

علوم الإعلام : من الفلسفة إلى الاستيمولوجية.

إعداد : د. معتوق فتحي

أستاذة باحثة بكلية علوم الإعلام والاتصال

ملخص

صاحب التطورات البنائية والفكرية التي شهدتها المجتمعات الحديثة ظهور عصر الإعلام وعلوم الإعلام التي اكتمل نموها بفضل المخترعات التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في اكتمال معادلة الإعلام الجماهيري ثم الإعلام الافتراضي بأبعاده الإخبارية والثقافية والتنموية. وقد استمرت هذه العلوم في التطور ووفق وتيرة سريعة بفضل أيضا الاختراعات التكنولوجية الرقمية التي استفادت بالتحديد من تكنولوجيا الأقمار الصناعية وتكنولوجيا الحاسوب الإلكتروني. . . الخ. وتهدف علوم الإعلام إلى دراسة الظاهرة الإعلامية كواقع وممارسة في سلسلة من المفاهيم والمقولات العلمية التي تكشف العلاقة الوثيقة التي تربطها بحقول العلوم الاجتماعية الأخرى مثل الفلسفة التي تبقى جزء من المحاولات الفكرية الفلسفية المستمرة والهادفة إلى معرفة الحقيقة المتعلقة بالظاهرة الإعلامية. ويعد المسار الذي تسلكه هذه العلوم من أهم المشاكل الاستيمولوجية المطروحة للبحث والنقاش بين الباحثين، خاصة وأن نشأة هذه العلوم كانت ذات طبيعة إشكالية.

المفردات الدالة

- علوم الإعلام، فلسفة علوم الإعلام، استيمولوجية علوم الإعلام، تطور علوم الإعلام، علوم الإعلام في الجزائر، وضعية علوم الإعلام في الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال.

مقدمة

ظهرت العلوم الاجتماعية بفضل توجه الاهتمام الفكري نحو الحياة الاجتماعية التي أصبحت ظواهرها المختلفة موضع تساؤل علمي مستمر. لذلك توجد علاقة وثيقة بين المجتمع وهذه العلوم التي ازدهرت بفعل عوامل الإنسان الحديث الذي طور قدراته العلمية في معالجة ومتابعة قضايا مجتمعه. ومن بين هذه العلوم، نذكر علوم الإعلام التي تكمن قيمتها العلمية في ما تقدمه للإنسان من وعي وتوجيه وقوة تجعله قادرا على اكتشاف المفاهيم الجديدة وابتكار الأفكار التي تتراكم لا محالة وفق منطق التطور العلمي. ورغم أن نشأة هذه العلوم كانت ذات طبيعة إشكالية، إلا أنها تطورت وفق أسلوب ووتيرة عززت التحولات العلمية والتكنولوجية التي شهدتها فضاء الإعلام، والذي صار بدوره مسؤولا بشكل أو بآخر عن تشكيل ادراكات الناس بسبب وجود علاقات بين معايير الفكر العلمي والعوامل الإعلامية والاتصالية السائدة في المجتمع.

ماهية علوم الإعلام

يهدف كل إعلام بأسلوبه ونظرياته إلى إيصال الخبر وتحقيق المقاصد العامة التي تعكس خصوصيات المتلقي، والمستمدة من القيم الأساسية المرتبطة بمكونات المجتمع، وهذا من أجل التكامل معها وتحقيق مصالح الناس. وبمعنى آخر يتمثل الإعلام في تقديم الأخبار والمعلومات والأفكار وكل ما يمكن تلقيه من أجل استرجاعه وتوظيفه عند الحاجة المتمثلة في تكوين آراء حول مختلف حقائق المجتمع وبالتالي إدراك معانيها وفهم ما يحدث فيه. ويعتبر الإعلام في

بداية القرن الواحد والعشرين إحدى مقاييس التطور الديمقراطي والحضاري، لأنه يمثل القوة التي تحدد التوازنات الإستراتيجية المتعددة التي تكشف حجم ما يملكه الأفراد والمؤسسات والمجتمعات من أخبار تجسد حجم المعلومات ونوعيتها وأهميتها بالنسبة لهم، إذ بقدر ما تتوفر هذه الأخبار وبهذه المواصفات، بقدر ما يكون الجميع في مواقع أكثر قوة وأقدر على التصرف واتخاذ القرار.

ويشكل الإعلام ظاهرة قوية ومعقدة تعطي للجمهور إمكانيات إدراكية كبيرة تكشف القدرات العقلية واللفوية التي توظف من طرف الإعلاميين ليس فقط من أجل وصف الواقع الذي تنعكس صورته في الرسالة الإعلامية، بل من أجل أيضا المساهمة في بناء ادراكات الناس لذلك الواقع على أساس أن اللغة الإعلامية لا تعكس فقط الأحداث والحقائق، بل تقوم حسب المفكر جاكبسون (1896 م - 1982 م) بالتأثير على عملية إدراك الواقع وبناءه وتوظيف معطياته توظيفا ابتكاريا¹.

وبهذا المعنى، يشير مجال علوم الإعلام إلى دراسة الإعلام كمفهوم وظاهرة وواقع وممارسة يومية ومؤسسية يمكن اعتبارها من أهم العوامل المؤثرة في التنمية المستدامة للأمم من حيث أنها من جهة مصدر للقيمة الإعلامية الأساسية والمضافة، ومن جهة ثانية مادة لتوليد الآراء التي يقاس على أساسها تطور المجتمعات البشرية.

وهكذا، تطورت علوم الإعلام ضمن التيارات الفكرية الفلسفية والعلمية التي رافقت تطور المفهوم الحديث للمجتمع سواء

¹ محمد يونس محمد علي، مدخل إلى اللسانيات، الطبعة الأولى، طرابلس، دار الكتاب، 2001،

في ظل النظرية الوضعية أو البنائية الوظيفية أو نظريات الصراع أو النظرية التفاعلية الرمزية. . . إلى غيرها من النماذج النظرية التي ظهرت في ظل العولمة، والتي اهتمت بدراسة تطور التصورات والمواقف والممارسات الفردية والجماعية والمؤسسية اتجاه الأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تدون في المجتمع بشكل واضح يبين كيف أن مجال علوم الإعلام هو مجال شاسع، معاش وملمس يمتد إلى كل وحدات المجتمع انطلاقاً من الأفراد ومروراً بالجماعات والهيئات الرسمية وغير الرسمية في المجتمع. . . لهذا السبب، كانت علوم الإعلام في كل مرحلة معبرة عن صيرورة وديناميكية المجتمعات معتمدة على نتائج العمليات الإعلامية التي تصنع ادراكات أفرادها للأحداث والحقائق المحيطة بهم، وهو مل جعلها تعبر تاريخياً ومعرفياً عن تجربة غنية من حيث ظهورها وتطورها.

فلسفة الإعلام

تعتبر الفلسفة عن تغير صورة ووضعية النشاط الفكري بصفة عامة. ومن الفلسفة الحديثة إلى الفلسفة المعاصرة، دخلت الأفكار مجالات واسعة لفلسفة العلم التي تأخذ بعين الاعتبار جميع أشكال النشاط الفكري الإنساني من أجل التأكيد على أهمية الموضوعية، الواقعية، الأدلة، البراهين، الدقة، الوضوح، النقد، . . . الخ، وذلك بهدف التصالح والبروز كـ "تجربة فكرية ديمقراطية متطورة". وتنمو الأفكار الفلسفية داخل سياقات فكرية ملموسة ومتنوعة

Jean Michel Besnier, Histoire de la philosophie moderne et contemporaine : figures et œuvres.
2ème édition, librairie générale Française (IGF), 1998, p340.

تسعى لتصبح متلائمة مع حياة الناس وواقعهم، اعتماداً على سبيل المثال على الظاهراتية والتحليل المنطقي للغة وغيرها من المناهج التي أثبتت جدارتها.

وهكذا، ترى فلسفة الإعلام أن لكل إعلام إيديولوجية خاصة به يتم إعادة إنتاجها تكنولوجياً وبشكل مستمر ومتواصل. وهذه الإيديولوجية التي هي ببساطة أفكار ورؤية واسعة للإدراك تؤثر على الوعي والأفكار والتصورات. . . . وتتنظر الفلسفة المعاصرة إلى الإعلام الحديث ووسائله ليس من وجهة نظر أنها وسيلة لنشر المعلومات ولكن باعتبارها جزء من سلسلة التطورات التكنولوجية التي أصبحت تغير وجه المجتمع كله. لذلك، فهي تهتم بالتأثيرات الإعلامية التي تظهر في المجتمع وهذا بغض النظر عن مضمونها¹

وفي الحقيقة، تسعى فلسفة الإعلام إلى تحليل كل إشكالية إعلامية لها علاقة وطيدة بالسياسة الإعلامية وتتضمن الاهتمام بالواقع الإعلامي وخلفياته الاجتماعية، خاصة وأن كل العمليات الإعلامية في المجتمع مرتبطة بمصالح يتوقف تحقيقها على الجمهور كمتلقي للرسالة الإعلامية وما يصدر منه اتجاهها. وتهتم أيضاً هذه الفلسفة بالأصل الفلسفي للإعلام وآثاره الإيجابية والسلبية لقياس فعاليته كظاهرة اجتماعية وثقافية تنتج الوعي الاجتماعي وحقائق أخرى تلخص في التمثيلات للواقع، والمثاقفة والرقابة إلى غير ذلك من القضايا التي تترتب عن العلاقة الجدلية القائمة بين الإعلام وتطبيقاته في المجتمع، أي بين أسس الإعلام وممارسته فعلياً في

¹ - علاء هاشم مناف، فلسفة الإعلام والاتصال. http://www.ahewar.org/debat/show_art.asp

الواقع الاجتماعي. في نفس الإطار، يذهب بعض الفلاسفة إلى اعتبار نظريات الإعلام جزء من فلسفة الإعلام لأنها أشمل وتضم مذاهب الإعلام وأصول العملية الاتصالية.

ومن أهم ما يميز فلسفة الإعلام المعاصرة توجهها من فلسفة الوعي والذات التي ميّزت انجازات عصر التنوير الفكرية إلى فلسفة اللغة والسيمولوجية منتقلة بذلك من الماركسية الهيقيلية إلى ما بعد البنيوية. وقد ركّزت هذه الفلسفة على التّحول الذي شهده مفهوم الإيديولوجية التي انتقلت من نسق مترابط من التّبريرات الفكرية للواقع إلى منطق علمي أداتي للعلم والتّكنولوجيا، متسببا في اكتساب آليات التّزييف الإيديولوجي أشكال وأبعاد جديدة يفرزها الإعلام بقوة في عالم معاصر يتحدّث فيه الفلاسفة والمفكرين والمنظرين عن نهاية الإيديولوجيا أو نهاية السّرديات الكبرى على حدّ تعبيرهم، ومن هؤلاء نذكر موقف ليوتارد جون فرانسوا (1924-1998م) الذي وصف عصر الإعلام بالشفافية والاحترافية والمصادقية في نقل الحدث وتغطيته!

في الحقيقة عصر الإعلام لم يشهد تراجعاً للإيديولوجية، بل ازدهارا لها ووفق معان وصور لم تكن معروفة من قبل. فبفضل عقيدة الإعلام والتّواصل السّريع، أصبحت التّفاعلية والارتباط يشكّلان ميكانيزمات الإيديولوجية الإعلامية التي تمكّنت من نشر وبشكل واسع الوهم الاتصالي، وهذا عبر شبكة إيديولوجية تبني مسبقا الوقائع، ثم تطلب من الناس الانخراط فيها، فتشعره

Leonard Jean . François, la condition post moderne : Rapport sur le savoir, les éditions de Minuit, 2004, p17. de Minuit, Paris, P 17 .

بأنهم منخرطون فيها دون أن يختارونها. وعلى هذا النحو، يؤدي الإعلام مهام تشبه المهام التقليدية المعروفة في الإيديولوجية، ومنها تأسيس مجتمعات وهمية وزائفة يعتقد الناس في حقيقتها وصدقها.

وهكذا، تعالج فلسفة الإعلام كيف يشكل الاعلام الادراك حين يقيد الناس، اذ ينقل لهم الصور ويحولهم إلى سجناء هذه الصور المصنوعة التي هي انعكاس للواقع وليس الواقع نفسه. كما تهتم هذه الفلسفة بالتأمل في مصداقية الواقع المصطنع والتي تفوق مصداقية الواقع الحقيقي بفضل ما تخلفه الصورة وثقافة الصورة حين تتحول الى بديل عن الواقع. وبطبيعة الحال، يحمل هذا الأمر دلالة فلسفية تبين أن الفرد لم يعد يعرف شيئاً عن المجتمع الذي يعيش فيه، إلا إذا تابع ما تبثه وتوفره وسائل الإعلام التي تميل لهذه الأسباب كلها إلى الإنفراد بالمصداقية على حساب الاستيعاب المباشر والسليم للحقائق المعاشة.

وللتوضيح أكثر، نضيف أن فلسفة الإعلام تفسر الدور الإيديولوجي للإعلام من خلال عملية التحوّل المادي للإيديولوجية، والتي حدثت في القرن العشرين بسبب تراجع الخطاب الفكري الثقافي. في هذا الموضوع، رأى الفيلسوف لويس ألتوسير (1921-1990م) الذي ربط الإيديولوجية بالدولة، أن الإعلام ينتمي بجدارة إلى أجهزة الدولة المكلفة بتأكيد ونشر مجموعة القيم والمعايير التي تساعد على المحافظة على علاقات الإنتاج القائمة.¹ بمعنى أن المؤسسة

¹ Althusser Louis, *Idéologie des appareils idéologiques d'état*, <http://classiques.uqac.ca/contemporains-ideologie-etAlbp.pdf>

الإعلامية هي جهاز تمر من خلاله إيديولوجية الدولة . وهي لا تمارس العنف المادي بل التثنيف الإيديولوجي المتمثل في الإكراه الفكري .
أما المفكر مارشال ما كلوهان (1911-1980) فقد أقر بالاحتمة التكنولوجية وبالتحديد بتكنولوجيات الإعلام والاتصال التي تؤثر دون شك تأثيرا أساسيا على المجتمعات . وعلى هذا الأساس طور أفكاره حول صلة الإعلام والاتصال بالمجتمع ، وبالتغيرات الاجتماعية التي تحدّد طبيعته وكيفية معالجته لمشاكله . وقد حاول اتخاذ موقف حيادي يؤكد من خلاله حيادية الإعلام الذي لا يمكن الحكم عليه سواء بالإيجابي أو السلبي ، لأنه ضرورة ومجرد وسيلة لنقل الخبر والمعلومة والرأي . . . إن رسالة الإعلام هي الإعلام والتوصيل ، لذلك لا ينبغي حسب ماكلوهان استخدام الأحكام الأخلاقية والتقييمية عند دراسته ، وعلى عكس ذلك ، يجب فهم ظاهرة التغير الاجتماعي وعناصرها من أجل التأقلم و / أو التغلب في أحسن الظروف على صعوبات الحتمية التكنولوجية التي تفرض على المجتمعات المعاصرة .

بالإضافة إلى ذلك ، استمرت فلسفة الإعلام في التطور من خلال الاستفادة من فلسفة الرأي العام التي تعالج الأفكار والمعاني التي التصقت بهذا المفهوم ، وكذلك فلسفة المعلومات التي تهتم أيضا بالمعاني العديدة التي حملتها كلمة معلومة في مجال النظرية العامة للمعلومات ، إضافة إلى المشاكل التقنية المتعلقة بالوفرة والحقيقة الدلالية وغيرها من المسائل التي تسمح بإيجاد الأسس السليمة للمعلوماتية والنمذجة الحاسوبية . كما استفادت كثيرا من فلسفة الدعاية الإعلامية التي تدرس العقل الجمعي الذي يقرضه الواقع

الفربي تحت تأثير تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وكذا عمليات الحديث الشاسع عن القولية، التمييط، إطلاق الشعارات، التكرار، تجنب الاصطدام مع المتلقى، التظاهر بمنح فرص الحوار التعبير عن الرأي، ممارسة التأكيد بدلا من المناقشة والبرهنة، إثارة الفرائز وادعاء إشباعها، ادعاء الموضوعية إلى غير ذلك من القضايا التي قد تدخل المجتمع في حلقة مفرغة تضعف وعي أفرادها ولا تسمح بترقيتهم وتطور مستوى ادراكاتهم بشكل سليم لما يحدث في محيطهم الاجتماعي بمختلف ابعاده.

أخيرا، يمكن القول بأن فلسفة الإعلام التي تعتمد في أصلها على إبستمولوجية هيقيلية ماركسية تنتقد بشدة ما يذهب إليه الإعلام الحديث الذي يرد كل شيء إلى مجرد صور ومشاهد وعلامات وإعلانات وإشهار، ملغيا بذلك الخبرة الشخصية ودورها في بناء المعنى الاجتماعي للأحداث دون الحاجة إلى تمريرها عبر القنوات الاتصالية الحديثة التي كثيرا ما تعالج الواقع الاجتماعي القائم ثم تختزله. . . ان اهتمامنا بفلسفة الاعلام وعلاقتها بتشكيل الادراك في المجتمع هو اهتمام بخطابات فلسفية ذات دلالات تحولت تدريجيا إلى قاسم مشترك بين المثقفين والمفكرين والاقتصاديين والإعلاميين بل وحتى السياسيين. كل هؤلاء تحدثوا عن الفشل والأزمة والانهيال الذي تعاني منه المجتمعات المعاصرة في زمن انتصار التقنية وسيادة النظرة العلمية حول كيفية تنظيم القضايا الاجتماعية المختلفة ومتابعة تحولها وتطورها اعلاميا. . .

تشير كلمة الابستمولوجية الى نظرية العلم، وهي كلمة مستحدثة تشير الى أمور كثيرة. الابستمولوجية هي أساس الدراسة النقدية لمبادئ مختلف العلوم، ولعروضها ونتائجها بقصد تحديد أصلها المنطقي وإظهار قيمتها وحصيلتها الموضوعية¹. والابستمولوجية لا تهتم تحديدًا بقراءة الأحداث علميًا، وإنما تؤكد على ضرورة الاهتمام بالبناء التدريجي للعلوم الاجتماعية وبنشأة وتطور روحها العلمية.

إن علوم الإعلام حديثة النشأة، وهي علوم مفتوحة على كل مجالات الحياة وعبر عدة مستويات. وتهدف الى إنتاج معاني وتفسيرات حول التحوّلات التي تشهدها المجتمعات، وبالتحديد إنتاج خطب ترافق تلك التحوّلات وخطب أخرى تقف على آثارها. هذا ما يطرح حسب الابستمولوجيين صعوبات تتمثل في استحالة غلق مجال هذه العلوم، لكونه أصلاً مجالاً مفتوحاً يمرّ عبر كل مستويات المجتمع. وعليه، يمكن القول بأن مجرد التفكير في كل جوانب المجتمع يتطلب الخروج من التخصص الإعلامي استجابة لضرورة ملحة تفرضها طبيعة التفكير في علوم الإعلام. لهذا السبب، تطرح في هذا الجانب مسألة "العتبة الابستمولوجية" الناتجة عن الانتقال من التخصص إلى اللاتخصص².

إن قضية التداخل بين علوم الإعلام والتخصصات الاجتماعية الأخرى تطرح مشاكل معرفية عديدة منها ظهور خليط من المعارف

¹ روبير بلانشي، نظرية العلم (الابستمولوجية)، ترجمة محمود اليعقوبي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1972، ص 9.

² Cécot Jean, Pour une épistémologie de la communication
www.perse.fr/web/revues/home/prescript/article/colam-0336-1500-1982_p2

المقاربة والمتفاوتة في نفس الوقت، مما يدل على وجود إشكالية تتطلب دراسة وفهم المنهجية العلمية الكامنة وراء هذا الخليط. بالإضافة إلى ذلك، تتلخص المشكلة الاستيمولوجية الناتجة عن هذه العلاقة الترابطية التي تعبّر عن حاجة معرفية بالنسبة لعلوم الإعلام في عدم معرفة حدود التداخل بين التخصصات، فضلاً عن الضعف العلمي فيما يتعلق بالإلمام والتحكم في تلك التخصصات. صحيح أن علوم الإعلام قديمة قدم الاتصال الإنساني ذاته والذي مصدره الاحتكاك والإعلام، ولكنها كتخصصات علمية أكاديمية حديثة النشأة، وهي متعددة الانشغالات والاهتمامات الفكرية، وكذلك علوم متجدد التقنيات.¹ لهذا السبب تحيل على دلالات عديدة، تتجمع وتتقاطع فيها مجموعة من العلوم الاجتماعية بل الإنسانية.

ومن وجهة نظر التحليل الاستيمولوجي، تطرح علوم الإعلام مشكلة التعددية المعرفية التي يعرفها الحقل المعرفي للإعلام والذي يتموقع تاريخياً بين الاتجاه المادي وغير المادي، بين ما هو بيولوجي وما هو اجتماعي، بين الخصائص الطبيعية والخصائص الثقافية، بين الدراسات الشاملة والدراسات الفرعية المحدودة، بين المجتمع والعالم، بين الفاعل الاجتماعي والنسق الاجتماعي، بين الفرد والمجتمع بين حرية الاختيار والحتميات الاجتماعية، بين البناء الذاتي للهوية وجمهور المستقبلين لواقع المكونات الثقافية... الخ.¹

وفي هذا الإطار، توصل المختصون إلى اتفاق شامل ينص على أن التداخل الفكري الذي تشهده علوم الإعلام سببه كثرة الاتجاهات

¹ Ibid. p3

² Escarpit Robert, Théorie de l'information et politique, éditions du seuil, 1981. p 27.

البحثية التي حملت بصمات العديد من المدارس ومنها المدرسة
الأنثروبولوجية والنزعة الأوربية النظرية والنزعة البراغماتية
الأمريكية. فعلى المستوى النظري، نجد أن مكونات العلوم
الإعلامية قد تطوّرت بين النظريات التقنية والنظريات اللغوية
والنظريات البسيكوسوسيولوجية التي عالجت مسألة التأثير الذي
يمارسه الإعلام على الناس من حيث طبيعته ودرجة قوّته، وخاصة
مدى واقعية الاستجابة لتأثيراته.

لقد كشفت الدراسات الإستمولوجية أهمية القطيعة
الإستمولوجية التي شهدتها علوم الإعلام في أكثر من مرة، بفضل
التغيير النوعي الحاصل في بنية أنساقها النظرية بهدف ضبط
الجانب النظري. هذا ما يتّضح من خلال تتبع على سبيل المثال
التطوّرات التي شهدتها قضية تأثير وسائل الإعلام على الناس.
والتي واجهت عدّة عقبات. لقد كانت البداية مع نظرية التأثير
المباشر التي تميّزت بالأواقعية، ثم نظريات التأثير الانتقائي التي
رأت أن الاستجابة لا تتمّ بشكل ميكانيكيّ أو آليّ، ذلك لأن
أفراد المجتمع يستجيبون بشكل مختلف للرسائل الإعلامية على
أساس أنهم مختلفون، ولديهم استعدادات نفسية وصفات موروثية
وأخرى مكتسبة واتجاهات تؤثر فيهم وتختلف من شخص لآخر.
وعليه، ترى هذه النظريات أن وسائل الإعلام وخطبها تستقبل
بشكل انتقائي مرتبط أشدّ الارتباط بمستوى الإدراك لدى كل
فرد في المجتمع، وذلك وفق طبيعة ونوعية صلاته بالمعتقدات
المتنوعة والمنظومة القيمية السائدة فيه.¹

1. Emmanuel, Invitation à la théorie de l'information, édition Seuil, 1997, pp53-55

أما نظرية الفئات الاجتماعية، فهي تربط السلوك الاعلامي بالفئات الاجتماعية وبالتحديد بالموقع الذي يحتله كل فرد داخل كل فئة. وعلى هذا النحو، تمكنت من الربط بين موقع الفرد داخل البناء الاجتماعي، واستقبال الرسالة وما يشكل نمط الاستجابة. هذا الموقف تسبب في ظهور عقبات معرفية جديدة بسبب التأكيد على أن تأثير وسائل الإعلام ليس قويا، ويختلف تماما عن تأثير الفئات الاجتماعية.¹ بعد هذا، ظهرت نظرية المعنى التي سعت إلى إضافة معاني جديدة في اللغة الإعلامية من أجل تشكيل السلوك بطريقة غير مباشرة. ثم جاء نموذج الحاجات والاشباع الذي رأى أن جزءا هاما من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف واضحة، وهم يختارون عن قصد وسائل إعلامية معينة من أجل إشباع احتياجاتهم المتمثلة في مراقبة البيئة، التعبير عن التوجه الفكري، التعبير عن عدم الرضي، التعبير عن الميول العاطفية والتسليّة. الخ²

ومن أجل تجاوز العقبات الإبيستيمولوجية التي نتجت عن النظريات التي حاولت ممارسة تأثير غير مباشر على المتفاعلين مع وسائل الإعلام في المجتمع، ظهرت رؤية جديدة تضم مقارنة نفسية للتأثير على البناء النفسي للأفراد، ومن ثم جعل الاستجابة متفقة مع موضوع الرسالة الاعلامية على أساس أن هذه العملية تضمن التفكير فيها وتقييم أهدافها من طرف أعضاء جمهورها. وقد أدى البحث عن أفضل السبل لتجاوز صعوبات عدم تكامل النماذج النظرية المقترحة،

¹ Ibid, p62

² Ibid, p66

إلى استخدام ما يسمى بالرسالة الاقناعية التي تشكل وتغير معايير السلوك في اتجاه يحمل أفكارا جديدة، ويدعو أفراد المجتمع إلى تحديد استجابات أكثر أهمية اتجاه الرسائل الاعلامية.

على العموم، تمكنت علوم الإعلام من تحسين مجالها الاستيمولوجي بشكل تدريجي ومتواصل وهي اليوم تعمل وفق التفسير الشامل لتأثير وسائل الإعلام والذي يعتمد على التأثير المتبادل بين جمهور وسائل الإعلام والمجتمع، ويدعو إلى أخذ بعين الاعتبار عدة عناصر وأهمها النظام الاجتماعي، علاقة الجمهور بوسائل الإعلام ودور هذه الوسائل داخل المجتمع. لذلك يتحدث هذا المنظور عن التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية والعقلية التي ترتبط بفعل تمرير الرسالة وإحداث رد فعل جمهور وسائل الاعلام المختلفة.

ورغم ما ذهب إليه مدرسة شيكاغو التي ركزت على دور الاعلام والاتصال في تنظيم الافراد والجماعات والمؤسسات، ورغم أيضا ما قدمته جماعة بال والتو في نموذجها الرياضي الدائري الارتدادي تبقى علوم الإعلام أدوات هامة لبناء الديمقراطية في المجتمعات البشرية المختلفة. ولا بأس أن نذكر في هذا الجانب أن الاختراعات والتجديدات التقنية لا تؤدي حتما، وفي كل الحالات إلى تدعيم الديمقراطية وإنتاج القيم المجتمعية والثقافية الضرورية لذلك إلا أن هذه الحقيقة لا تؤثر على علوم الإعلام من حيث قدرتها على إحداث القطيعة والتجاوزات المعرفية سواء على مستوى المفاهيم النظرية أو المنهج.

ولدينا في هذا الشأن مثال واضح عما قدمه المفكر هابرمارس في سوسيولوجية "الفعل التواصلي" (1981)، بحيث درس الفهم

التواصلي والتفاعل بوصفهما شريكين في عملية التبادل الرمزي وفي السياقات اللسانية. وكان هدفه هو دراسة شبكات التفاعل في مجتمع مشكّل من علاقات يوجهها الانتاج الاعلامي المتنوع والمتعدد. . . لقد عارض هابرماس الفعل الاستراتيجي الذي يدل الفرد على الاهداف الادائية النفعية والمباشرة، ثم اقترح الفعل الموضوعي والفعل الإدراكي الذي يفرض على الناس الأخلاق والنزاهة وقول الحقيقة.¹ وبهذا المعنى أرجعت أسباب أزمة الديمقراطية في المجتمعات المعاصرة حسب هابرماس إلى وجود آليات اجتماعية لا تسهل التبادل وانتشار العقلانية الاعلامية والاتصالية في المجتمع. بمعنى أن هذه الآليات كثيرا ما تعرقل وصول الرسالة الاعلامية الفعلية والاتصال الفعلي والعلاقات الاتصالية الفعلية التي المجتمع".² وهو ما جعله يؤكد على أهمية ربط جسور التواصل بين الباحثين والمجتمع من أجل تطوير الفاعلية النقدية التي تسمح باسترجاع القوة التواصلية بين الفكر والمجتمع ضمن نموذج جديد يعوض العقد الاجتماعي الكلاسيكي، ويكون أساسه التداول على السلطة بين أفراد المجتمع، ومبادئه الاختلاف، الحوار، التسامح والديمقراطية.

إذن تتشكّل إستيمولوجية علوم الإعلام من عدة رهانات فكرية وسياسية وثقافية وتنموية، تدرج ضمنها عدة قضايا خاصة بالبنية التحتية للتكنولوجيات الحديثة وخاصة شبكة الانترنت، وكذلك قضايا الفجوة الرقمية والسلامة المعلوماتية أو ما يسمى أيضا بالأمن المعلوماتي، إلى جانب مسائل اقتصادية منها الاقتصاد

¹ Habermas Jürgen, théorie de l'agir communicationnel, Fayard, 198, p8

² Ibid. p32

اللامادي والتجارة الإلكترونية وتأثيرات الانترنت في مجالي التعليم والشغل، إلى غير ذلك من القضايا الخاصة بالفئات الاجتماعية ذوي الاحتياجات الخاصة كالمرأة والطفولة والشباب والمعوقين. الخ. وفي نفس السياق لدينا قضايا سياسية خاصة بتأثيرات علوم الإعلام على الديمقراطية وبمدى إمكانية خلق ديمقراطية إلكترونية إلى جانب قضية التأطير القانوني للانترنت وما يسمى بالواقع الافتراضي.

والمهم هو أن كل هذه القضايا وسواء كانت وظيفية أو قيمية، هي اليوم محل جدل كبير بين المفكرين والباحثين الذين يقدمون تحاليل وتفسيرات تعبر بشكل أو بآخر عن موقفهم من التكنولوجيات الحديثة وعلاقتها بما هو اجتماعي وثقافي. إن الشك الذي يحيط بعلوم الإعلام لأسباب مختلفة، كثيرا ما مرّ فيها مسائل ومعارف متلاحمة وقوية، وكثيرا ما رفض الاعتراف باستقلاليته وعلميتها، رغم أن هذه العلوم ليست فرع من فروع علم الاجتماع أو علم النفس، كما أنها ليست مجرد معارف حول مواضيع إمبريقية يعتقد أنها اعلامية. . . . لهذا أرجع فرانسيس بال Francis Balle أسباب هذه الوضعية إلى تذبذب هذه العلوم بين التقنية والعلم، إضافة إلى مشكلة المصطلحات والمنظومة المفاهيمية الواسعة وغموض البراديقمات وضعف التراكم المعرفي الحقيقي¹. وطبعا هذا لا يعني حسب فرانسيس بال أنه يجب تجاوز كل شيء متوفر في علوم الإعلام، ثم الانطلاق في بناء كل شيء من جديد.

Francis Balle, Lexique d'information communication, Dalloz, 2006, pp306-309

ظهر الاهتمام بالإعلام في الجزائر في منتصف القرن التاسع عشر بفضل ظهور الصحافة التي أشرف عليها المعمرين الفرنسيين في مرحلة أولى ثم الأهالي المسلمين في مرحلة ثانية. وأرتبط الإعلام بضغوط الاستعمار وتسلمته الذي استمر إلى غاية اندلاع ثورة التحرير التي أدت إلى ظهور الإعلام الوطني. وفي هذا الشأن، لاحظ الاستاد إحدادن زهير أن التجربة الإعلامية الجزائرية ورغم امتدادها الطويل والهام في التاريخ الاستعماري بما في ذلك التاريخ الثوري، إلا أنها لم تتوج بعد الاستقلال وإلى يومنا هذا بظهور تقاليد إعلامية أو نمط صحفي محدد أو نموذج نظري إعلامي سليم وقادر على التحول إلى مصدر إلهام، يعتمد عليه في عملية التكوين ومهمة إنجاز البحث العلمي الإعلامي.¹

في البداية، ظهر التكوين والبحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال في المدرسة العليا للصحافة في 1964، ثم معهد علوم الإعلام والاتصال ابتداء من 1982، إلى أن تم دمج كقسم مستقل مع قسم العلوم السياسية في إطار تطبيق نظام الكليات، إلى أن تم إنشاء كلية علوم الإعلام والاتصال في سنة 2012. وقد كان للتغيرات الأساسية التي شهدتها قطاع الإعلام خاصة بعد تطور التكنولوجيات الحديثة دور كبير في ازدياد أهمية هذه العلوم في الجامعة الجزائرية، مثلما يبين الإقبال الكبير على التخصص في السنوات الأخيرة لذا، يؤدي بنا الاهتمام بهذه العلوم إلى الحديث عن بعض المتغيرات التي تفاعلت فيما

عززي عبد الرحمن، التكوين الإعلامي : التلاقي والتلاقي بين الرسالة والوسيلة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 4، 1990، ص 14

بينها، وشكلت ما يمكن تسميته بالإطار العام للتكوين والبحث في مجال الإعلام والاتصال. وقد تميز هذا الإطار باللاتجانس بالنسبة لهيئة التدريس، مضمون البرامج، ثقل التأثيرات السياسية، الواقع اللغوي للمدرسين، موطن تخرجهم، إلى غير ذلك من العوامل التي أثرت سلبا على عملية استيعاب الطابع المعرفي والمنهجي للتخصصات الإعلامية والاتصالية في الجامعة الجزائرية.¹

وعمليا، استفادت علوم الإعلام من تبني التعددية السياسية والتعددية الإعلامية بعد أحداث أكتوبر 88، بحيث اتسعت الآفاق أمام المتخصصين وتصوراتهم حول إمكانية أداء وظائف وأدوار إعلامية متعددة تقربهم من الجمهور وتمكنهم من الانفتاح إعلاميا أكثر على الظواهر الاجتماعية التي يعيشها المجتمع الجزائري. هذا ما حاول الأستاذ نصر الدين العياضي توضيحه في بداية التسعينات من خلال تقديم حوصلة تقييمية للرسائل الجامعية المتوفرة آنذاك بقسم الإعلام والاتصال على مستوى الليسانس. فمن خلال تلك العملية، استنتج أن أغلب المذكرات تدخل في تخصص سوسيولوجية الإعلام، ثم تليها البحوث التي تدرس القضايا السياسية في الإعلام بينما لاحظ مدى قلة المواضيع الإعلامية التي تدرس الأنواع الصحفية في وسائل الإعلام وعلاقة تكنولوجيات الإعلام بالمجتمع والإعلام والثقافة... إلخ. وتعود الأسباب الكامنة وراء هذه التوجهات حسبه، إلى طبيعة التكوين الذي يتلقاه الطالب، والمتأثر إلى حد بعيد بالمواد السياسية نتيجة الإدماج بين العلوم السياسية وعلوم الإعلام والاتصال في مرحلة سابقة.²

¹ نفس المصدر السابق، ص ص 27 - 28.

² العياضي نصر الدين، مؤشرات البحث العلمي، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 4، (1990) ص 46.

أما من حيث المنهجية، فقد لاحظ سيادة المنهج التاريخي الذي يتطلب إتباع السرد الزمني للأحداث الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والإعلامية، إلى جانب انتشار المنهج الوصفي الذي يعد من أنسب المناهج وأكثرها واقعية واستخداما في ظل معرفة مسبقة ومعلومات كافية حول ظاهرة ما، هذا إلى جانب الاعتماد الكبير على تقنية تحليل المضمون أو مسح جمهور الوسيلة الإعلامية التي هي بمثابة اتصال غير مباشر بالأفراد من خلال الاكتفاء بالرجوع إلى الوثائق والمقابلات التلفزيونية والصحفية المرتبطة بموضوع الدراسة. وفي نفس الإطار، أكد أن نقائص البحث في علوم الإعلام بشكل عام ما هي إلا جزء من النقائص التي تتخبط فيها العلوم الاجتماعية ككل في الجامعة الجزائرية، إذ يعاني البحث في الإعلام بسبب انفصاله أحيانا عن محيطه، وكذا عدم وضوح الطلب الاجتماعي عليه، وهو ما يفسر حتمية النتائج المترتبة عن وجود هوة بين الجامعة والمجتمع ككل¹.

وعليه، ما يزال البحث في مجال الإعلام في الجزائر عاجزا عن الارتقاء بالعلاقة الوثيقة القائمة بينه وبين الحاجات المجتمعية، رغم كل المساعي التي استهدفت إدخال تحسينات على مستوى التدرج ووما بعده، خاصة في نظام ل.م.د.، علما بأن أطروحة الدكتوراه تبدو مجالا أكثر أهمية لإنجازات معرفية متميزة ومرتبطة بشكل أكبر بما يحتاجه المجتمع في كل التخصصات الإعلامية. وتعبّر مجمل الملاحظات المتوصل إليها في هذا المجال عن الانطباع العام السائد في الوسط الجامعي، والذي يرى استحالة تطوير البحث الإعلامي بسبب

¹ نفس المصدر السابق، ص ص 68 - 69

غياب السياق الذي يتضمن شروط هذا التطور. إن أصحاب هذا الرأي يؤكدون على عدم انتعاش البحث الإعلامي، وعدم وجود برنامج شامل يدفع المؤسسات الإعلامية وغيرها من الهيئات المعنية بقطاع الإعلام والاتصال إلى استثمار نتائج الدراسات التي تتجزئ في الجامعات. للمساهمة بطريقة فعالة في حل المشاكل الإعلامية التي تعاني منها البلاد. أما الاستاد تمار يوسف فإنه يعترف بوجود توجه جديد يختلف عما كان سائدا في السابق في مجال التدريس والبحث في فروع الاعلام، ويتعلق الأمر بانفتاح الإدارة على المؤسسات التي يمكنها الاستفادة من مذكرات التخرج، وخاصة منها تلك التي تتميز بالجدية وبالعلمية بفضل ما تحتويه من مفاهيم أكاديمية واضحة وأساليب إحصائية متطورة، ومناهج متعددة التخصصات... إلخ¹

من جهته، كتب الأستاذ رضوان بوجمعة عن إشكالية الأبحاث الإعلامية والاتصالية في الجامعة الجزائرية، والتي تعاني حسبه من غياب التراكم العلمي والمعرفي اللازم. لقد تحدث عن التوجه الصراعي الذي أرتبط بالاختيارات السياسية التي فرضت على الجامعة، إلى جانب ظروف البحث ومتطلباته وطبيعة المناهج المستخدمة ومشاكل الباحثين، الكثير من الصعوبات الاستيمولوجية - التي تواجهها كل العلوم الاجتماعية في بلادنا.² ومهما كان الموقف المتخذ من وضعية البحث في علوم الاعلام، تبقى المشكلة الأساسية متجسدة في عزل الظاهرة الإعلامية عن سياقها الاجتماعي وغياب الأدوات

¹ تمار يوسف، مذكرات الليسانس حوار نشر في جريدة الجزائر نيوز، 2009

² بوجمعة رضوان، استيمولوجية علوم الاتصال : فهم بنية الاتصال في المجتمع الجزائري، المجلة الجزائرية للاتصال 18 العدد، ص ص 11 - 19

المعرفة الضرورية لتحليلها وفهمها، إلى جانب غياب آليات موضوعية قادرة على تفعيل الحاجة المجتمعية إلى هذه البحوث في الوقت الذي صار فيه الإعلام يتحكم في يوميات الناس والتفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية ومؤسسات المجتمع.