

## إشكاليات المصطلح في الدراسات الإعلامية العربية Problematic termin in the arab media studies

د. حسن علي محمد

رئيس قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة المنيا /جمهورية مصر العربية

تاريخ النشر: 2015/06/11

تاريخ القبول: 2015/05/23

تاريخ الاستلام: 2015/03/23

### ملخص:

تعتبر ترجمة المصطلحات في حقل الإعلام و الاتصال بما أن معظم الأبحاث الإعلامية و الاتصالية غربية ذات أهمية بالغة في الانطلاق نحو دراسات أكاديمية متكاملة على مستوى الدراسات العربية ، غير أنه بدا واضحا أنه توجد أزمة مصطلح في هذا الحقل جعل معظم الأبحاث في المنطقة العربية تصطدم بمشكل اختلاف السياق الغربي الذي نشأت فيه تلك المصطلحات عن السياق المحلي العربي.

### Abstract:

The translation of terminology in the field of media and communication, since most of the western media and communication research is very important in the launch of academic studies at the level of Arab studies, but it seems clear that there is a crisis of the term in this field made most of the research in the Arab Region Arabic the problem of the different Western context in which those terms originated from the local Arab context.

## 1. مقدمة:

اهتم العرب القدماء بتحرير المصطلحات اذ يعتبرونها مفاتيح العلوم وأبوابها، فقد علمنا علماء الاصول ان تحرير المصطلح من تمام تحصيل العلوم وفهم المقاصد، ولازالت قضية المصطلح تلقي اهتماما وافرا من قبل الباحثين العرب المعاصرين فقد سبقت المغرب بندوة حول المصطلح عام 1981، تلاها تونس بعد ذلك بخمس سنوات بندوة مماثلة عام 1986، ثم الجزائر اليوم في العام 2013 في هذا الملثقي الدولي الثالث الذي ترعاه جامعة عبد الحميد بن باديس في كلية العلوم الاجتماعية بقسم علوم الاتصال والذي نشرف بحضوره بين ثلة من علماء الإعلام العرب. وبنظرة إلى الوراء سنجد ان الاهتمام (بالمصطلح) وجد منذ ان خلق الله ادم عليه السلام وحتى اليوم، فالمصطلح عرفته جميع الحضارات لتعبر به عن نفسها وعن مكتشفاتها ونظرياتها وفنونها وعلومها ولنقل معارفها إلى الاجيال تلو الاجيال.

لقد احس العربي بخطورة واهمية المصطلح باعتباره مفتاح العلوم حتي ان الخوارزمي اطلق علي كتاب له في علم الاصطلاح ( مفاتيح العلوم) وهو سعي حثيث لتحرير المصطلحات وسار علي نفس النهج عالمنا البديع السكاكي الذي اسمى كتابا له أيضا (مفتاح العلوم) وهو سبق عربي قبل أن يعرف الغربي قيمة الاصطلاح في تحصيل العلوم !!

### مفهوم المصطلح:

يعود الاصل في هذه الكلمة (مصطلح) إلى الجذر (صلح) وفي جزء من الحديث النبوي، يقول فيه صلي الله عليه وسلم: (..ثم يصطلح الناس علي رجل). نجد أن الرسول الكريم استخدم الكلمة لتعبر عن اتفاق الناس، وفي معجم الزبيدي(الاصطلاح) هو اتفاق طائفة مخصوصة علي شئ مخصوص وهنا يقترب من الرمزية إلى شئ يتعارف عليه الناس. وقد استندت طائفة من معربي المصطلحات العلمية إلى تعريف صاحب المحيط والذي يحدد مفهوم المصطلح بأنه:

(إخراج الشئ من المعنى اللغوي إلى معنى آخر لبيان المراد منه)

إذ لا يشترط في المصطلح العلمي أن يستوعب معناه اللغوي. فهذه اللفظة أو تلك تصبح مصطلحاً عندما يتواضع العلماء على استعمالها للدلالة على معنى علمي.

ومع التطورات التقنية وانتقال الغرب إلى الاكتشاف والاختراع ثم انتقال العرب إلى الاستهلاك دون شراكة حقيقية في صناعات وحضارات العصر برزت مشكلات الاصطلاح امام العلماء العرب، وبخاصة في العلوم الحديثة ومنها الإعلام والاتصال الجماهيري.

والغريب أن مشكلات المصطلح لم تكن . قديما . موضع قلق عربي لأن العرب كانوا هم المخترعين للمصطلحات الدالة علي مكتشفاتهم ومعبرة عن خبراتهم وفهمهم للعصر.

غير أن ملامح المشكلة بدأت تواجه الباحثين العرب مع انتقال العلوم إلى ناصية الغرب وتحول العرب إلى مستهلكين لمخترعات ومكتشفات الغرب ..، هنا وقعت مشكلة في ترجمات مخترعات الغرب وفقا لثقافة وخلفيات المترجم وخبراته بما يترجم له فضلا عن وقوع عدد من المشكلات التالية:

الاولي: تغير مفهوم المصطلح وتطوره عند الغرب مع تطور المستحدثات والمستجدات بينما يكون الباحث العربي غير متابع لهذه المتغيرات وتلك التطورات يتجلي هذا بوضوح في خلافات الباحثين حول مصطلح عدة مصطلحات منها مصطلح الاتصال الذي سوف نعرضه.

الثانية: تداخل المصطلحات مع العلوم الاخرى وربما يبدو ذلك واضحا في علم يمثل حقلًا تلتقي فيه علوم متنوعة مثل علم نظريات الإعلام الذي يتداخل مع علم الاجتماع وعلم النفس اللغوي، و علوم اللغة (بنية ودلالة) والرياضيات وغير ذلك من العلوم التي أسهمت في بناء نظريات الاتصال الانساني.

الثالثة: عدم مراعاة خصائص اللغات التي يؤخذ منها المصطلح أنتج لنا مصطلحات حائرة ضبابية مثل الكونية والعالمية والعولمية والكوليانية.

الرابعة: تقديم المصطلحات في المؤلفات دون أن يوضح لنا المؤلف او يهتم بتحرير مصطلحاته ويتركها دون تعريف لها مما يربك القارئ ويتجلي هذا في كثير من الرسائل العلمية وبحوث الترقيات التي تسبب مشكلات حقيقية في الدراسات الإعلامية العربية..

الخامسة: التعدد في تقديم دلالة اللفظ الواحد علي مصطلحات متعددة مثل الاتصال والتواصل والإعلام والميديا ووسائل الإعلام والصحافة المسموعة او المطبوعة او المرئية.. !

وثمة إشكاليات تقلق من يتصدي لدراسة أو تدريس علوم الإعلام أجد من المهم أن نكون على بينة منها منذ البداية وهي أن الواقع العربي يتزامن مع رياح التغير - الانقلاب المصطلحي- التي تجتاح العالم

اليوم، وما هي تعصف بالمنطقة العربية وبلغتها بشكل خاص ولعل لغة الأرقام تكشف عن فاشية الإنجليزية في مجال الإعلام:

65% من البرامج الإذاعية تذاع باللغة الإنجليزية.

70% من البرامج المتلفزة تبث باللغة الإنجليزية.

90% من الوثائق المخزونة في شبكات الإنترنت بالإنجليزية.

85% من المكالمات الهاتفية الدولية بالإنجليزية.

تسيطر أربع وكالات أنباء غربية –علماً أقل– على نحو 85% من المجموع العالمي للمادة الإعلامية المتدفقة وهي ماييلي طبقاً لإحصائيات منظمة اليونسكو:

وكالة استوتشندبرس الأمريكية وتبث 17 مليون كلمة في اليوم الواحد .

وكالة يونائتدبرس الأمريكية (11 مليون كلمة في اليوم)

وكالة رويتر البريطانية (10.5 مليون كلمة في اليوم)

وكالة الصحافة الفرنسية (3 ملايين كلمة في اليوم)

وهي بذلك تتحكم في مصادر المعلومات واختياراتها ونوعياتها ووسائل بثها..، فماذا نحن فاعلون أمام اندفاع لغة العولمة – الإنجليزية . وانكماش العربية لغة الآباء الأجداد والتراث؟

أهمية تحديد المصطلح في الدراسات الإعلامية:

ثمة أهمية كبرى لتحديد المصطلحات ترتبط بمدى وضوحه وغموضه ودور ذلك في البناء المعرفي لعلم الإعلام وثراء المكتبة الإعلامية العربية، وتحريف المصطلح ضروري قبل الدخول في دراستنا هذه، وبخاصة ما له أكثر من دلالة وما يختلط بغيره من مصطلحات مقارنة مثل الاتصال والإعلام والإعلان وسياسات الاتصال وفلسفة الاتصال ونظرية الاتصال ونماذج الاتصال.. وما إلى ذلك من مصطلحات تتناثر في كتب نظريات الإعلام نعرضها في الآتي:

مصطلح الاتصال.. نموذج يجمع بين الغموض والوضوح:

من المصطلحات التي لم تزل موضع خلاف بين الباحثين العرب: (الاتصال) الذي تعددت تعريفاته

وفقاً للتخصصات وخلفيات العلماء نعرضها علي النحو التالي:

## مفاهيم الاتصال:

كلمة اتصال (**Communication**) مشتقة من الأصل اللاتيني (**Communis**) ومعناه العام أو الشائع أو المؤلف. وفي معجم اللغات: كلمة (**Communication**) تعني الاتصال والمخاطبة والإبلاغ ونقل المعلومات وهي من الفعل أوصل أى أبلغ<sup>(1)</sup>

فإذا ما عدنا إلى الأصول اللغوية العربية للكلمة من واقع معاجمنا العربية نجد أن الكلمة من الفعل (وصل)، (يصل) وقد زيد الفعل بالألف وتاء الإفتعال فأصبح فعلاً خماسياً (اتصل) وعلى هذا، ف(الاتصال) مصدر "اتصل" ليدل على علاقة تفاعلية بين طرفين.<sup>(2)</sup>

وبهذا نرى أن المفهوم اللغوي العربي للاتصال قد ألمح إلى الطبيعة الدائرية التفاعلية للاتصال أى سبق الدراسات الأوروبية والأمريكية بمئات السنين، حيث لم يعرف الغرب الطبيعة الدائرية للاتصال إلا بعد الحرب العالمية الثانية.

وفي المصباح المنير: وصلت إليه (أصل) وصولاً، و (وصل) الخبر بلغ، وصلت المرأة شعرها و(إستوصلت).. سألت أن يفعل بما ذلك، (وصلت) شئ بغيره، وصلأً (فاتصل) به<sup>(3)</sup>.

هذا في بعض معاجم اللغة.. فماذا عن الاتصال كمصطلح؟

الاتصال-اصطلاحاً- يثير كثيراً من الإشكاليات لتنوع ثقافات وتخصصات من تناولوه فهو مثلاً: لدى علماء الإعلام يعنى نقل المعلومات والآراء والاتجاهات من مصدر إلى متلق من أجل هدف مايراد تحقيقه. وينظر إليه رجال العلاقات العامة باعتباره النشاط الذى يستهدف الذبوع والانتشار لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء والاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين<sup>(4)</sup>.

والاتصال بمفهومه العام عبارة عن "عملية يتفاعل بمقتضاها مرسل ومتلقى الرسالة (كائنات حية-بشر- الآت) في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين فنحن حين نتصل نحاول أن نشرك الآخرين ونشترك معهم في المعلومات والأفكار، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء<sup>(5)</sup>.

والاتصال الإنسانى فى أبسط تعريف له يعنى نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من شخص لآخر..مرسل يرسل رسالة خلال وسيلة إلى جمهوره بقصد التأثير فيه<sup>(6)</sup>.

ويرى صمويل بيكر: أن الاتصال أكثر تعقيداً من مجرد النموذج التقليدي للمرسل والرسالة والمتلقي، حيث يرى أن المستقبل يميل إلى إكمال الفجوات الناقصة-في الرسائل الاتصالية- بالمعلومات<sup>(8)</sup>. والاتصال من منظور اجتماعي نجد أنه "من العمليات الاجتماعية ذات الأهمية القصوى في المجتمع، وعلى اعتبار أن دوام استمرار تقدم المجتمع يعتمد بالدرجة الأولى على الاتصال الإيجابي الجيد<sup>(9)</sup>.

إن الاتصال عملية ليست جامدة وإنما تتميز بما تتميز به العمليات الاجتماعية من ديناميكية حركية تجعل من المستحيل تجسيدها أو حتى تحديدها في ألفاظ، وتلك مشكلة نظريات الاتصال.

ويرى كل من دي فليبر (Defleur) وروكيتش (Rokeach) أن الاتصال عملية دلالية لاعتماده على الرموز وأنه عملية عصبية حيوية يتم فيها تسجيل معاني الرموز في ذاكرة الأفراد وأنه عملية نفسية حيث يتم إكتساب معاني الرموز من خلال التعليم وأنه عملية ثقافية على اعتبار أن اللغة المستخدمة في الاتصال عبارة عن مجموعة من الأعراف الثقافية المتفق عليها<sup>(10)</sup>.

ويميز محمود عودة بين نمطين رئيسيين في مفهومه للاتصال.

النمط الأول: الاتصال ذو الخط الواحد.

والنمط الثاني: الاتصال ذو الخطين.

ويقصد بالنمط الأول أن المعلومات والأفكار تنتقل من مركز إرسال إلى مركز استقبال بحيث يكون مركز الإرسال هو البعد الإيجابي بينما يكون موقف مركز الاستقبال سلبياً تماماً أى أن عملية التفاعل تكاد تنعدم في هذا النمط.

أما النمط الثاني (الاتصال ذو الاتجاهين) فهو يعنى لدى الدكتور عودة أن العملية الموجودة عملية تبادل في الأفكار وأنها ببساطة عملية تفاعل مستمر. ويرى أن النمط الأول يتحقق في الاتصال الجماهيري وأن النمط الثاني يتحقق في الاتصال الشخصي<sup>(11)</sup>.

ولما كانت هناك عشرات ومئات التعريفات لمفهوم (الاتصال) فإننا نكتفي بما أوردناه في تعريفات غربية أو عربية وفي مجملها نلاحظ أثر التخصص العلمي وثقافة الباحث في كل تعريف من التعريفات السابقة... فمثلاً:

. عالم الاجتماع يراه عملية اجتماعية

. وعالم النفس يراه سلوك تفاعلي

. وعالم الإعلام يراه عملية يشترك فيها المرسل والمتلقى في الصور الذهنية والمعلومات والآراء..

. وعالم اللغة يراه عملية دلالية ثقافية على اعتبار أن اللغة مجموعة أعراف ثقافية.

من هنا كان الغموض المسيطر على مفهوم الاتصال لإتساع مجالاته وكثرة وتنوع تخصصات من أسهموا فيه، وأيضاً كان الوضوح حين نجعله في صورة بسيطة للتعبير عن المواقف الحياتية اليومية التي يحدث فيها نقل معلومات وآراء من شخص لآخر.

مما سبق نلاحظ أن استيراد المصطلحات الإعلامية الغربية دون بذل المزيد من الجهود في صياغة وصناعة مصطلحات عربية موازية يخلق فجوة في الفهم لأن المصطلح يختلف باختلاف النظام، ويختلف باختلاف التعريفات الأساسية للمجتمعات، ويختلف باختلاف الأهداف والمحاور...، فالإصطلاح الإعلامي نستورده عادة مثل استيرادنا باقي المصطلحات الفكرية والعلمية والحضارية.

أيضاً اختلاف النظام السياسي العربي في توجهاته أدى إلى أن تكون هناك فوضى إعلامية على مستوى المصطلح وعلى مستوى اللغة، وهذا يدعونا، مسئولين ومثقفين وإعلاميين، إلى البحث عن صيغة مشتركة مقبولة في حدّها الأدنى، من أجل تقريب المصطلحات بما يحقق المصلحة العليا للشعوب العربية، أو على الأقل...، لا تسيء لأحلامها وآمالها وأهدافها ونضالاتها. فالمصطلح الإعلامي ليس كلمة تلقى في الهواء، فخلفه مضمون، ويُخفي أهدافاً، ويسعى لخلق فضاءات في الوعي، من أجل تغيير السلوك ومع هذا، لا يمكن لنا إلا أن نذكر بكل الفضل والتقدير هذه الجهود التي لها شرف السبق والريادة في لفت انتباه الباحثين لهذا العلم المهم..ولكن يلاحظ على كثير من المؤلفات الحالية أنها لم تخرج من عباءة الدكتور جيهان رشتي وهي أول من كتب بالعربية في نظريات الإعلام عام 1976 (الأسس العلمية لنظريات الإعلام) والذي تتلمذت شخصياً عليه وأنا طالب في اعلام القاهرة.

وقد نلتمس بعض العذر لهؤلاء الرواد من أمثال أستاذتي جيهان رشتي باعتبارها من الرواد الذين عانوا من تعقد عملية الاتصال وإستحالة عزل بعض المتغيرات..، وكون الاتصال نشاطاً إنسانياً يرتكز إلى الوعي الذاتي والوعي بالبيئة المحيطة مما يجعل من "التنظير" عملية بالغة الصعوبة ولهذا لم يتقدم خطوة واحدة نحو نظرية عربية كل من كتب في نظريات الاتصال مثل السادة العلماء حسن عماد أو محمد عبد الحميد أو عاطف العبد أو الطنوبي أو منير حجاب والقائمة طويلة، جلها مفتونة بنظريات الإعلام الغربية وهو أمر عطل نمو البحوث المرتبطة بنظرية عربية في فنون الاتصال.

مما سبق، نجد أننا أمام حقيقة واضحة رغم جهود كثير من العلماء في تحرير مصطلح (الاتصال) وهي: غموض مسمي علم الاتصال لغموض مصطلح الاتصال من جهة وما طرأ عليه من تطورات من جهة أخرى...!!

ورب قائل: وهل بعد أن أصبح للإعلام كليات ومعاهد وأقسام لازالت غامضة وواضحة في وقت واحد؟ أقول: نعم... !!، فكلمة اتصال قد تبدو جلية واضحة إذا استخدمناها بالمعنى القريب الضيق الخاص بالإعلام بينما يحتويها الغموض حين نبحث في المجالات الواسعة الخاصة بالاتصال الانساني كله. وكلمة (اتصال) استخدمت في مضامين مختلفة حتى تعددت دلالاتها فإذا كان المفهوم التقليدي للاتصال هو نقل الأفكار والمعلومات والمعاني من فرد إلى آخر فإنها تعني كذلك نقل السلع والبضائع من مكان إلى آخر كما استخدم المهندسون هذه الكلمة للإشارة إلى التليفون والتلغراف والراديو واستخدمها الأطباء في حديثهم عن الأمراض المعدية<sup>(12)</sup> وهكذا.

حالة أخرى للارتباك في المصطلحات الإعلامية (مفهوم نظريات الاتصال):

استوقفت إشكالية تعريب المصطلح الإعلامي (نظريات الإعلام) كثيرا من الباحثين في الآونة الأخيرة ومع هذا نجد أن الغموض قد سيطر على ما استخدم من مصطلحات وبخاصة مفاهيم: (النموذج والمدخل والنظرية)، ورأينا أساتذة كبار خلطوا بين هذه المفاهيم وترتب علي ذلك رؤية ضبابية لا تفرق بين النموذج والنظرية والمدخل ويبدو هذا واضحا في معظم الرسائل العلمية التي شرفت بمناقشتها حيث لمست حيرة الباحثين الشبان بين هذه المصطلحات التي ربما لم يهتم بتدقيقها احد من اساتذة الإعلام.. !!.

وقد اختلف الباحثون في علم الإعلام في توصيف الأطر النظرية المحددة لدراسة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام، إذ نجد أن بعض الباحثين يربآن النظريات ما هي الانماذج **Models** ، والبعض الآخر يرى أنها مجرد منظورات **Perspectives** ، وفريق ثالث يرى أنها مداخل **Approaches** ، بل أن بعض الباحثين يرتقى بهذه الأطر إلى درجة النظريات **Theories** ، ومن ثم فإن أغلب الدراسات والبحوث (العربية، والأجنبية) تستخدم كافة هذه الاصطلاحات والتوصيفات كمرادفات لبعضها البعض.

وأري أن أفضل الاصطلاحات تعبيراً عن الأطر النظرية التي تحاول تفسير كيفية عمل وسائل الإعلام هو اصطلاح المدخل، وذلك لاعتبارات ثلاث، هي:

الاعتبار الأول:



يشير مصطلح المدخل/ مقارنة النظرية لم تستقر بعد، فالاستقرار يعد هو أساس النظرية وذلك كي يتمكن الباحثون من الرجوع إليها في أي وقت وفي أي مجتمع لتفسير العلاقات القائمة بين متغيرات ظاهرة ما، وهذا الاستقرار في حد ذاته يعد أمراً صعباً للغاية في العلوم الإنسانية بصفة عامة لأن:

موضوعها - الإنسان - متغير متقلب بطبعه على عكس العلوم الطبيعية التي تمتاز قوانينها بالتحتمية والثبات - فمربع طول الوتر يساوي مجموع مربعي الضلعين الآخرين في المثلث القائم الزاوية طبقاً لنظرية فيثاغورث - وبالتالي فكل ما يتصل بها من مفاهيم يكون متسماً بسمة التغير بالتبعية.

الأحكام والتعميمات التي تصل إليها المداخل تختلف باختلاف المجتمعات الإنسانية، فما ينسحب على المجتمعات المتقدمة لا ينسحب بالضرورة على المجتمعات النامية.

النتائج التي تصل إليها الدراسات الإعلامية على اعتبار أنها علوم إنسانية تشوبها سمة التحيز.

وبالتالي فإن أكثر المصطلحات تعبيراً عن الأطر النظرية التي تحاول تفسير بعض الظواهر الإنسانية هو مصطلح المدخل وهو ما يمكننا أن نعرفه بأنه:

نظرية غير مستقرة تحاول تفسير العلاقات القائمة بين متغيرات الظواهر الإنسانية المختلفة، إلا أنها تختلف باختلاف المجتمعات التي تُطبق عليها وبالتالي يصعب الوصول معها إلى تعميم.

الاعتبار الثاني:

أن المدخل يُعد هو حلقة الوصل بين كل من (النموذج، والنظرية) فالتراكم المعرفي للنماذج وتطور هذه النماذج واتساقها مع بعضها البعض في نسق واحد مترابط الأجزاء هو ما يجعلها تصل إلى مرحلة المدخل لتقترب بذلك من مرحلة النظرية.

الاعتبار الثالث:

صعوبة الوصول إلى مرحلة النظرية في علم الاتصال، حيث تتسم بحوث الاتصال بالاعتماد على عمليات تصويرية قد تنحاز لأحد جوانب الظاهرة مهمة بذلك جوانب أخرى على حساب باقي المجالات الأخرى، ومن ثم فنظريات الاتصال بشكلها الحالي غير كافية للوصول للحقيقة الكاملة<sup>(13)</sup>.

وبناءً على ما سبق: يُعد اصطلاح المدخل أنسب الاصطلاحات العلمية تعبيراً عن الأطر النظرية الخاصة بمجال الإعلام على اعتبار أنه أحد العلوم الإنسانية.

والغريب أن العلماء العرب لم يقدموا لنا نظرية إعلامية عربية رغم مرور أكثر من 150 سنة علي الدراسات الإعلامية في مصر، فقد أنفق الباحثون وقتاً كبيراً في البحوث الامبريقية والاستفتاءات لقياس القراءة أو الاستماع أو المشاهدة ولازالوا ينفقون الكثير من الوقت في هذا الشأن دون أن يتصدى بعضهم (للتنظير)... صحيح هناك بعض الباحثين كتبوا في نظريات الإعلام على رأسهم جيهان رشتي ثم تلاها سمير حسين ومحمد عبدالحميد وحسن عماد وغيرهم إلا أن مثل هذه المؤلفات لم تتعد جهودها طور الترجمة والوقوف عند الانتاج العلمي لعلماء الغرب ولم نظفر منها سوى بمحاولات على نفس النهج الغربي دون محاولة تقدم منظور عربي في هذا الشأن.

كما أن تعدد الهيئات والتخصصات المرتبطة بدراسة الاتصال قد عطل من ظهور (نظرية للاتصال) أو جعل من الصعوبة بمكان أن تصل هذه الأبحاث إلى نظرية موحدة لصعوبة التنسيق بين علماء الاجتماع والهندسة وعلم النفس والإعلام... الخ

وقد برز هذا في كتابات جيهان رشتي في كتابها "الاسس العلمية لنظريات الإعلام" سمير حسين في كتابه "نظريات الاتصال" ومحمد عمر الطنوبي في كتابه "نظريات الاتصال" وحسن عماد في كتابه "نظريات الاتصال المعاصرة" ومحمد عبدالحميد في كتابه "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير".

ويرى محمد سيد محمد في كتابه "المسؤولية الإعلامية في الاسلام" أن نظريات الاتصال هي جزء من فلسفة الاتصال حيث ان فلسفة الاتصال أعم وأشمل من نظرياته<sup>(14)</sup>. وأن نظريات الإعلام عبارة عن قراءة في الفكر الاجتماعي والاقتصادي للعمل الإعلامي ولتطوره التاريخي والثقافي إلى جانب تنظير الخبرة الإعلامية ومحاولة تعميمها وصياغتها صياغة شاملة.

ويرى جورج.ن.جوردون صعوبة في وضع تعريف دقيق لنظريات الاتصال لأنه يرتبط بالدراسات المرتبطة بالاتصال كالاقتصاد والفلسفة والإعلام وعلم الدلالة وعلم النفس والإلكترونيات.. الخ. ولأن بناء نظرية يأخذ من كل تخصص من هذه التخصصات بطرف ليضعها في إطار نظري يتحول إلى حقائق بعد التأكد من صحة فروضه.

ومن خلال إستعراضنا لأدبيات البحث العلمي حول مفهوم "نظريات الاتصال" نجد أن المقصود بها لدى الباحثين لا يخرج عن الآتي:

- (1) إما نتائج محاولات الباحثين في الاتصال الانساني والجماهيري ومحاولات الفهم والتنبؤ ومعرفة أثرها في المجتمع مثل دراسات شرام ولازرسفيلد وغيرهما.
- (2) أو خلاصة تجارب الباحثين وقياساتها التجريبية والميدانية على مجتمعات معينة مثل دراسات ليزنر وكاتز، وكالان وكابلان وبارسون وغيرهم.
- (3) أو توصيف للنظم الصحفية مثل بحوث سيبرت "نظريات الصحافة الأربع" المعروفة وهي نظريات السلطة والحرية والمسئولية الاجتماعية والسوفيتية ويصنفها كثير من الباحثين العرب على إنها نظريات بينما نراها نحن نظماً وليست نظريات...
- (4) خلاصة وجهات نظر خبراء الاتصال التي توصلوا إليها بعد دراسات وخبرات طويلة في الاتصال مثل نظرية ماكلوهان ولييمان وغيرهما.
- وبصفة عامة يمكن القول:
- أن النظرية بمفهومها الحالي في الاتصال الجماهيري ليست إلا محاولات من الباحثين لتجسيد ما يرونه مهماً في عمليات الاتصال كما يمكن القول أن نظريات الاتصال تتسم بسمتين:
- الأولى: الاعتماد على عمليات تصورية ربما تنحاز لقضية ما أو فكر معين وهي غالباً ماتلقى الضوء على مجال أو مجالات معينة من تلك الظاهرة على حساب باقى المجالات الأخرى.
- ولهذا فإن نظريات الاتصال بمفهومها الحالي تتسم بعدم كفايتها للوصول إلى الحقيقة الكاملة بعكس نظريات العلوم الطبيعية.
- الثانية: إنه لا توجد ظاهرة تمت دراستها أو وضع نموذج لها بصورة كاملة وإنما هي تركز على جزئيات كنماذج برلووشرام وشانون وغيرهم وبصفة عامة فإن نظريات الإعلام تهدف إلى وضع معايير وقيم للسلوك الاتصالي الإنسانى.
- مما سبق نجد ان امام الباحث العربي عددا من الإشكاليات تعرقل مسيرة صناعة مصطلح اعلامي دقيق نجملها في الآتي:
- الإشكالية الأولى: سيطرة النزعة الامبريقية على بحوث الإعلام:
- نتيجة لانبهار فريق كبير من أساتذة الإعلام بأصحاب النماذج والنظريات الإعلامية فيأمريكا؛ بحيث تحول البحث العلمى الإعلامى إلى مجرد عملية لجمع البيانات أو الدخول فى إشكاليات حول المنهج

والأدوات الإحصائية دون الإسهام في بناء نظري تحتج إليه الدراسات الإعلامية العربية، وهو أمر في غاية الخطورة، ولا أتصور أن نظل عالمة على الغرب في هذا المجال إلى ما لا نهاية.

وهنا دور كليات وأقسام الإعلام في الجامعات العربية التي يجب عليها أن تتبني منظوراً عربياً يسهم بشكل -ولو جزئي- في نظريات الاتصال، وأن تشجع طلاب الدراسات العليا على ذلك بدلاً من تلك الصرعة التي اجتاحت الكثير منهم في تكليف الطلاب بإجراء دراساتهم وفقاً لنماذج الإعلام الغربية حيث يوجد ما لا يقل عن 75% من رسائل الماجستير والدكتوراه قائمة على نماذج مثل الأجندة والاستخدامات والإشباع والغرس أو الإنماء، ولم أحد رسالة واحدة في كليات وأقسام الإعلام في مصر تنقب أو تبحث عن الجذور العربية للإعلام أو تقدم تصورات جيدة تجمع بين الأصالة والمعاصرة وكان تراث 1400 سنة قد خلا من أي اجتهاد في الاتصال.

الإشكالية الثانية: غموض وتداخل المصطلحات المستخدمة في نظريات الإعلام:

خذ مثلاً ما كتب في نظريات الإعلام في الآونة الأخيرة تجد أن الغموض قد سيطر على ما استخدم من مصطلحات وبخاصة مفاهيم النموذج والمدخل والنظرية، وأينا أساتذة كبار خلطوا بين هذه المفاهيم وترتب على ذلك رؤية ضبابية لا تفرق بين النموذج والنظرية والمدخل، ويبدو هذا واضحاً في معظم الرسائل العلمية التي شرفت بمناقشتها حيث لمست حيرة الباحثين الشبان بين هذه المصطلحات التي لم يهتم بتدقيقها أحد من أساتذة الإعلام..!!

ومع هذا، لا يمكن لنا إلا أن نذكر بكل الفضل والتقدير هذه الجهود التي لها شرف السبق والريادة في لغت انتباه الباحثين لهذا العلم المهم، ولكن يلاحظ على كثير من المؤلفات الحالية أنها لم تخرج من عباءة الدكتورة جيهان رشتي وهي أول من كتب بالعربية في نظريات الإعلام عام 1976 في كتابها "الأسس العلمية لنظريات الإعلام" والذي تتلمذت شخصياً عليه وأنا طالب في إعلام القاهرة.

وقد نلتمس بعض العذر لهؤلاء الرواد من أمثال أستاذتي جيهان رشتي باعتبارها من الرواد الذين لهم فضل الريادة والسبق وعانوا من تعقد عملية الاتصال واستحالة عزل بعض المتغيرات، وكون الاتصال نشاطاً إنسانياً يتركز إلى الوعي الذاتي والوعي بالبيئة المحيطة مما يجعل من "التنظير" عملية بالغة الصعوبة، ولهذا لم يتقدم خطوة واحدة نحو نظرية عربية كل من كتب في نظريات الاتصال مثل السادة العلماء حسن عماد

أو محمد عبد الحميد أو عاطف العبد أو الطنوبي أو منير حجاب والقائمة طويلة جعلها مفتونة بنظريات الإعلام الغربية وهو أمر عطل نمو البحوث المرتبطة بنظرية عربية في فنون الاتصال.

الإشكالية الثالثة: السعي نحو المنطقية في وصف وتفسير بعض السلوك الاتصالي غير المنطقي:

وقد يبدو هذا مستغرباً.. فما العيب في السعي نحو إتباع المنطق في بناء نموذج أو نظرية ولكن موطن الزلل هو في محاولة وضع قوالب ثابتة غير متغيرة يمكن من خلالها تفسير سلوكيات غير ثابتة أى الحكم على متغير بثابت، ويذكر في هذا الشأن أن بيئة ونظم ولغة الاتصال في المجتمعات الغربية التي قدمت لنا هذه النماذج وتلك النظريات مختلفة تماماً عن بيئة الاتصال في الوطن العربي ونظم ولغة الاتصال في بلادنا، ولهذا يصبح من الغريب أن نستخدم نماذج ونظريات غربية في تفسير وفهم عملية الاتصال في بلادنا.. وإن كان من المقبول الاسترشاد بهذه النماذج الغربية وليس تطبيقها حرفياً تحت مسمى اختبار هذه النماذج في المجتمعات العربية.

الإشكالية الرابعة: الإغراق في الوصف دون التفسير:

هناك العشرات من النماذج تصف العملية الاتصالية أو تصف نوع التأثيرات وشدتها ولكنها لا تفسر، وشتان بين الوصف والتفسير؛ فالتفسير يخبرنا عن شئ لم نكن نعرفه أو لم تتوفر لنا القدرة على كشفه بمجرد النظر، وقد بدا لي أن كثيراً من النماذج الإعلامية التي يسميها بعض أساتذة الإعلام "بالنظريات" تصف أشياء مألوفة لدى باحثي الإعلام بكلمات مجردة ثم تزعم أن ذلك تفسيراً ولعل هذا ما أسهم في ضبابية مسمى "نظريات الاتصال".

الإشكالية الخامسة: عدم الاهتمام بالنماذج والنظريات العربية التي قدمها بعض أساتذة الإعلام

المعاصرين في بحوثهم:

وهي عقدة قديمة -عقدة الخواجة- حيث يفرد معظم أساتذة الإعلام العرب مساحة كبيرة لنماذج ونظريات الإعلام الغربية في مؤلفاتهم دون أدنى اهتمام بما توصل إليه العلماء العرب القدماء أو المحدثين في المشرق أو المغرب العربي، فهناك محاولات جيدة لابن عياد في معهد الصحافة وعلوم الأخبار في تونس والطنوبي في زراعة القاهرة وحجاب في صحافة سوهاج وإبراهيم إمام في صحافة الأزهر، كما ألحظ نماذج تفسيرية وضعها بعض طلاب الدراسات العليا أثناء إجراء بحوثهم لنيل درجات علمية مختلفة لا تحظى بالإشارة لها في كثير من مؤلفات أساتذة الإعلام ربما لأن "زامر الحي لا يطرب!!"

صحيح معظم النماذج التي وضعها بعض أساتذة الإعلام العرب والمصريون كانت تقليداً للنماذج الغربية مثل ما أورده سمير حسين في كتابه "نظريات الإعلام" أو ما أورده عمر الطنوبي في كتابه "نظريات الاتصال" وأسماه نموذج الطنوبي، وما أورده إبراهيم إمام في كتابه "الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية" ومحمد منير حجاب في كتابه "نظريات الإعلام الإسلامي" وهي كلها لا تخرج عن المحاكاة والتقليد لنماذج غربية، ومع هذا لست أرى عيباً في هذا، إنما العيب في الوقوف عند ما أبدعه العقل الغربي والاكتفاء به والنهل منه دون أن نتقدم خطوة واحدة إلى الأمام.

الإشكالية السادسة: قلة خبرة بعض من ألف وكتب - في نظريات الإعلام- بالتراث العربي:

فهناك قطيعة بين بعض أساتذة الإعلام العرب وتراثهم وأنا أسأل كم أستاذاً من المهتمين بنظريات الإعلام قد قرأ كتاب (فنون القول) لأمين الخولي وهو كتاب مهم يحوي أفكاراً جيدة تسهم في تأصيل نظرية عربية في الاتصال، ولو رجعنا قليلاً إلى الوراء لوجدنا للجاحظ كتاباً أكثر أهمية في الاتصال بعنوان "البيان والتبيين" لم يجد من يعمل فيه فكره ليقدم لنا إسهاماً عربياً في علم الاتصال، وهناك لابن وهب مؤلف يحتوي علي نظرية كاملة متكاملة في الاتصال الذاتي والشخصي بعنوان "البرهان في وجوه البيان" وهناك للعقاد رؤية لغوية نفسية بديعة تؤسس لنظرية في الاتصال أودعها كتابه "اللغة الشاعرة"، وهناك "التصوير الفني في القرآن الكريم" لسيد قطب، وسوف نتعرض لهذه المحاولات النظرية العربية القديمة والمعاصرة في ثنايا هذا الكتاب.

الإشكالية السابعة: استيراد المصطلحات الإعلامية دون بذل المزيد من الجهود في صياغة وصناعة مصطلحات عربية موازية:

لأن المصطلح يختلف باختلاف النظام، ويختلف باختلاف التعريفات الأساسية للمجتمعات، ويختلف باختلاف الأهداف والمحاور، فالاصطلاح الإعلامي نستورده عادة مثل استيرادنا باقي المصطلحات الفكرية والعلمية والحضارية.

الحقيقة أن هذا يثير الفزع، لأنه ليس ساذجاً ولا عفو الخاطر، ليس في الإعلام براءة أو حسن نية، كل ما يظهر على الشاشة أو يكتب أو يقال فله هدف، واختلاف النظام السياسي العربي في توجهاته أدى إلى أن تكون هناك فوضى إعلامية على مستوى المصطلح وعلى مستوى اللغة، وهذا يدعونا -مسؤولين ومثقفين وإعلاميين- إلى البحث عن صيغة مشتركة مقبولة في حدّها الأدنى، من أجل تقريب المصطلحات

بما يحقق المصلحة العليا للشعوب العربية، أو على الأقل، لا تسيء لأحلامها وآمالها وأهدافها ونضالاتها، فالمصطلح الإعلامي ليس كلمة تلقى في الهواء، فخلفه مضمون، ويُخفي أهدافاً، ويسعى لخلق فضاءات في الوعي من أجل تغيير السلوك.

الإشكالية الثامنة: غموض مسمي علم الاتصال لغموض مصطلح الاتصال وتطوره:

وهو ما سبق الحديث عنه حول كلمة اتصال التي قد تبدو جلية واضحة إذا استخدمناها بالمعنى القريب الضيق الخاص بالإعلام، بينما يحتويها الغموض حيث نبحث في المجالات الواسعة الخاصة بالاتصال الإنساني كله، الأمر الذي نراه نتج عن استخدام كلمة (اتصال) في مضامين مختلفة حتى تعددت دلالاتها. ومن خلال استقراء الدراسات السابقة في هذا المجال قد يجد الباحث رؤيتين لمفهوم (الاتصال) عبر مراحل تطوره:

الرؤية الأولى: ترى الاتصال فعلاً أفضياً يمضي من مرسل إلى متلقى متأثراً بالنهج الأرسطي، وقد أسهمت هذه الرؤية في نشوء عدة نماذج نسميها بالنماذج الخطية **Liner Models** وهي النماذج التي كان لها تأثير واضح في توجيه مسيرة البحث العلمي في مجال الاتصال حتى الآن - وسوف نفصل القول في بعضها في هذا الكتاب - وقد تأثر بها الجيل الرائد من أساتذة الإعلام في مصر والعالم العربي.

الرؤية الثانية: ترى الاتصال عملية دائرية ديناميكية مستمرة ومعقدة ومتشابكة<sup>(15)</sup> يصعب تحديدها بدايتها أو نهايتها وهو ما انتهت إليه الدراسات الغربية الحديثة الآن، والغريب أن الدراسات البلاغية العربية كانت ولا زالت الأقرب إلى المفهوم الدائري للاتصال الذي يسميه الجاحظ في كتابه "البيان والتبيين" والذي يري فيه أن سميت الخطيب لا ينفصل عن قوله وسوف نعرض لرؤية الجاحظ في فنون الخطابة والتعبي المؤثر.

والحقيقة عندي أن مفهوم الاتصال قد مر - عبر تطوره - بعدة مراحل لا مرحلتين كما أشرنا آنفاً حسب ما يراه بعض أساتذة الإعلام وأوجزها في الآتي:

المرحلة الأولى: الإرهاسات:

البدائيات (عربياً) رأيناها في المؤلفات القديمة متضمناً في أعمال الجاحظ وأبي حيان التوحيدي وابن وهب والجرجاني وابن خلدون والزنجشري، حيث ركز معظمهم على المعالجات الفنية للرسالة وصفات القائم بالاتصال وبيئة الجمهور، وحديثاً وجدناه في مؤلفات بدبعة لأمين الخولي ومحمد مندور وشكري عياد وهي

في مجملها اجتهادات ثمينة ولكنها كانت تحت مسمى البلاغة أو البيان لتوصيل المعاني إلى المستمع أو السامع.

أما البدايات (غريباً) فقد ظهرت في أعمال عدد من العلماء والفلاسفة أمثال "دور كايم وماكس فيبر وأوجست كونت وهربرت سبنسر" حيث كان لهؤلاء تأثيرات غير مباشرة في تحديد مفهوم الاتصال باعتباره جزءاً من النسيج الاجتماعي.

ومفهوم الاتصال باعتباره عملية (**Process**) تفاعلية مستمرة عرفه العرب في القرنين الثالث و الرابع الهجري تحت مسمى "فنون القول" أو "البيان" ثم انتقل إلى أوروبا على يد "تاردي" الفرنسي و "جورج سميل" الألماني، ثم تطور في الولايات المتحدة بعد هجرة العديد من العقول الأوربية إليها، ويمكن القول أن مرحلة البدايات هذه قد صاغت ملامح (مفهوم الاتصال) رغم أن كل من أسهموا فيه لم يكن الاتصال همهم الأساسي ولكن يمكن القول إنهم وضعوا اللبنة الأولى في تجلية هذا المفهوم. المرحلة الثانية: ظهور المفهوم الخطي للاتصال:

وقد تأثرت هذه المرحلة بالدراسات الإمبريقية التي حققت انتشاراً واسعاً في العلوم الاجتماعية وظهرت كتابات لازويل التي حظيت باهتمام كبير وبخاصة في فهم الاتصال على النحو الوارد في تساؤلاته الشهيرة:

"من؟ يقول ماذا؟ بأية وسيلة؟ وبأى تأثير؟... الخ

وقد اقتفى أثره كثير من الدارسين (الغرب والعرب) فيما قدموه من نماذج للاتصال.. أمثال بيرلسون (**Berlson**) و اسجود (**Osgood**) ومن علماء الإعلام العرب رضا بن حالة وعبد القادر بن الشيخ وعبد اللطيف حمزة ومختار التهامي وجيهان رشتي، يشهد بذلك عشرات الكتب والرسائل العلمية لكثير من العرب الذين أثر فيهم نموذج لازويل. المرحلة الثالثة: مرحلة النقد والمراجعة والتقويم:

حدث في هذه المرحلة نوع من النقد الذاتي علي أيدي أساتذة الإعلام الأمريكيين الذين لم ييهرهم لازويل، وعلي الجانب الآخر هاجم الأوروبيون النزعة الإمبريقية السائدة في البحوث الأمريكية وافتوا الانتباه إلى الطبيعة التفاعلية الدائرية للاتصال<sup>(16)</sup>. ، ومن ثم أصبح الاتصال الإنساني ظاهرة اجتماعية نفسية ومجالاً له متخصصوه المعنيون بدراسته.



وقد أثرى المكتبة العربية في هذا الشأن -تأليفاً وترجمة- جيهان رشتي في 1979 بكتابتها الرائد "الأسس العلمية لنظريات الإعلام"، وسمير حسين بكتابه "نظريات الإعلام" 1989، ومحمد سيد محمد بكتابه "المسؤولية الإعلامية في الإسلام" 1989، ومحمد عبد الحميد بكتابه "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير" 1997، وحسن عماد وليلي حسين بكتابه "الاتصال ونظرياته المعاصرة" 1998، وعمر الطنوبي بكتابه "نظريات الإعلام" 1998، ومنير حجاب بكتابه "نظريات الإعلام في الإسلام" 1999، وعواطف عبد الرحمن بكتابه "النظرية النقدية في بحوث الاتصال" 2002، وحسن علي محمد بكتابه "نظريات الاتصال المعاصر (عربية وغربية)" 2000، وعاطف العبد ونهي عاطف بكتابه "نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية" 2008، وغيرهم كثير<sup>(17)</sup>.

حالة أخرى يتجلي فيها الخلط بين مصطلحي النظرية والنظام (نظم الاتصال):

رغم مرور عقدين من الزمان على استخدام مصطلح (نظام إعلامي) فإنه يصعب القول بأن هناك اتفاقاً بين الباحثين على مفهوم واحد له ومرد ذلك إلى هذا الخلط أو عدم الفصل بين مفهومي (النظام) و(النظرية) ولعل ذلك قد جاء نتيجة تقارب ظهور المصطلحين، ودراسة نظم الاتصال تعنى بتحديد كيفية تأثير نظام معين على الأسلوب أو الطريقة التي يتم استخدام وسائل الإعلام طبقاً لها، ثم كيفية تأثير ذلك الاستخدام على الوسائل والمجتمع.

أنواع النظم الاتصالية:

خلط بعض علماء الإعلام العرب بين نظريات الاتصال ونظم الاتصال فمنهم من جعل النظام الليبرالي في الإعلام (نظرية) وأسمها النظرية الليبرالية ومن جعل النظام الشيوعي (نظرية) وأسمها النظرية الشيوعية وقد أفرد لهذا فصلاً في كتابه الدكتور محمد سيد محمد "الإعلام والتنمية"، وهناك من جعل نماذج الإعلام نظريات مثل الدكتورة جيهان رشتي والتي تتنوع النظم الإعلامية لديها وفقاً لعدة عوامل منها:<sup>(18)</sup>

**طبيعة الوسيلة الإعلامية:**

وهي قد تحتّم تدخل الحكومة بشكل واضح في تنظيم استخدامها أو عدم تدخلها بشكل مباشر، فهناك الوسائل ذات الطابع القومي، مما يجعل تدخل الدولة أكبر وهناك وسائل ذات طابع محلي فيجعل تدخل الدولة أقل؛ فالإذاعة لها سمات الوسيلة القومية نجد قبضة الدولة عليها أكبر من الصحافة، وبالتالي في مصر-مثلاً- يبدو واضحاً تدخل الدولة في إدارة اتحاد الإذاعة والتليفزيون بينما تتدخل الدولة بشكل غير

مباشر في المؤسسات الصحفية القومية، وقد وافقت على إنشاء مؤسسات صحفية خاصة، بينما لم توافق على إنشاء إذاعة وتلفزيون خاص، وقد سمح أخيراً بإنشاء قنوات فضائية خاصة من خلال المنطقة الحرة بمدينة الإنتاج الإعلامي في مدينة السادس من أكتوبر وظهر خلال هذه الفترة قنوات منها مثلاً: دريم1، دريم2 وقناة المحور وشبكة قنوات الحياة وقناة OTV وهي ملك رجال أعمال وتسهم الحكومة بنسبة صغيرة في بعض هذه القنوات.

### طبيعة النظام السياسي الاقتصادي:

المعروف أن وسائل الإعلام قد تتأثر بشكل مباشر بالأوضاع الاقتصادية والسياسية والثقافية، ففي الدول النامية تهتم الحكومات بمركزية الوسائل الإعلامية بحيث تصدر كلها من العاصمة تجنّباً للنزاعات الإقليمية الانفصالية وإمكانية السيطرة عليها.

وهذا يفسر لنا كيف استخدمت النظم السلطوية الإذاعة والتلفزيون كأدوات تسويق لسياساتها حيث نجح هتلر -مثلاً- في استخدام الراديو في الوصول إلى كل مواطن في ألمانيا تقريباً.. ولا زالت بعض الحكومات تسير على نفس النهج باستخدام الراديو ثم التلفزيون.

### الأوضاع التعليمية والثقافية:

مستوى التعليم في أية دولة يؤثر على نظامها الإعلامي واحتياجاتها للصحف أو الإذاعة والتلفزيون ونوعية البرامج المقدمة، ومستوى المضمون المقدم فيها، ويلاحظ أن غلبة الأمية في مصر جعلت السيادة للتلفزيون ثم توارى الكتاب خجلاً لقلة الإقبال عليه.. ومن عجب أن دولة كمصر 68 مليون نسمة لا يوزع أفضل عنوان فيها أكثر من ثلاثة آلاف نسخة<sup>(19)</sup>

### اللغة واللهجات السائدة:

تعدد اللغات قد يكون حاجزاً دون انتشار وسائل الإعلام بشكل جيد وبخاصة أمام الوسائل واسعة الانتشار كالراديو والتلفزيون وقد يبدو من المستحيل في الدول ذات الأقليات اللغوية المتعددة، وقد عاجلت حكومات كثيرة هذا بالاتجاه نحو الإعلام المحلي مع وضعه تحت الرقابة الحكومية كما في باكستان والهند والصين وأندونيسيا.

### الطبيعة الجغرافية:

ويعد العامل الجغرافي من العوامل المؤثرة على النظام الإعلامي في أية دولة من دول العالم سواء في حركة توزيع الصحافة أو في النظام الإذاعي فمثلاً دولة مثل قطر لا تواجه مشكلات في النظام الإعلامي لصغر مساحتها بينما تواجه مشكلة احتراق البث الإذاعي من الدول المجاورة لحدودها، وعلى الطرف الآخر نجد دولة مثل الصين تواجه مشكلة في توزيع الصحف على المستوى القومي لامتداد مساحتها، ومشكلات أخرى في توصيل إرسال الراديو والتلفزيون للمناطق الجبلية البعيدة، وقد حلت الأقمار الصناعية هذه المشكلة تماماً.

### التمويل: (20)

وهو من العوامل المؤثرة في النظم الإعلامية فالإعلام الممول من الضرائب يختلف عن الإعلام الممول من الإعلانات والإعلام الذى تموله الدولة يختلف عن الإعلام الذى يموله فرد أو حزب سياسى، فلكل نظام خاص له سماته التى تميزه عنه الآخرين.

وهناك تقسيم آخر لأنظمة الاتصال حسب طبيعة السيطرة على وسائل الإعلام يتفرع منها:

أنظمة حرة: (نظام تجارى) و(لا مركزى).

أنظمة خاضعة للسيطرة الحكومية: (نظام حكومى) و(مركزى).

وهناك تقسيم ثالث لنظم الاتصال حسب خصائص الجمهور:

إعلام صفوة. /إعلام جماهيرى/. إعلام متخصص.

وهناك تقسيم رابع لأنظمة الاتصال حسب الأنماط السياسية والاجتماعية:

حزب شيوعى: قدم "النظرية الشيوعية". / نظام استبدادى: قدم "نظرية السلطة". / نظام ديمقراطى: قدم "النظرية الليبرالية".

نظام سياسى مختلط كما في بعض الدول النامية: قدم "نظرية المسؤولية الاجتماعية".

وقد وردت معظم هذه التقسيمات في بحوث ومؤلفات كل من سايرت في حديثه عن النظريات المعيارية ومحمد سيد محمد وشاهيناز طلعت وفاروق أبو زيد وغيرهم وسوف نفصل القول فيها في الفصل الخاص بالنظريات المعيارية.

ويرى فاروق أبو زيد<sup>(21)</sup> إنه عندما نتحدث عن نظام إعلامى ما فنحن نشير إلى خمسة أبعاد للمفهوم:

(الفلسفة الإعلامية): التي يقوم عليها النظام الإعلامي وهي تشمل مجموعة المبادئ والأسس الفكرية والقواعد المنظمة.

السياسات الإعلامية: التي تتركز في البرامج التطبيقية لهذه الفلسفة الإعلامية ويمكن الرجوع تفصيلاً لهذا في الكتاب السنوي لهيئة اتحاد الإذاعة والتلفزيون.

الإطار القانوني: الذي يترجم الفلسفة الإعلامية إلى تشريعات تحكم عمل المؤسسات الإعلامية. البنية الاتصالية: وتشمل مستوى التكنولوجيا المستخدم والكوادر البشرية والامكانيات المادية وقاعدة الاتصالات في الدولة.

الممارسات الإعلامية: وهي التي تحول ما سبق إلى واقع فعلي وبهذا يمكن القول: أن النظام الإعلامي ما هو إلا انعكاس للنظام السياسي والاجتماعي السائد في مجتمع ما ومع تعدد الأنظمة السياسية تتعدد الأنظمة الإعلامية ولما كان الإعلام وليد مجتمعه فإن نظامه سيشكل وفقاً للظروف السياسية والاجتماعية لهذا المجتمع أو ذاك.

حالة الخلط بين الدعوة والإعلام الإسلامي: الدعوة لغوياً تعني النداء والطلب للاجتماع على شئ أو الاشتراك في شئ وفي لسان العرب (الدعوة) المرة الواحدة من الدعاء و"الدعاية" الذي يدعو إلى دين أو فكرة من قول الله تعالى: (... وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا) (الأحزاب 46) ومنه قوله تعالى: (يَا قَوْمَنَا أَجِيبُوا دَاعِيَ اللَّهِ) (الأحقاف 31).

أما الدعوة الإسلامية فهي مصطلح يقصد به بيان الحق وإبلاغه بهدف اشتراك الناس في خير الإسلام وهدهد وقد يراد به الإسلام نفسه<sup>(22)</sup> فدعوة الإسلام أو الدعوة إلى الله وهي دعوة الحق كما قال تعالى: (لَهُ دَعْوَةُ الْحَقِّ...) (الرعد 14)؛ فالدعوة منهج يقوم على بيان الحق والخير والهدى وكشف وسائل الباطل وأساليبه بكل الطرق والوسائل والمناهج التي يجمعها قوله تعالى: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِثُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ...) (النحل 125).

الإعلام الإسلامي:

هذا المصطلح تعددت تعريفاته إلى الحد الذي جعلنا نظنه كالغول والعنقاء، مما دفعنا إلى إجراء دراسة كاملة نال بها الباحث الجائزة الأولى في مسابقة الفنجرى عام 1999 حول مفاهيم الإعلام الإسلامي في

الدراسات الإعلامية العربية، وما ذكره في هذه السطور ما هو إلاّ عرض يسير للتعريفات الشائعة حول الإعلام الإسلامي.

فمثلاً الدكتور إبراهيم في كتابه "الإعلام الإسلامي: المرحلة الشفهية" لم أقف لديه على تعريف أقبه للإعلام الإسلامي، ولقد رجعت للكتاب أكثر من مرة فلم أجد فرقاً لديه بين مفهوم (الدعوة) و(الإعلام)<sup>(23)</sup> بالإضافة إلى إنه ينظر إلى الإعلام الإسلامي باعتباره إعلام ديني، وفي هذا خلط بين الإعلام الديني الذي يمثل وجهاً من وجوه الدعوة وبين الإعلام الإسلامي الذي يشمل الإعلام الديني والدعوة معاً، ثم يذهب إلى اعتبار الإعلام الإسلامي فرض عين في قوله: "الإعلام الإسلامي واجب على كل مؤمن ومؤمنة، ومن تخاذل عنه لا يعد مؤمناً"<sup>(24)</sup>.

ونحن لا نوافق على رأيه هذا؛ لأن (الإعلام) فرض كفاية إذا قام به البعض سقط عن الباقي وليس (واجباً) يخرج تاركه عن الدين أن تقاعس عنه، لذا وقع في نفسى أن عبارة د.إمام ليس مقصوداً بها أكثر من الحث على الاهتمام بالإعلام الإسلامي، أما مفهومنا للإعلام الإسلامي فهو الإخبار بالحقائق الصادقة والمعلومات الصحيحة التي تخدم أهداف المجتمع الإسلامي في إطار المبدأ الإسلامي "الحلال بين والحرام بين" مع مراعاة صدق النصيحة ومصلحة الأمة.

مما سبق نجد أننا أمام غموض في المصطلح الإعلامي العربي نتيجة الترجمات أو خلفيات الباحثين أدي إلى تعطيل مسيرة الدراسات الإعلامية العربية وأولها عجزنا عن وضع نظرية عربية اعلامية وضعف مؤلفات الباحثين العرب بل تكرارها وكاننا نحث في البحر.

آلية الخروج من أزمة المصطلحات الإعلامية (مهنة وتديسا وترجمة):

على الرغم من أن واقع لغة الدراسات الإعلامية ومصطلحاتها يحفل بإشكاليات متنوعة وقع فيها الخبراء والمدراء والعلماء الذين قادوا مسيرة التدريس والتدريب والترجمة في حقل الإعلام؛ إلا أن الأمانة العلمية تقتضي منا أن نبارك جهود علمائنا؛ فقد سدوا وقاربوا، وبذلوا جهوداً جبارة لا ينكرها إلا عاق للعربية والعرب.

ولعل ما توصل إليه الباحثون المخلصون والغيورون يدفعنا نحو (استئناف المسيرة، لكن مسيرة الاستئناف تكمن في الائتلاف وليس الاختلاف والتسفيه والتناهد؛ مما يتطلب ضبط أمور ومرجعيات

ومنهجيات كثيرة)، إذ يقتضي الحكمة أن نعيد ضبط كثير من القضايا الإعلامية الشائكة ومعالجة ضبابية المصطلح من خلال الآليات التالية:

الاهتمام بأساليب البحث الإعلامي واللغوي العربيين:

تقتضي عملية تطوير الدراسات الإعلامية العربية وصناعة المعاجم المتخصصة التي تعنى بالمصطلحات الإعلامية الارتقاء بأدوات البحث من جمع ونقل ووضع للمصطلحات وتأليف للمعجمات.

بناء مستودعات . بنوك . للمصطلحات الإعلامية:

وذلك باعتماد نظام حوسبة إلى يقوم على قاعدة بيانات مصطلحية، وهذا يتطلب الشروع في تصميم معجمات اعلامية متخصصة حاسوبية تعتمد النظام الألف بائي . الأحرف العربية وفق صورتها الطبيعية-

على أن تبوب المصطلحات الإعلامية موضوعياً، ويوضع ما يقابلها بالإنجليزية، أو الفرنسية.

استخدام التكنولوجيا في مجالات البحث الإعلامي كافة: لأنها إضاءة عصرية ينبغي الإفادة منها وتوظيفها لخدمة الدراسات الإعلامية العربية، الشروع في اتخاذ خطوات إجرائية نحو امكانية عمل مشروع ترجمة الف

كتاب اعلامي بلغات متعددة إلى العربية بالتعاون مع منظمة اليونسكو او الاليسيكو او الاليسيكو.

التحذير من الاندفاع وراء المصطلحات الإعلامية البراقة، دون دراستها أو إجازتها أو تعريبها بشكل غير دقيق.

. نحن أمام مصطلحات علمية اعلامية نختلف عليها اكثر مما نتفق تحتاج إلى جهود كبيرة يقوم بها أساتذة الإعلام العرب لتوحيد المصطلحات حتى تعم الفائدة .

. وأمام مصطلحات سياسية دسها اليهود في الإعلام وتم استخدامها في محاولات خداع مستميتة كما

يقول شيللر في كتابه المتلاعبون بالعقول ومحمد البرادعي في كتاب سنوات الخداع !!

### قائمة المراجع:

(1) جروان السباق: معجم اللغات الوسيط، الطبعة الأولى (بيروت: دار العلم للملايين، 1984) ص1239.

(2) حسن علي محمد: الإعجاز الإعلامي في القرآن الكريم (القاهرة: دار الاعتصام، 1995) ص30,31.

(<sup>3</sup>) المصباح المنير، مادة (وصل).

(<sup>4</sup>) سمير محمد حسين: الإعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام (القاهرة: عالم الكتب، 1984) ص21.

(<sup>5</sup>) جيهان رشتى: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص35.

(<sup>6</sup>) Warrenk (et al), Introduction to Mass Communication, 8<sup>TH</sup> edition (N Y: Harper& publishers, 1985) p17.

(<sup>7</sup>) Beaker Samuel L. Discovering mass communication (Illinois: Glenview scott forsmann company, 1983) p:5-10

(<sup>8</sup>) زيدان عبد الباقي: وسائل وأساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية، ط2 (القاهرة: النهضة المصرية، 1979) ص44.

(<sup>9</sup>) حمدي حسن: مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال (القاهرة: دار الفكر العربي، 1987) ص 82-83.

(<sup>10</sup>) محمود عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي (بيروت: دار النهضة العربية، د.ت) ص5.

(<sup>11</sup>) جيهان رشتى: الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية، 1993) ص ص 59-62.

بتاريخ 14 يناير 2013

<sup>12</sup><http://www.maktoobblog.com/fckeditor/editor/fckeditor.html?instancename=body&toolbar=basic>

(<sup>13</sup>) ليلي عبد المجيد: السياسات الاتصالية والإعلامية وأثرها في الثقافة والتربية، مجلة عالم الفكر، مج23، العددان الأول والثاني، 1994، ص55.

( ) Ernest G. Bormann, Communication Theory (Holt, Rinehart and Winste – Publisher. N. Y : 1993) pp26-126

(<sup>14</sup>) حمدي حسن: تطور نظرية الاتصال وإستراتيجيات البحث في الدراسة الإعلامية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الأول، يناير 1997م، ص145.

(<sup>15</sup>) جيهان رشتى: النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية (القاهرة: دار النهضة العربية، 1994) ص ص 12-36.

<sup>16</sup> (Johnb,B, Thimpson, Social Theory and the Media, *In:* David Corwley and Davied Mitchell, communication theory today,(Cambridge; Polity Press, 1999) pp:27:50.

<sup>17</sup> (فاروق أبو زيد: مصدر سابق، ص.12.

<sup>18</sup> (عمارة نجيب: فقه الدعوة والإعلام, الطبعة الأولى (القاهرة: دار الفاروق, 1983) ص 17.

<sup>19</sup> (إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامى: المرحلة الشفهية (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية, 1980) ص

.7

<sup>20</sup> (نفس المصدر السابق: ص ص7-8.