزيع، 1999، ص25.
- (36) مكاي، حسن عماد؛ السيد، حسن، ليلي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، مصر: الدار المصرية اللبنانية، 2002، ص15.
- (37) وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، ص24.
- (38) وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، ص25.
- (39) دليو، فضيل: مقدمة في وسائل الاتصال للجماهيرية، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، ص18.
- (40) الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص25-24.
- (41) وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، ص29.
- (42) إحدادن، زهير: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ط1، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2002 ص9.
- (43) الدليمي، عبد الرزاق محمد: الإعلام التربوي، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2001، ص31.
- (44) Hubert ,Fondin : **La science de l'information : posture épistémologique et spécificité disciplinaire** , documentaliste, science de l'information, vol.38,n°2 :2001, ,p112.
- (45) Debry, Regis : **introduction a la médiologie**, 1ere edition, France :presse universitaire de,2000.p8.
- (46) Miege, Bernard : **L'information communication –objet de connaissance-**, 1ere ed , Belgique, p-50--51.
- (47) Mattelart, Armand et michèle : **Penser les médias**,Paris : édition la découvertes ,1986, p58.
- (48) محمد، سيد محمد: صحافة سلطة رابعة كيف؟، ط1، القاهرة: دار الشعب للنشر والتوزيع، مصر، 1989، ص20.
- (49) صحافة سلطة رابعة كيف؟، ص29.
- (50) محمد، سيد محمد: المسؤولية الإعلامية في الإسلام من البعثة إلى القرن الحادي والعشرين، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي، 2008، ص272-273.

# مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية



مجلة علمية فصلية محكمة تصدر عن مجلس النشر العلمي - جامعة الكويت  
صدر العدد الأول منها في يناير عام 1975م

رئيس التحرير

**أ. د. بنيان سعود تركي**

ترحب المجلة بنشر البحوث والدراسات العلمية المتعلقة بشؤون  
منطقة الخليج والجزيرة العربية في مختلف المجالات العلمية.

## ومن أبوابها

- البحوث العربية.
- البحوث الإنجليزية.
- الببيلوجرافيا الإنجليزية.
- ملخصات الرسائل الجامعية:
- عرض الكتب ومراجعتها.
- (ماجستير - دكتوراه).
- الببيلوجرافيا العربية.
- التقارير - مؤتمرات - ندوات

## الاشتراكات

ترسل قيمة الاشتراك مقدماً بشيك لأمر - جامعة الكويت  
مسحوب على أحد المصارف الكويتية

داخل دولة الكويت : للأفراد : 3 دنانير - للمؤسسات : 15 ديناراً  
الدول العربية : للأفراد : 4 دنانير - للمؤسسات : 15 ديناراً  
الدول الغير عربية : للأفراد : 4 دنانير - للمؤسسات : 15 ديناراً

توجه جميع المراسلات باسم رئيس تحرير مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية

ص.ب: 17073 الخالدية - الرمز البريدي: 72451 الكويت

تلفون: 24984067 - 24984066 - 24833215 +965 - فاكس: 24833705 +965

E-mail: jgaps@ku.edu.kw - jgaps.ku@gmail.com

http://www.pubcouncil.kuniv.edu.kw/jgaps

تنفهرس المجلة وملخصاتها ونصوصها في قواعد البيانات والمعلومات التالية:

EBSCO Publishing Products

www.mandumah.com دار المنظومة:

الرقم الدولي للمجلة: 4288 - 0254 ISSN