

التنظير الإعلامي بين التراكم المعرفي والتحول التكنولوجي

Media visualization between knowledge accumulation and technological transformationد.مصباح صوفيان¹¹ جامعة مولود معمري (الجزائر)، mesbahezaher@hotmail.fr

تاريخ الاستلام: 2022/08/04 تاريخ القبول: 2022/08/22 تاريخ النشر: 2022/10/08

ملخص: ن التراكم المعرفي لعلوم الإعلام والاتصال ما هو إلا دراسة للعلاقة بين الوسيلة الإعلامية وجمهورها بحيث يعمل الجمهور علي التحكم في التكنولوجيات واستعمالها في التفاعل مع الوسيلة فيما تعمل الأخيرة علي مواكبة حاجيات المتابعين بتطوير آلية عملها وعرضها للخبر، ونتج عن هذا التفاعل بين الجمهور والوسيلة تنوع آلية العرض والاستقبال، أما أكاديميا فظهرت نظريات ومدارس تدرس المحتوى الإعلامي وتحلله كالنظرية النقدية وأخري تدرس المنصات والمخرجات التقنية كنظرية الابتكارات، وأخري تدرس تأثير الجمهور بالوسيلة كترتيب الأجندة، عملت ورقتنا البحثية علي شرح العلاقة بين التطور التكنولوجي والتنظير الأكاديمي مستخدمين المنهج الوصفي التحليلي وخرجت بالتالي:

-تعمل نظريات الإعلام علي تحليل وتفسير آليات عمل وسائل الإعلام وتفاعل الجماهير معها.

-إن نظريات الإعلام ماهي إلا نتيجة لتراكم معرفي لدراسة التقنية ومنصات البث الإعلامي، تعمل منصات البث الإعلامي علي التأقلم وطبيعة المستخدمين لتلبية متطلباتهم فيما يصبح الجمهور أكثر تخصصا، وتحكما تقنيا

الكلمات المفتاحية: نظريات الإعلام، الاندماج التكنولوجي. التراكم المعرفي

Abstract: the cognitive accumulation of information and communication science is only a study of the relationship

between the media and its audience with a geeth that the public is working to control and use technologies in interaction with the media, while the latter is working to keep abreast of the needs of followers by developing its working mechanism and presenting it to the news. And this interaction between the audience and the medium resulted in the diversity of the presentation and reception mechanism, Academically, theories and schools have emerged that study media content and analyze it like critical theory and others that study platforms and technical outputs like innovation theory. Our research paper explains the relationship between technological development and academic perspective using the analytical descriptive curriculum and follows:

Media theories analyze and interpret the media's working mechanisms and public interaction with them

- Media theories are only the result of a cognitive accumulation to study technology and media broadcasting platforms

Media broadcasting platforms adapt and the nature of users to meet their requirements as audiences become more specialized and technically controlled

Keywords: Media Theories, Technology Integration - Knowledge Accumulation

المؤلف المرسل: مصباح صوفيان

1مقدمة

عرفت نظريات الاتصال تطورات متسارعة نتيجة لمتغيرات اجتماعية، وتكنولوجية، والتحول نحو التوجه الكثيف إلى استخدام التقنيات، وأجهزة الاتصال المختلفة مما جعل الباحثين والأكاديمين والمدارس الكبرى للإعلام إذ تبحث عن تداعيات استخدام وسائل الإعلام ، علي القراء والمتابعين وتأثير

التنظير الإعلامي بين التراكم المعرفي والتحول التكنولوجي

التقنية علي كيفية تلقي المعلومة ، وكذا طريقة التفاعل معها مما نتج عنه تراكم نظري وخلفية فلسفية أسست لنظريات الإعلام والاتصال المعروفة الإشكالية:

إن عملية التنظير الإعلامي عملية معقدة، وهي نتيجة مؤثرات اجتماعية، ثقافية، وخاصة تقنية . إذ أسست لفهم مغاير للاستخدامات جديدة للوسيلة الإعلامية، وعملت علي إيجاد نتاج وتفسير تأثيرات التفاعل بين وسيلة الإعلام وجمهورها، وبين الجمهور ووسائل الإعلام، كما أنتجت التغيرات الثقافية والحضارية مفاهيم ومدارس أسست لمداخل نظرية وفلسفية لعلوم الإعلام والاتصال فمهي المتغيرات الاجتماعية. الثقافية والتقنية خاصة التي لعبت دورا في تأسيس الخلفية العلمية التي نفسر بها ظواهر الإعلام والاتصال الحالية منهجية الدراسات :

اتبعنا في دراستنا علي المنهج الوصفي التحليلي، لتفسير العلاقة بين ظهور بعض نظريات الإعلام والاتصال، والتطور التقني الذي عرفته وسائل الاتصال وإنتاج المعلومة والتأثير بها، وربط التراكم المعرفي وتفسيره ومدى ملائمتة لتراكم التقني، وتفسير التفاعلات بين الجوانب التقنية ، مع الجانب المعرفي، وكيف عملت النظريات علي تأطير العمل الإعلامي وساهمت في حسن الاستخدام الأمثل للجانب التقني خدمة لإعلام محترف فرضيات الدراسة :

- إن نظريات الإعلام هي نتيجة حتمية لتطورات فلسفية، اجتماعية، ثقافية
- إن نظريات الاتصال ما هي إلا تجسبد نظري لما هو موجود تقنيا
- تتجه وسائل الإعلام إلي دراسة جمهورها فيما يؤثر الجمهور في اجندة وسائل الإعلام
- إن التراكم النظري ما هو أداة لخدمة المضمون الإعلامي

مصباح صوفيان

- إن التطور التكنولوجي يدفع نحو تطوير التنظير الإعلامي، ومناهج البحث

2. التحول التقني وأثاره العملية في نقل المعلومة والبيانات

ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخداماته و يتيح هذا الحاسب قائمة ضخمة من الخدمات والمعلومات سواء للاستخدام الشخصي أو إمكانية الاستفادة من المعلومات التي تقدمها شبكات المعلومات. كما يحتوي الحاسوب الآلي على كمية كبيرة من المعلومات يمكن استرجاعها بسرعة فائقة مثل برامج النشر المكتبي والصحفي وقواعد البيانات و الفاكسيميلى والبريد الإلكتروني كما أصبحت أداة ووسيلة اتصال حيث يمكن للحاسب الآلي عبر خطوط الهاتف الاستعانة بالمعدل (Modem) والاتصال ببعضها وهو ما يطلق عليه أنظمة الحاسب الإلكتروني التي تتضمن (النصوص المتلفزة، البريد الإلكتروني عقد الندوات عن بعد (وتبادل المعلومات والأحداث العلمية بين المراكز والمعاهد العلمية على نطاق عالمي واسع. وأيضا التحكم والاستكشاف وذلك من خلال برامج تسمح للطلاب بإجراء التجارب، وتصميم المواقف وتحليل المتغيرات.

حمدي، (محمد الفاتح، قرناني، ياسين و بوسعدية، مسعود. 2011 ص 14)

.بالإضافة إلى ما سبق، يستخدم الحاسب الآلي في التعليم وانتشار الاستراتيجيات الخاصة بتوظيف الحاسب وبرامجه في التعليم واعتماد التعليم عليه خصوصا في التعليم الفردي أو التعليم الذاتي، وفي إطار الوظيفة السابقة، تنشأ ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية *Communités Virtual* التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد مثل مناقضة العنصرية، أو تحرير الجنس والنوع..قدمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومن خلال الأجيال الجديدة للهاتف والفاكس فرصة المشاركة في الندوات خلال طرح تساؤلات أو مناقشة بعض الموضوعات، كما اتسعت دائرة التعليم المفتوح أو التعليم عن بعد التي بدأت بالجامعات، وتقديم المحاضرات من خلال

التنظير الإعلامي بين التراكم المعرفي والتحول التكنولوجي

الانترنت. منحت أنظمة Tél -Tax للأجيال الجديدة من أجهزة الاستقبال، منحت الجمهور فرصة متابعة الأخبار والأحداث وملخصات الكتب وبرامج القنوات وأهم عناوين الصحف والمجلات المطبوعة على شاشة التلفزيون (حمدي، محمد الفاتح، قرناني، ياسين و بوسعدية، مسعود. 2011 ص 15)

أساسيا وسريعا للمعلومات بأشكالها كافة، فضلا عن دخولها في مناحي الحياة كافة ومنها بيئة الإعلام والاتصال. (الفلاحي، حسين علي إبراهيم..، 2014. ص157)

الأنترنت تتيح المحتوى الإعلامي

تنطوي شبكة الإنترنت على تطبيقات إعلامية واتصالية عديدة تتيح الحصول على معلومات وافرة في الميادين كافة، وبما يمكن أن يسهم في تلبية حق الجمهور المستخدم في المعرفة، وهذه التطبيقات تتطور وتزايد بتطور تقنية الإنترنت وتزايد الخدمات التي يتيحها . ومن ابرز نماذج هذه التطبيقات :إذاعة الإنترنت : توجد على شبكة الإنترنت المئات من المحطات الإذاعية سواء منها المعروفة بأسمائها أو تلك التي يديرها هواة إذ يتاح للمستخدم استقبال أعداد كبيرة من المحطات الإذاعية التي تتزايد أعدادها سريعا، وهي تنقسم بين محطات رسمية وأخرى خاصة وثالثة لا توجد إلا من خلال الإنترنت، أي لا يمكن التقاطها بالأساليب الأخرى المتعارف عليها، وراديو الإنترنت هو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم من الدولة والمؤسسات المتخصصة إلى الجمهور وموردي المعلومات، إذ تتيح الشبكة لكل فرد أن يبث برامج إذاعية من دون الحاجة إلى شغل قناة محددة في أوقات محددة . البث التلفازي عبر الإنترنت : ويستخدم هذا النوع تقنيات التدفق الافتراضي للإشارات الضوئية والمرئية، لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام برامج عدة، الفلاحي، (حسين علي إبراهيم. 2014. ص157)

3. التنظير الأكاديمي يرافق التطور التقني

تساعدنا بحوث الإعلام وتوزيع المحتوى الرمزي symbolic content على استيعاب أفضل لكيفية عمل مجتمعنا والمجتمعات الأخرى، فهذا المحتوى يمد المؤسسات وصانعي القرارات بمفاتيح رؤى تخطيط المستقبل. على سبيل المثال، لم يتم إضافة الدراسات السكانية و الأقليات في بلاد الغرب في أشياء بسيطة، السكان حتى وقت قريب . مثل قياس معدلات معرفة المفقود ومعرفة من يجب تمثيله في معدلات الجمهور، أصبح أمرا مهما لمساواة والعد، ومثل هذه المعرفة لا تخفى دلالاتها، كما أنها ليست بالضرورة نتاج المثالية ولا الجشع التجاري. ولكن يمكن أن يطبقها صانعو القرارات؛ من أجل تصحيح مشكلات في قياس الجمهور وإتاحة الفرصة للإعلام للعمل بشكل أفضل؛ من أجل شرائح أكبر من الجمهور. في استعراضه للدراسات الإعلامية، يقول دينيس ماكويل McQuail, in Downing إن الدراسات الإعلامية هي مجال ليس له حدود مؤكدة، ويضيف فالديفيا : إن تحديد مجال الدراسات الإعلامية لا يزال مشروعاً مليئاً بالمصاعب. وبصرف النظر إن صح أو خطأ هذه التعريفات، فنحن نعلم - كما يقول أومبسون : إن الأشكال الثقافية في المجتمع الحديث تتم وساطتها بشكل متزايد، من خلال الآليات والمؤسسات الإعلامية والاتصال الجماهيري. على سبيل المثال، قد يكون الهاتف المحمول - باعتباره أحد الأشكال الثقافية - رمزاً للثراء في أحد المجتمعات، الوقت في الذي يمثل رمزاً للموضة في مجتمع آخر. قد تقول الآن إن الهاتف المحمول ليس وسيطاً جماهيرياً MASS MEDIUM. جدير بالذكر أن الإعلام الجماهيري والاتصال الجماهيري MASS COMMUNICATION دائماً ما يرتبط بالصحفيين أو التلفزيون أو، أي وسيلة إعلامية أخرى تتسم بالاتصال من وسيط واحد لكثير من المستقبلين. ومن المثير للاهتمام أن الهاتف المحمول قد يعمل كتكنولوجيا اتصال

التنظير الإعلامي بين التراكم المعرفي والتحول التكنولوجي

شخصية في لحظة من اللحظات، (بإ النافز، مارك، هيميلرمك، ستيفاني وشوسميث، بريان 2017. ص 6)

في الوقت الذي يكون فيه جهاز استقبال للإعلانات في لحظة أخرى. وفي كلا الحالتين من الممكن القول إنه سواء أكان الهاتف المحمول يعمل بصفته تكنولوجيا شخصية (خاصة أو تكنولوجيا جماهيرية - فإنه يعد جزءا من أجزاء وسيط لمحتوى رمزي. في كل الثقافات يتم إضافة معانٍ إلى الأشياء و

الناس والممارسات، مثلما يحدث مع بيئتنا الفعلية. والإعلام جزء ملازم لهذا الإجراء في نشر المحتوى، أو توزيعه مع المعاني ذات الدلالة لهذا الوسيط،

أو ما يمكن تسميته تكنولوجيا الكلمة **TECHNOLOGIZING THE**

WORD. هذا الأمر في الدراسات الإعلامية له تاريخ طويل، يبدأ على الأقل منذ

ظهور حروف الأبجدية ونظم الكتابة بها. فاللغة وسيط، تماما مثل الحديث والكتابة والطباعة والوسائط السمعية والبصرية. ومن الممكن أن نستشهد مرة أخرى بسلفرستون؛ لنصف الدراسات الإعلامية أنها: "تتبع وسائل الإعلام من خلال السبل التي تشارك فيها في الحياة الاجتماعية والثقافية وفي الدراسات الإعلامية يتم مناقشة هذا المفهوم (استخدام وسائل الإعلام لتوضيح معنى في ضوء بعض المفاهيم الأساسية، وهي: النظريات وهي شروح، يحاول أصحاب النظريات أو الكتاب في مجالات الإعلام بذل الجهد لشرح الظواهر المختلفة أثناء عملية الوساطة. فعلى سبيل المثال، السؤال: "هل عرض أفلام العنف يولد شخصيات عنيفة؟" يبرز أسئلة أخرى حول تأثير الإعلام في المجتمع. وقد تكون هناك نظريات منافسة تقدم نتائج منافسة. الهياكل والتنظيمات: كل النظم السياسية والاجتماعية تؤثر في عملية الوساطة الإعلامية للمحتوى الرمزي. فنظام الملكية ونظم السلطة والسيطرة على الإعلام ونظام اقتصاديات الإعلام، وبالطبع العاملين بمجال الإعلام أنفسهم - كلهم جزء من الهياكل

مصباح صوفيان

والتنظيمات الإعلامية. المحتوى: كل ما نشاهده أو نسمعه أو نقرأه، هؤ سواء من أخبار في صحف اليوم أو رسائل عبر الهاتف المحمول - (SMS) يعد جزءا من المحتوى الرمزي للإعلام. فالمحتوى الرمزي هو كل ما يتعلق بالمحتوى الفعلي. ونشر هذا المغزى يمكن بالطبع أن يتأثر بهياكل وتنظيمات (بالنافز، مارك، هيميلرمك، ستيفاني وشوسميث، بريان. 2017 ص 7.8)

الإعلام وسائل الإعلام، بالإضافة إلى الثقافة السائدة التي نعيش فيها. فتراكيب المعنى الذي ينتج عن المحتوى الإعلامي والنصوص الإعلامية - علاوة على الصراعات الأيديولوجية في هذه الهياكل-أن تعد مجالا أساسيا في الدراسات الإعلامية. الجمهور:

كان لدى الباحثين القدامى في الإعلام اهتمام كبير بسلوكيات الجمهور، و بمعنى آخر: مكونات "جمهور ما". ويمكن أن تجرى الدراسات على الجمهور كمفردة أو مجموعة أو على مستوى المجتمع ككل. التأثيرات: عملية إجراء الوساطة للمحتوى ذي الدلالة لها تأثير. فعلى سبيل المثال كانت إعلانات الوجبات السريعة للأطفال الذين يشاهدون التلفزيون في إنجلترا ضارة، لذلك تم منعها بالفعل. وهنا يكون لبحوث التأثير تقليد تجريبي، وهو ما يطلق عليه في الولايات المتحدة الأمريكية البحوث الإدارية. وقد اتخذت البحوث التجريبية أو الإدارية في البداية شكلا تجاري؛ ا للتعرف على كيفية تشكيل الإعلام للرأي العام، أو التعرف على كيف تأثير الإعلام أو على سلوكيات الجمهور في الشراء. وفي المقابل تناولت البحوث النقدية CRITICAL RESEARCH القوة والأيديولوجية، وكيف أن الثقافة نفسها قد تحولت إلى صناعة. التغيير الاجتماعي والعالمي إذا كانت الدراسات الإعلامية تتبع الإعلام من خلال الطرق التي تشارك فيها في الحياة الاجتماعية والثقافية الحالية - فإنه لا يمكننا تجاهل الطبيعة العالمية لهذا المشروع. فتكنولوجيا الإعلام الرقمية تنمو على هيئة شبكات معقدة؛ حيث إن

العالم الافتراضي لمواقع الشهيرة في الإنترنت، مثل Second Life و World of War Craft - ويشمل المئات الآلاف من البشر. ومجموعات اللعب الإلكترونية متعددة الأدوار، مثل World of War Craft:، تخصص لها ميزانية تعادل حجم الناتج الإجمالي المحلي لبعض الدول الصغيرة. ليس هذا فقط، وإنما وصل الأمر إلى حد إقامة قواعد إقليمية في كوريا والولايات المتحدة والصين، الذين صاروا مركزا للمشاركة في هذا الإتجاه (بالنافز، هيميلرمك، & ..شوسميث، ... 2017 ص 8) يستخدم الحديث عن تكنولوجيا الإعلام في الآونة الأخيرة لغة الإحصاء والمقارنة؛ لإظهار مدى التغير التكنولوجي. وكما جاء في دليل الاقتصاديات الإلكترونية the hitch hiker's Guide to Cybernomics "في جريدة الإيكونوميست (Economist) عام 1996: منذ خمسة وعشرين عاما كان يوجد حوالي 500 ألف جهاز حاسب آلي فقط على مستوى العالم، الآن قفز الرقم إلى حوالي 140 مليونا. وهذا الرقم لا يشمل أيا من رقائق الكمبيوتر المستخدمة في السيارات والغسالات الكهربائية، ولا حتى بطاقات التحية الصوتية. فسيارات اليوم تعمل ببطاقة تشغيل الكمبيوتر أكثر مما كان في أول سفينة فضاء عام 1969. وقد افتتح صامويل مورس عام 1844 مرحلة الاتصال اللحظي، من خلال أول رسالة يرسلها ن ع طريق التلغراف.. هذه مشيئة الله WHAT HATH GOD WROUGHT!.. في 1960 استطاع كابل تليفوني عبر المحيطات أن يحمل 138 مكالمة في آن واحد. الآن بمقدور الكابل المصنع من الألياف الضوئية Fibreoptic Cable أن يحمل مليون ونصف مكالمة 7-3، S3، The Economist, 1996، تشتمل الأحاديث عن التغييرات في تكنولوجيا الإعلام أحاديث عن التغييرات في كيفية عمل المهن الإعلامية. يصف فريدلاند وويب (Friedland and Webb (1996) كيف أنشأ Online Wisconsin، وهي دوريه تنشر على الإنترنت كجزء من مادة الصحافة التي

مصباح صوفيان

يدرساتها في جامعة ويسكينسون في بداية عام 1993. وقد دفعهما لذلك تحققهما من أن الأخبار كانت بالفعل يتم نشرها بوسائل جديدة، وأن المعدل السريع لقبول التكنولوجيا الجديدة يعني أن فكرة "صحفي الوسائط المتعددة"، الذي يحمل جهاز تسجيل وكاميرا صغيرة حاسب الي صغيرا تتلاشى يوما بعد يوم ... والآن يمكننا تعريف صحافة الوسائط المتعددة على أنها مجموعة من تطبيقات النصوص المتشعبة والعروض المسموعة والمرئية لمطبوع صحفي على الإنترنت . (Friedland and Webb, 1996, 55 وكما يقولان إن التحول كان يحدث بالفعل ويقوده الإعلام التقليدي، وبشكل جزئي المؤسسات التي تعمل بالحاسبات الآلية. إن جمع وسائل إعلامية مختلفة في منتج واحد أو في وسيلة واحدة يطلق عليها التجمع. Convergence وعلى ذلك فإن الإنترنت هو تكنولوجيا تداخل لأنها تجمع نظريات ومناهج الإعلام،) بالنافز مارك، هيميلرمك، ستيفاني و شوسميث، بريان(2017 ص9) لفيديو والصوت والنص معا والتداخل يعني أيضا أنواعا جديدة من الخدمات، وإعادة هيكلة المؤسسة، فعلى سبيل المثال أصبحت شركات الاتصالات شركات تبث وتنشر. والتداخل يطرح أسئلة واضحة عما إذا كان المجتمع قد تحول نتيجة ظهور وسائل إعلام جديدة. وهناك رأيان رئيسان بخصوص مسألة تغير المجتمع في عالم وسائل الإعلام العالمية، حيث يفرق وبستر(1995) : Webster بين المنظرين الاجتماعيين الذين يرون أن المجتمع الحالي هو مجتمع من نوع جديد، يختلف عن المجتمعات الموجودة بالفعل، وبين هؤلاء الذين يرون أن المجتمع امتداد لعلاقات اجتماعية قائمة مضاف إليها الدور المكثف للمعلومات والإعلام. ويميل للتشاؤم هؤلاء الذين يؤيدون الاستمرارية بدلا من التغير. أما الذين يؤيدون المجتمع الحالي كنوع جديد من المجتمعات فيميلون إلى التفاؤل. كما أن الذين يؤيدون فكرة الاستمرارية في التغير الاجتماعي والتكنولوجي، اهتمامهم الأساسي هو

التنظير الإعلامي بين التراكم المعرفي والتحول التكنولوجي

الأيديولوجية وعناصر القوة والملكية والهيمنة. أما هؤلاء الذين يؤيدون فكرة التغيير الراديكالي فهم يميلون للتعدد والتدفق الحر للمعلومات والتنوع، ويملكون قوة المنافسة كعناصر أساسية في اهتماماتهم. وقد كانت مؤلفات مانويل كاستيلز Manuel Castells 1996، 1997، - 1998 التي قدم من خلالها العديد من الأطروحات بشأن تشابك مملكة العولمة من المراجع المهمة في الحوارات الخاص بالتكنولوجيا حديثة الظهور". ن. ظهور مجتمع الشبكات يدعو للتساؤل عن إجراءات بناء الهوية، وبالتالي يؤدي إلى إشكالات جديدة من التغيير الاجتماعي. يحدث هذا لأن مجتمع الشبكات يقوم على الفصل المنظم بين المحلي والعالمي عند معظم المجموعات فراد ومجتمعين. (Castells, 1997 تعد التكنولوجيا - دون شك - واحدة من أهم العوامل المؤدية إلى العالمية والعولمة في النشاط الاقتصادي Dicken, 1998, 145. ومنذ نشأة وتطور شبكات الاتصال، وظهر مفهوم العالم المنكمش "shrinking world" للمعرفة العامة - وهي الفكرة التي تم استقاؤها من مفهوم القرية العالمية (Gobal Village لصاحبها ماكلوهان 1962 -) McLuhan صار تداخل التكنولوجيا، مثل: (بالنافز، مارك، هيميلرمك، ستيفاني و شوسميث بالنافز، مارك، هيميلرمك، ستيفاني وشوسميث، بريان. 2017 ص 10) لتليفون والفاكس والكمبيوتر مهما لحلقات نقاش حول موضوعات التحول الاجتماعي نحو مجتمع المعلومات. وقد حثت مؤلفات مانويل كاستيلز على فتح باب النقاش حول موضوعات تتعلق بالأسس الفلسفية والنظرية لمجتمع المعلومات. وهناك مؤلفات، مثل "جغرافيا ما بعد الحداثة Post modern " (Geographies) Soja, 1989 و، (انهيار الفراغ الفضائي والزمني Collapsing Space and Time (Brunn and Leinbach , - ("التي أكدت على التنوع والمزيد من الحريات. ولكن لم يبدأ الحوار النقدي بشأن هذا الموضوع

مصباح صوفيان

قبل التوسع الذي حدث للإنترنت في منتصف التسعينيات، والتحليل الذي جرى لخبرات الشبكات، وما تعنيه للمستخدمين، وكيفية تشغيلها، بالإضافة إلى أمور أخرى خاصة بالكيف، تتصل بنظم معلومات الاتصال. فالتطور الذي حدث في سرعة نقل البيانات، الزيادة الهائلة في عدد المستخدمين أدت إلى أن يعرف الإنترنت أسماء مختلفة، مثل: الطريق السريع للمعلومات، الريادة الإلكترونية *electronic frontier*، و الفضاء الافتراضي للتعبير عن الرأي (Adams, 1998) ويجسد جراهام القضية الأساسية كما يلي: تتحرر حياة البشر من قيود الفراغ والمسافات، فيصبح كل شيء ممكنا في أي مكان وزمان، وبالتالي يمكن الوصول بالمعلومات في كل مكان وأي مكان (Graham, 1998).

(168) يصاحب الحوار الذي يحيط بالعمولة والاقتصاد الجديد الاهتمام المتزايد بسياسات الشبكات. ويرتبط هذا بأطروحات المراقبة والنظم السياسية والتأثير المدني. ومع تداخل الهواتف المحمولة وأجهزة الحاسب الي نظام تحديد المكان العالمي الجي بي إس GPS لي و Global Positioning System - أصبح من الممكن الآن تتبع الأماكن الجغرافية وخطوط سير الأفراد. وتجري الآن محاولات لإصدار تشريع لحماية حقوق الأفراد، (بالنافز هيميلرمك، & ..شوسميث، 2017. ص 11) فكرين في مجال الإعلام: هل نقول ما هو أكثر من هذه الاتصالات البينية العالمية؟ هل تمثل هذه الاتصالات حالة الأمم الغنية التي تتحكم في التكنولوجيا والتدفق الإعلامي؟ هل هناك ما هو أكثر من ذلك؟ (بالنافز، مارك، هيميلرمك، ستيفاني و شوسميث، بريان. 2017 ص 12) (حد وكثافة الوصلات وشبكات الإعلام العالمي) المسافة والمنطقة التي تتم تغطيتها، ومدى تعقد الشبكات، وكيف يتم دمجهم جيدا. (- معدل التبادل الإعلامي وتأثير وصلات الإعلام العالمي) درجة النشاط والتبادل عبر مسافات طويلة، وتأثير هذا النشاط على التبادل،

4. المناهج تدرس تأثير التقنية علي المستخدمين والمضامين

إن غالبية العمل الذي تم إجراؤه في البداية لتأسيس منهج دراسة تأثيرات الإعلام، تم إنجازه في الولايات المتحدة. وكان تأثير البروباجندا والإعلام على الفرد واحدا من أول اهتمامات الحكومات والمهن التجارية والعلماء عقب الحرب العالمية الأولى. ما الذي يجعل الناس تدعم قضية أو تعارضها؟ هل الإعلانات تؤثر على الناس حتى يشتروا المنتجات؟ في الدراسات الأولى، يبدو أن فكرة سيطرة قوة الإعلان والبروباجندا على عقول الناس من خلال الصحف ثم الراديو قد تأكدت فيما بعد. في عام 1937 توصل هارولد جوزنيل Harold Gasnell (، في دراسة عن العلاقة بين السمات الاجتماعية والاقتصادية وعادات قراءة الصحف وعادات الانتخابات في شيكاغو، تم التأكيد على أن دعم الصحف قد يؤثر على أصوات القراء الناخبين. وقد نظر إلى الرسائل الإعلامية التي تم بثها من خلال الإعلام الجماهيري، مثل الصحف والراديو، على أنها حققت عقول الجماهير، وتم تسجيلها على شكل تحولات في الاتجاهات والسلوك. «فمثل هذه المشاعر والاتجاهات قد أحدثت السلوك المرغوب؛ نتيجة لمصدر الرسالة raus and (« Davis, 1976, 117K. الاتجاهات: Attitudes هي حالات ذهنية للاستعداد للرد، استنادا إلى الخبرة؛ بغرض التأثير على السلوك (بالنافز، مارك، هيميلرمك، ستيفاني و شوسميث، بريان. 2017. ص82). فالأفراد يتلقون رسائل ويتصرفون بناء عليها. إن الرؤية في الكتب الدراسية عن الإعلام في الولايات المتحدة هي أن البحث انتقل من مفهوم التأثيرات القوية المباشرة العادية في العشرينيات والثلاثينيات، إلى مفهوم التأثيرات السيكلوجية التي تم توصيلها من خلال عوامل شخصية أو جماعية أو عوامل أخرى. وقد أظهر البحث التجريبي في علم النفس الاجتماعي - بشكل سريع - أن فكرة التأثيرات المباشرة للاتصال الجماهيري كانت مضللة، وأن العلاقة بين الاتجاهات والسلوك أمر معقد. وعلى سبيل المثال، في

مصباح صوفيان

1934 سافر لابيير (Lapiere) مع اثنين صينييين إلى 66 فندقا، ومعسكرات أتوموبيل، وثكنات سياحية، و184 مطعما وكافيه في الولايات المتحدة. ثم أرسل لابيير صحيفة استقصاء لكل الأماكن التي ارتادها، عما إذا كانوا يقبلون الصينيين ضيوفا. ووجه لهم سؤال أجاب 90% لا. Lapiere, 1938. «قد تكون هناك بعض الاختلافات الجوهرية بين ما يقوله الناس وما يفعلونه، فالناس قد تقول في استبيانهم يرون أن الإعلان مؤثر، ولكنهم يتصرفون بشكل مختلف. إن قياس الاتجاه واحد من المناطق الأساسية في بحوث التأثيرات الإعلامية، في كل الأحوال، إن ما يشكل اتجاها ما يعتمد على: - العرف داخل الأنظمة. - الأهداف النظرية الخاصة بالمستخدم، والتي قد تكون متنوعة. 3- مخرجات الاستكشافات التجريبية التي صممت لإقامة متشابهات أو اختلافات في العناصر. فعنصر «الاتجاه» يعتبر فرعاً من عنصر «الدافع»؛ لأنه يمثل عنصراً مؤثراً، ويميل للفعل. إن الاتجاهات ليست إدراكات و اعتقادات أو قيما وعادات أو آراء، بولازرزفيلد (Paul Lazarsfeld) الذي ألفه في عام 1940 حيث بين بعض التعقيدات لتأثير الإعلام على الإتجاه والسلوك) بالنافز، مارك، هيميلرمك، ستيفاني وشوسميث، بريان. 2017. ص83) قطة خاطفة: بول لازرزفيلد Paul Lazarsfeld: يتبادل العامة في أذهانهم مصطلحي: «الآراء» و «الاتجاهات». أجرى بول لازرزفيلد مؤسس منهج بحوث المسح - واحدة من الدراسات المسحية الجوهرية عن الرأي العام في بداية الأربعينيات، ونشر عنها في s choice people . 1944 وقد تناول لازرزفيلد وزملاؤه تأثير الإعلام الجماهيري على سلوك التصويت الانتخابي. وقد ظهرت إحدى النتائج غير المتوقعة، فعندما طلب من العينة البحثية أن يكتبوا تقارير عن آخر تعرض لهم لحملات الاتصال من كل الأشكال، ذكروا المناقشات السياسية بشكل متكرر أكثر من تعرضهم للراديو أو الاتصال المطبوع Lazarsfeld, Berelson and Gaudet, 1944

التنظير الإعلامي بين التراكم المعرفي والتحول التكنولوجي

(بالنافز، .. هيميلرمك، & ..شوسميث، 2017 ص84) قدمت دراسة لازرزفيلد فكرة قيادي الرأي في مراجع البحث ومعاجم الاتصال. وقيادي الرأي هم الأشخاص الذين لا يمررون المعلومات والآراء للآخرين فقط، ولكنهم أيضا يقومون بدور الحاجز والوسيط للتأثيرات في الإعلام الجماهيري. على سبيل المثال، قد تكون والدتك قائدة رأي في منحنى معين في حياتك، وليكن مثلا الحزب السياسي المفضل لك، وتؤثر على اختيارك في التصويت الانتخابي. وفي نفس السياق، قد تكون أنت قائدا للرأي (بريان. 2017. ص 85) منحنى معين في حياة والدتك مثل اختيار ألوان الملابس، وبالتالي تؤثر عليها في اختياراتها عند الشراء. التحق بول لازرزفيلد وروبرت ميرتون بقسم الاجتماع في جامعة كولومبيا عام 1941، وكان الاثنان معروفين بتطوير منهجي المسح والمقابلة. صار ميرتون خبيرا في منهج المقابلة، وأسس طرق المقابلة المكثفة، والمجموعة المكثفة focus groups. هذه الوسائل الكيفية استخدمت بشكل شائع في بحوث الإعلام الحديثة، أما لازرزفيلد فقد طور منهج المسح الحديث، وأجرى البحوث الجوهرية على الرأي العام وتأثير الإعلام. استطاع لازرزفيلد أن يطور الافتراضات البسيطة عن تأثير الإعلام الحديث، وقد استعرض في مؤلفه «اختيار الناس» بعض المحددات للإعلام الجماهيري الحديث في تغيير الاتجاهات والسلوك (بالنافز، هيميلرمك، & ..شوسميث، 2017 ص85)

4.2 النظريات الناشئة عن التحول التكنولوجي

جدير بالذكر أن الابتكارات هي أفكار جديدة وتكنولوجيا جديدة وأشكال جديدة من السلوك والتقاليع والموضة. والاهتمام بالوسائل التي انتشرت من خلالها يرجع إلى القرن التاسع عشر، ولكن الدراسات التجريبية الجادة بدأت في الولايات المتحدة في عشرينيات القرن العشرين. أراد علماء الاجتماع أن يعرفوا كيف انتشرت الأفكار والتكنولوجيا الجديدة من خلال الفراغ والزمن، وما هو

مصباح صوفيان

الدور الذي لعبه الإعلام في التدفق، وما هو الدور الذي لعبته الابتكارات في التأثير على التغيير الاجتماعي. ولاحظوا أن الانتشار حديث في حيز محدد (بالنافز، مارك، هيميلرمك، ستيفاني و شوسميث، بريان. 2017. ص 88) في فترة زمنية محددة، اختلفت في الفراغ والزمن طبقا لنماذج مختلفة من الحركة ورأوا أنه . ليس كل شخص يسمع عن، أو حتى مهتم بكل ابتكار، وليس كل الأشخاص مهتمون بتبني أي ابتكار يسمعون عنه. فأحزمة مقاعد السيارات كانت متاحة على مدار عقود طويلة قبل أن يصدر قانون يجعلها إجبارية في السيارات الجديدة، وبالرغم من ذلك، لا يجبر القانون كل الناس على استخدامها. والتليفزيون تم تبنيه بشكل بطيء في بريطانيا والولايات المتحدة، ولكنه تم تبنيه بسرعة في أستراليا بعد أن ادخل هناك في عام 1956. ربما يرجع هذا لتوفر البرامج، وأن فكرة التليفزيونات كانت موجودة بالفعل في بريطانيا والولايات المتحدة. وقد تم تبني التليفزيون الملون بشكل أسرع؛ ربما لأسباب مشابهة في الثمانينيات والتسعينيات، كما تم تبني أجهزة الحاسبات بشكل واسع النطاق كما حدث مع أفران الميكروويف وأجهزة تشغيل أسطوانات الليزر. دائما ما تهتم المؤسسات الحكومية والخاصة بنشر المعلومات، فهم يسعون لتوصيل رسائل للمجموعات المستهدفة والكتل الكبيرة من السكان، وقد اعتنت دراسات الانتشار التقليدية في بداياتها بنشر سياسات حكومة الولايات المتحدة، ونشر الابتكارات في المناطق الريفية، والعلاج بين الأطباء. درس علماء الاجتماع الطريقة التي من خلالها تم نشر المعلومات عن بذور الذرة الهجين بين المزارعين الأمريكيين، والمدة الزمنية التي استغرقها لتبني هذا الابتكار. ودرسوا انتشار راديو الهواة والطرق الجديدة في التدريس، والأشكال الجديدة للعلاج الطبي، علاوة على الإشاعات، ومعرفة أخبار الأحداث والرسائل الخاصة بالحملات. (بالنافز، مارك، هيميلرمك، ستيفاني و شوسميث، بريان. نظريات ومناهج الإعلام، 2017. ص 89) ولتلخيص هذا العمل، تقول إيفريت

التنظير الإعلامي بين التراكم المعرفي والتحول التكنولوجي

روجرز: Everett Rogers إن تبني أي ابتكار يحدث من خلال خمس خطوات: - مرحلة الوعي، ومن خلالها يعرف الناس الابتكار، ولكنهم يعرفون القليل من التفاصيل عنه. - مرحلة الاهتمام، ومن خلالها يظهروا المزيد من الاهتمام بالتفاصيل- مرحلة التقييم، ومن خلالها يقيموا الابتكار، ويقرروا ما إذا كانوا سيجربونه أم لا. - مرحلة التجريب، حيث يجربونه على نطاق ضيق. (بالنافز، مارك، هيميلرمك، ستيفاني و شوسميث، بريان. 2017 ص89 -) مرحلة التبني، حيث يتبنون الابتكار بشكل كامل

4.3 الوسيلة الإعلامية تحدد ما يعتقدده الجمهور

تأثير الأجندة الإعلامية على اهتمامات الفرد بالقضايا، يرتبط بشكل مباشر بكيفية تعرضه للاتصال الجماهيري. وهؤلاء الأشخاص الذين يتعرضون للإعلام بشكل متكرر يظهرون مستويات أعلى في الاتفاق على الأجندة الخاصة وأجندات الإعلام الجماهيري (-). McCombs and Shaw, 1972 (هناك مداخل أخرى لمنهج ترتيب الأولويات، قام فانكهاوزر بعمل تحليل لأربع عشرة قضية رئيسة لانتخابات 1960، وأقام مقارنة بين التغطية الصحفية ومجمل إحصائيات الرأي العام. وأظهر العلاقة بين الاهتمام الصحفي والرأي العام في قضايا تتعلق بحرب فيتنام، والصراعات داخل الحرم الجامعي وأعمال الشغب، وأظهر أن الاهتمام الصحفي والرأي العام وصل إلى ذروته قبل وقوع الأحداث، Fankhouser, 1973) (. اختبار كل من نيترو وإيال) تأثير ترتيب الأولويات في الصحافة على قضية حقوق المدنية من 1954 إلى 1976، كما بحث نيترو وإيال وروجرز قضايا التضخم والبطالة والاتحاد القومي في كندا. أظهرت الدراسات تأثيرات مهمة لترتيب الأولويات على الرأي العام (بالنافز، هيميلرمك، & شوسميث 2017ص97)

4.4 الإتجاه النقدي للمحتوي الإعلامي

الاتصال الجماهيري من هذا المنطلق هو ممارسة وإنتاج التسلية و الترفيه والإعلام لجمهور غير معروف عبر وسائل إنتاج صناعية، منظمة و تكنولوجيا عالية، يستهلك بشكل فردي من خلال المطابع و الشاشات و كل وسائل النشر. هذا التوجه كان واحدا من المواضيع الجامعة للمدرسة النقدية- الممثلة في روادها أدورنو، هوكايمر، ماركوز و بنجامين

Adorno, Horkheimer, Marcuse, Benjamin أو مع يعرف بمدرسة فرانكفورت- التي كانت و خلال ثلاثين سنة تدور حول المخاطر التي تحملها الثقافة "الجماهيرية" و التوظيف للإنتاج الثقافي للمنطق الاقتصادي، تصنيع الصحافة و إعادة الإنتاج الميكانيكي للأعمال الفنية أتى ليحطم مشروع ثقافة بيداغوجية للموطنة) (بعد أن أصبحت أشياء معيارية فاقدة لبعدها المقدس (طاير، مفيدة. 2015 ص 391)

. "الأسس النظرية للبحث الإعلامي النقدي" لإستهلاك سلمي، المنتجات الثقافية تفقد بالتالي شحنتها النقدية، مساهمتهم في مقاومة السلطات. هذه المواضيع التي ظهرت في نصوص أدورنو و بينجامين. أو ما عبر عنه هابرماس Habermas حول الفضاء العمومي (1960) (التي تمثل واحدة من التعابير الأكثر الأهمية لهذه الإشكالية، هابرماس يظهر كيف أنه عبر الإشهار- بالمعنى القانوني للكلمة و الفضاء المخصص للرأي العام، الدولة الدستورية التي نشأت عن الثورات الإنجليزية و الفرنسية أنشأت نظام سياسي مبني على علاقات الاتصال. بدل الكلمة الوحيدة من سلطة ذات بعد طبيعي أو مقدس عوضتها سلطة الكلمة و الرأي العام عبر الصحافة، النقاشات، المسارات الانتخابية. تحليل هابرماس هو أيضا مسار نوستالجي، الذي يصف تدهور الفضاء العمومي في القرن العشرين عبر ثقافة جماهيرية تحولت إلى موضوع استهلاكي بدون طاقة نقدية، و حياة سياسية

التنظير الإعلامي بين التراكم المعرفي والتحول التكنولوجي

مأخوذة بمنطق العلاقات العامة و إستراتيجيات الصورة، و تراجع الوظيفة النقدية لوسائل الإعلام، هذه النظرة تقدم صورة سوداوية للفضاء العمومي تصف فساد عصري للرأي العام. خاصة أنها ناتجة عن نظرة نقدية للاستهلاك الثقافي و علاقة السياسيين بالطبقات الشعبية... (طاير، مفيدة. "الأسس النظرية للبحث الإعلامي النقدي." ص 392)

النتائج :

- تعمل نظريات الإعلام علي تحليل وتفسير أليات عمل وسائل الإعلام وتفاعل الجماهير معها.
- إن نظريات الإعلام ماهي إلا نتيجة لتراكم معرفي لدراسة التقنية ومنصات البث الإعلامي والتحول الثقافي والاجتماعي المرافق لها
- إن الهدف من دراسة وسائل الإعلام والجمهور هو الاستفادة القصوي من التفاعلية التي توفرها المنصات التكنولوجية في عملية إنتاج المعلومة للإرضاء الجمهور
- إن الحتمية التكنولوجية هي أساس البحث الأكاديمي الإعلامي ومستقبله كونها في تطور دائم.

المراجع

1. بالنافر، مارك. هيميلرمك، ستيفاني. شوسميث، بريان. (2017). نظريات ومناهج الإعلام. دار النشر للجامعات.
2. حمدي، محمد الفاتح. قرناني ياسين، بو سعديّة ، مسعود. (2011). تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديث. الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
3. طاير، مفيدة. (2015). الأسس النظرية للبحث الإعلامي النقدي. دراسات وأبحاث، 7 (19).
4. علي إبراهيم، ح. (2014). الإعلام التقليدي والإعلام الجديد : دراسات وصور في مظاهر من الإعلام التقليدي والإعلام الجديد. دار غيداء للنشر والتوزيع .