مُراجعة كُتب

فكر الاتصال*

برنار ميـاج

إذا كان عنوان الكتاب يوحي بأن الاتصال ميدان راسخ، فإن المؤلف ومنذ المقدمة يعلن الوضع الملتبس لكل مشروع يطمح إلى إنتاج معرفة حول الاتصال ووظائفه. والحال، فإن علوم الإعلام والاتصال تعطي الانطباع بأنها خليط أو على الأقل بأنها معقدة ومتنوعة. وهذا برأي المؤلف «برنارد مياج» لا يمنع من البحث في تطور وتكون هذه العلوم بهدف تقصي العناصر المشكِّلة لفكر الاتصال من خلال المراحل التي مرّ بها منذ ما يقرب النصف قرن. وينجم التباس هذا الفكر عن كونه منظماً للممارسات العلمية والتأملية والمهنية في آن معاً، وجواباً عن المطالب الصادرة عن الدول والمنظمات الكبرى وملهماً للتغيرات الجارية داخل هذه المنظمات، كما أنه في أصل التغيرات في الممارسات الثقافية ومواكب لها. وهو أيضاً فكر الحداثة ومواكب لها. وغالباً ما يعتبر قيمة بحد ذاته. ولكنه أيضاً عرضة للنقد باسم الدفاع عن الفن أو لنزوعه إلى توليد الإجماع ولما يتضمنه من اقصاءات.

يختار المؤلف لكتابه التسلسل الزمني، فيميِّز في فترة أولى «التيارات المؤسسة» في الأربعينات والخمسينات والستينات، ثم «توسع الإشكاليات» في عقدي السبعينات والثمانينات،

(*) Bernard Miège, La pensée communicationnelle. Paris, PUF.,1995.

مراجعة: سعاد حرب

ويطرح في الجزء الثالث «التساؤلات الراهنة». مقدماً صورة شاملة لواقع فكر الاتصال. ولما كان عمل المؤلف يختص بعرض مراحل هذا الفكر انطلاقاً من منتصف القرن العشرين؛ فإنه يلمّح إلى أصوله الأولى في العهد اليوناني القديم من خلال إشارته إلى العلاقة بين «البلاغة» وفكر الاتصال.

يعالج الجزء الأول من الكتاب التيارات الفكرية التي تعتبر مؤسسة لهذا الفكر ويختصرها في ثلاثة هي: «النموذج التحكمي» و«المقاربة التجريبية ـ الوظائفية لوسائل الإعلام الجماهيرية» و«الطريقة البنيوية وتطبيقاتها الألسنية»(١). هذه التيارات الأساسية لا تزال مؤثرة رغم الإضافات والتشعبات التي عرفها فكر الاتصال في ما بعد.

مع «أبراهام مول» Abraham Moles ستتركز التعريفات الأولى للاتصال، التي تعتمد على أنه أواليات تيسير العلاقات بين البشر، وعلى ظاهرات الترميز وأواليات نقل المضمون، وسينشئ ما سيعرف بأنه الترسيمة القانونية للتواصل» وتشكل من: القناة ـ المرسل ـ المتلقي Canal-Emetteur-Récepteur.

ترمز هذه الترسيمة إلى العلاقات المكان ـ زمانية وتحول الأشكال باستخدام عالم من (كود) مشترك يسمح بتحليل مختلف أنماط الاتصال الممكنة بهدف إرساء تصنيف لأفعال الاتصال. ويهتم المؤلف بالإضافات المتتالية التي تعرضت لها هذه الترسيمة وبالأخص رجع الصدى (الـ «feed-back») مع الإشارة إلى أنه يمكن إرجاع كل الظروف الواقعية إليها. ويرجع الفضل الأساسي في إرساء النموذج التحكمي إلى نوربرت فينر Norbert Wiener الذي ألف مشروعاً يوتوبياً (الإنسان المتصل) «L'Homo communicans»، لمواجهة البربرية الحديثة. يتمحور هدف النموذج التحكمي حول تنمية لغة وتقنيات تسمح بمواجهة أشكال ضبط الاتصالات بشكل عام، وبتصنيفها تبعاً لبعض المفاهيم. ولا يزال هذا النموذج يحتل مكانة مرموقة في التفكير حول الاتصال. ولكن هذا لا يعني، كما يرى مياج «Miège»، تجاهل تيار ظهر في الولايات المتحدة في أربعينات القرن العشرين والمتمثل بـ «المقاربة التجريبية ـ الوظائفية لوسائل الإعلام الجماهيرية».

لهذا التيار سلطة قوية وذلك لعلاقته الوثيقة بوسائل الإعلام الكبيرة، وبمؤسسات ومدارس الصحافة. وتحمل هذه المقاربة في ذاتها مبدأي حرية الإعلام

---

(١) Le Modèle cybernétique; L'approche empirico-fonctionnaliste des médias de masse. La méthode structurale et ses applications linguistiques.

والليبرالية الاقتصادية. مؤسسو هذا التيار هم: بول لازارفلد Paul Lazarfeld، وكارل هوفلاند Carl Hovland، وهارولد لاسويل Harold Lasswell، ويرجع إلى الأخير توصيف «فعل التواصل» «L'action de communication» الذي يتمّ من خلال الإجابة عن الأسئلة: من؟ ماذا يقول؟ بواسطة أي قناة؟ وما هو التأثير؟ وقد شكلت هذه الصيغة برنامج عمل للباحثين. ولكن بعض المفكرين الأوروبيين، شأن تيودور ادورنو Theodor w. Adorno، رفضوها لأسباب إيديولوجية.

وإذا كان ثمة تشابه بين صيغة المقاربة التجريبية ـ الوظائفية وترسيمة النموذج التحكمي، فهناك في الواقع اختلاف أساسي بينهما، إذ تعتمد المقاربة على علاقة سبب/نتيجة التي تدرس دور وسائل الإعلام وأثرها، بينما يهتم النموذج بانتقال المضمون (المعلومات) في مجمل المجتمع. وقد عرفت المقاربة التجريبية ـ الوظائفية عصرها الذهبي في الخمسينات، وفي الستينات تعرضت أعمال هذا الاتجاه إلى التشتت. وقد ساعد على ذلك تميّز المقاربة بليونتها وقدرتها على التطور، واستيعاب التساؤلات الواردة من آفاق مختلفة. ومن الأمثلة على ذلك: إرساء وظيفة «الروزنامة» (agenda-setting) ومفهوم «حلقة الصمت الحلزونية» (spirale du silence) وتحليل «استخدام ومكافآت وسائل الإعلام»...

وينتهي الجزء الأول بعرض لأهمية التيار المؤسس الثالث لفكر الاتصال أي المنهج البنيوي وتطبيقاته الألسنية؛ حيث يحتل الاتصال «la communication» مكانة مرموقة في فكر كلود ليفي ـ شتروس Claude Lévi-Strauss، الذي يرى أن كل مجتمع يقوم على الاتصال على ثلاثة مستويات: تبادل النساء، تبادل الخبرات والخدمات وتبادل الرسائل. ويمكن بالتالي لدراسة أنساق القرابة واللغة والاقتصاد أن تقدم بعض التماثل في ما بينها. ويقترح بالتالي إمكانية تأويل المجتمع بمجمله انطلاقاً من نظرية الاتصال. ومع تأكيد المؤلف بأنه من الصعب تجاوز النقد الذي تعرضت له البنيوية، فإن دورها كان أساسياً في تحليل الرسائل البصرية والسمعية وفي السمع ـ بصري.

بعد عرضه للتيارات المؤسسة لفكر الاتصال، وتشعّب اتجاهاته في الستينات وتعرضه لتغيرات مهمة، يعمد المؤلف في الجزء الثاني من كتابه إلى دراسة توسّع إشكالات هذا الفكر في السبعينات والثمانينات والعائدة إلى التغيرات الاجتماعية الحاصلة التي أخذ الاتصال فيها موقعه. ومع أن الكاتب يركّز على ستة اتجاهات، فإنه يلفت الانتباه إلى أن الواقع أغنى من ذلك بكثير، مؤكداً أن تاريخ الأفكار

وتاريخ الممارسات لا ينفصلان.

أما النظريات التي يعرض لها فهي: اقتصاد الاتصال السياسي (النقدي)؛ البرغماتية؛ إتنية ـ الاتصال، المنهج الإتني وعلم اجتماع التفاعلات الاجتماعية؛ علم اجتماع التقنية والوسائط؛ تلقي الرسائل وتشكل استخدامات وسائل الإعلام؛ «فلسفات» الاتصال(*).

لم يكن الاقتصاديون الكلاسيكيون والكلاسيكيون الجدد يشعرون بالحاجة إلى التفكير في الإعلام. لكن باحثين متأثرين بمدرسة فرانكفورت هم من سيدخل البعد الاقتصادي في دراسة ظاهرات الإعلام والاتصال. ولقد حاولوا انطلاقاً من ماركس أن يقدموا تحليلاً لمصانع الإعلام والثقافة الحديثة، خاصة حول أثر اتجاهاتها المتنامية في أن تكون متعددة القوميات، محاولين توضيح البعد الاقتصادي فيها، من رواد هذا التيار: هربرت أ. شيلر Herbert I. Schiller مؤلف Mass communication and american empire وCommunication and cultural domination ودالاس سميث Dallas Smith الذي يبيّن الوظيفة التي يقدمها الاتصال للرأسمال. ثمة معطيات عديدة يوردها المؤلف تفسّر تأثير هذا التيار، منها عدم شرح السيطرة الثقافية بالرجوع إلى منظور جمالي... وكذلك النقاش الذي أثارته الأونيسكو حول تقرير ماك بريد Mac Brid. ويلاحظ الكاتب، الذي يشير إلى دراسته حول موقع المصانع الثقافية في الرأسمالية المعاصرة، إلى أن إشكالية الاقتصاد السياسي ـ النقدي لا تزال فاعلة ولكن مؤلفيها وآخرين عمدوا إلى إدراج ميادين ونظريات أخرى في مجالاتهم. ويرى المؤلف أن الاتصال يعمد، في مجتمع يخلق باستمرار شروطاً جديدة للإنتاج والاستهلاك، يعمد إلى تسوية العلاقات الاجتماعية المختصة بهذه الشروط. لذلك لا تكفي دراسة وظيفة الجهاز الاتصالي لأن هذا الأخير لا يوجد إلا بفضل تطعيمه بعلاقات أخرى.

أما في ما يخص البرغماتية التي تجد أصلها اللغوي في اللفظ اليوناني praxis، الذي يشير إلى العلاقات بين ذات وأخرى، حيث التفاعلات الاجتماعية وبالأخص العلاقات ما بين الأشخاص هي التي توضح وتبني نشاط الحياة الاجتماعية. فإن

(*) L'économie politique (critique) de la communication; La pragmatique; L'ethnographie de la communication, l'ethnométhodologie et la sociologie des interactions sociales; Les sociologies de la technique et de la médiation; La réception des messages et la formation des usages des médias; Les «philosophies» de la communication.

السؤال الذي يطرحه أعضاء الكلية اللامرئية le collège invisible والمعروفة باسم مدرسة بالو آلتو Palo Alto هو: هل ثمة «قواعد» ليست واعية بالضرورة يستخدمها البشر في العلاقات في ما بينهم؟ وهم يجيبون عن هذا السؤال بالإيجاب، فالاتصال سيرورة اجتماعية تندرج فيه عدة أنماط من السلوك: الكلام والحركة والنظرة والإيماء... إنه كل متكامل. ويندرج نجاح مدرسة بالو آلتو في كونها تعارض النماذج المنتشرة في «الترسيمة القانونية للاتصال» وكذلك الأولوية المعطاة للألسنية في اللغة والكلام في مقاربة الاتصال. ولكن المجال الأساسي للبرغماتية هو الميدان النفساني: أمراض انفصام الشخصية، حيث وجدت تطبيقات لها أكثر من أي مجال آخر. ولا يمكن لها الادعاء بأنها نظرية تفسيرية لكل الاتصالات الإنسانية، إضافة إلى أنها تعرضت لانتقادات مهمة.

وغالباً ما تتمّ المقاربة بين اتجاهات إتنية الاتصال والمنهج الإتني وعلم اجتماع التفاعلات الاجتماعية وبين البرغماتية مع أنه يجب التمييز بينها بدقة سواء على مستوى الطموح النظري أو المقتضيات المنهجية التي تميِّز بينها، رغم الاهتمام المشترك بالميكرو ـ اجتماعي. فإن هدف الأولى يتمحور حول وصف المعطيات الأساسية لواقع تمنع نظريات التلاعب من خلال مقتضياتها بالذات من ملاحظته. أما علم اجتماع التقنية والتوسط فإنه ينتظم في التفكير حول كيفية انتشار تقنيات الاتصال في المجتمع. ومنذ العام ١٩٦٣ وضع إيفرت روجرز Evertte Rogers ما يسمى منذ ذلك الحين «النموذج الانتشاري» ومراحله: (إعلام، إقناع، قرار، تطبيق، تأكيد). سيتعرّض هذا المفهوم للنقد: وسيتمّ توجيه الانتباه إلى علاقة التحركات التقنية والاجتماعية على المدى الطويل. وسيتحوّل التحليل إلى البحث في التطور التقني: كيف نقيّم الوصول التدريجي ولكن الأكيد للتقنيات الرمزية أو التقنيات الفكرية التي ستقود كما يرى جاك اللول Jacques Ellul إلى العبث؟ يبدو أن هذا التيار، علم اجتماع التقنية والتوسط، لم يعط بعد كل ما ينتظر منه والمستقبل أمامه واعد كما يرى المؤلف.

يشكل تلقي الرسائل من قبل المشاهد أو المستعمل أو المستهلك أحد الأبعاد الرئيسية في الاتجاهات الحديثة للتيار التجريبي الوظائفي (تلقي المشاهدين لمسلسل دالاس، مثلاً) بعد أن كان مهملاً في التيارات المؤسسة. وتلقى الآن فكرة «التلقي المفاوض» التي اقترحها ستيوارت هيل Stuart Hall، والتي تفترض أن المتلقين يفككون الرسائل ويغيرون في الوقت عينه الدلالات المفضلة على قاعدة فوائدهم

والممارسات الثقافية التي تلقى قبولهم.

في مختلف أجزاء الكتاب، كما في هذا الفصل يبين المؤلف اختلاف الاهتمامات البحثية حول الاتصال بين الدول الأوروبية في ما بينها، وبينها وبين الولايات المتحدة، مبرزاً توجهات كل دولة. وينطبق هذا في ما يختص بالتوجه الفلسفي للأبحاث حول الإعلام، إذ إن الفلسفة الألمانية المعاصرة تعطي موقعاً أساسياً للاتصال في أطروحاتها. وتبرز في هذا الاتجاه أطروحات يورغين هابرماز Jurgen Habermas بنفوذها العميق لدى الباحثين الذين يدرسون وظيفة وسائل الإعلام في تشكيل الآراء ودوران الأفكار والحياة السياسية، وانتظامها على إيقاع استطلاعات الرأي وإدارة المعلومات، وتطور رؤية هابرماز في البحث في العقل الاتصالي الذي يشكل إسهاماً أساسياً في علوم الاتصال. يبقى أن المهم هو تدعيم مقاربة هابرماز الفلسفية بأعمال تطبيقية اجتماعية وتاريخية. هناك أيضاً الأبحاث التي تستعيد منظوراً بعد ـ هايدغري مثل أعمال بيار ليفي Pierre Lévy ولوسيان سفيز Lucien Sfiz.

يبدو فكر الاتصال في السبعينات أنه قد تعمّق واغتنى بإشكالات جديدة تتعارض فيما بينها، رغم محاولة بعض المفكرين أن يجدوا تمفصلات مشتركة بين نماذج مختلفة.

ويحاول الكاتب في الجزء الأخير من كتابه أن يقدّم أجوبة فكر الاتصال عن الأسئلة الجديدة والمتعددة المطروحة عليه. حيث يناقش خمساً من القضايا المعروضة حول علوم الإعلام والاتصال؛ هذه المسائل هي:

ـ هل يمكن تصور نظرية عامة للإعلام والاتصال؟

ـ هل لا يزال التمييز بين الإعلام والاتصال ملائماً؟

ـ هل صار مجتمع الإعلام أو الاتصال هو أفقنا اليومي؟

ـ هل ترجع ظاهرات الإعلام والاتصال إلى تعدد الميادين أم يجب معالجتها من خلال تداخل الميادين؟

ـ هل يستتبع تطور الإعلام والعلوم المعرفية تغيير المنظور في علوم الإعلام والاتصال؟

عن هذه الأسئلة يقدم مياج أجوبة تأخذ شكل عناوين فرعية للقسم الثالث، فنقرأ:

ـ إن نظرية عامة (حول الإعلام والاتصال) غير محتملة ولا يمكن تصورها. حيث ينتقد تواتر النظريات العامة التي لا يأخذ أصحابها بعين الاعتبار ما سبقهم من نظريات. وتتمثل هذه النظريات في ما قدمه حول «فلسفات» الاتصال، والبرغماتية والمنهج العرافي؛ مع احتفاظه بموقع خاص لريجيس دوبريه Régis Debray ومشروعه الطامح إلى «مديولوجية عامة» «médiologie générale» والذي يتجاهل كل مرجعية إلى الأعمال التاريخية والاجتماعية والدلالية وتاريخ التقنيات. ويلاحق المرئي كونه يضع الرمزي في الصورة موضع الشك مؤدياً بالتالي إلى موت الفن. ويتساءل الكاتب بالتالي، لماذا يوجه دوبريه نظره المجادل نحو سلطة الصورة؟ ولماذا يحتاج إلى تشييد ميدان جديد؟ ويبدو له الجواب صعباً طالما موقع نص دوبريه نفسه ملتبس.

وفي ما يختص بالتساؤل المطروح حول العلاقة بين الاتصال والإعلام يرى أن البعض يعتبر نظرية الإعلام كفصل من نظرية عامة في الاتصال. بينما يميل المحترفون إلى معارضة الاتصال بالإعلام ويجعلون من الأول السبب في كل قصور وانحراف في الإعلام. فريجيس دوبريه، مثلاً، يعتبر أن الاتصال المرئي يؤدي إلى مشاركة عاطفية على حساب المعرفة. فيكتب «الاتصال يطمئن والإعلام يضايق». وينتقد مياج هذه النظرة التي تعطي الأفضلية لطرق الإعلام القديمة، مبيّناً أن كل إعلام لم يبلغ سيلغى إنتاجه تدريجياً. وبالتالي فقد شدّد عدة مؤلفين على التمفصل البنيوي بين الميدانين؛ شأن جان ميريات Jean Meyriat الذي يقول في أحد نصوصه: «الاتصال سيرورة يشكل الإعلام محتواها». ولما كان التعارض بينهما يرجع إلى اعتبارات تقنية، مع الافتراض أن تقنيات الاتصال تؤدي إلى تحريف لا بل تشويه منتوجات الإعلام، فإنه لا يمكن مع ذاك، كما يبيِّن المؤلف، تقليص التغيرات المعاصرة إلى الانتقال من عصر تقني إلى آخر. فثمة تغيرات ثقافية ـ سياسية، وتلك الناجمة عن وظافة الإعلام، وتصنيعه المتنامي، وتمركز تجمعات الاتصال. بناء على ذلك فإن الإعلام والاتصال لا يتعارضان بل يشكل الاتصال امتداداً للإعلام، ولا يمكن الفصل بينهما وكل نقد لأحدهما يشكل نقداً للآخر.

أما في ما يتعلق بمجتمع الإعلام (أو الاتصال)، الذي أدخل منذ ما يقرب الثلاثين عاماً والوثيق الصلة بالحداثة، حيث يغلب الانطباع بأن مجتمع الإعلام سيخلف مجتمع الصناعات الثقيلة، فإن الكاتب يبيِّن تعقّد هذه المسألة حيث يتداخل هذان الميدانان وحيث يتطلب الأمر جهوداً كبيرة للتفكير في اندراجهما في

المجتمعات في نهاية هذا القرن. ويجيب بالتالي أن مجتمع الإعلام (أو الاتصال) غير وارد. وتتحدّد مسألة تداخل الميادين في علوم الإعلام والاتصال بالسؤال حول شرعية هذا الميدان الذي تختلف طرق تنظيم دراسته بين الدول، مبيناً أن هذه العلوم إذا لم تحصل بعد على شرعيتها فإنها في السبيل إليها.

ويشدّد مياج في النقطة الأخيرة من التساؤلات الراهنة، التي يعالجها حول علوم الإعلام والاتصال، على ضرورة التأكيد على خصوصية هذه العلوم، مع أهمية اعتراف العلوم الأخرى بفائدة تداخل الميادين المثمرة للجميع، محدداً نقاطاً أساسية ينبغي لعلوم الإعلام والاتصال أن تعمل عليها إذا ما أريد رسم برنامج عمل لها، ومشيراً إلى أن النقاشات والتساؤلات التي تتعرّض لها علوم الإعلام والاتصال لهي دليل على بلوغ هذه العلوم سن الرشد.

لقد عمد المؤلف إلى رسم شكل فكر الاتصال منذ تياراته المؤسسة التي لا تزال فاعلة إلى اليوم، وحدَّد المقاربات التي أغنته ووسعته والتساؤلات المطروحة عليه وحوله؛ ومنها: «هل يمكن اعتبار فكر الاتصال فكراً منجزاً؟» هل يمكن القبول بأنه فكر «موحَد»؟ ألم يغرق هذا الفكر في أوجهه الأيديولوجية والأسطورية؟ ويجيب بأن فكر الاتصال لا يزال يتطور والتيارات الجارية أو المنتظرة ستؤدي إلى ظهور نظريات جديدة. كما أنه ليس فكراً «موحَداً» وهو غير قابل لاتخاذ هذا المظهر. ولقد عمد الكتاب إلى إبراز هذه النقطة؛ ففكر الاتصال يشكل قاعدة مشتركة؛ وهذا ما يسمح بنمو وتطور الإسهامات النظرية التي تؤدي إلى فهم أفضل للظاهرات الملاحظة.

ويلفت الانتباه أخيراً إلى أن البعض يرى أن فكر الاتصال أيديولوجية، والاتصال تلاعب «ناعم» كونه يتعلق على الأخص بمستوى «المتخيل». وهذا أمر قابل للنقاش بالنسبة إلى المؤلف، مع اعترافه بأن الأيديولوجيات الحديثة قد وجدت في الاتصال أرضاً ملائمة. ويزداد التباس الاتصال مع عولمة الاقتصاد وتعميم الرأسمالية. وينتهي معرفاً الاتصال بأنه «حقل» بالمعنى المحدّد الذي يعطيه إياه بيار بورديو Pierre Bourdieu حيث يساهم فكر الاتصال بفعالية في تشكّل هذا الحقل.

الخطاب الإعلامي لوسائل الإعلام الجماهيرية*

باتريك شارودو

أصبحت وسائل الإعلام ـ الجماهيرية منها بالتحديد ـ جزءاً من بيئتنا يكاد يكون حيوياً، مرتبطاً بالحياة على غرار الماء أو الهواء، مع أنه منطقياً ليس كذلك. نتحفظ عموماً على ما فيها وما تمثله ونذهب أحياناً إلى حد رفضها، ولكننا نأبى مقاطعتها أو، في حالات كثيرة، نعجز عن تلك المقاطعة. العلاقة، إذاً، مبرمة وتحتمل نوعاً من الحتمية. ولعل هذه الحتمية هي التي تجعل من الوسائل رسائل اجتماعية بالمعنى الماكلوهاني.

فعل الوسائل ـ الرسائل، من هذه الزاوية، «جسيم» بما ان حتمية العلاقة تجعله مؤكداً. وعليه، تصبح الدراسة ضرباً من الواجب. هنا عمق المناخ الذي يدفع إلى ازدياد الدراسات في ميدان الإعلام والاتصال عموماً. وفي هذا السياق يندرج بحث باتريك شارودو، أستاذ علوم «الخطاب» (Sciences du Langage) في جامعة باريس الثامنة، حول «الخطاب الإعلامي لوسائل الإعلام، بناء المرآة الاجتماعية».

يحدِّد الباحث إطار تفكيره بالمنطق الرمزي «الذي يُعنى بالطريقة التي يُنظم فيها الأفراد التبادل الاجتماعي، والتي يبنون عبرها رؤيتهم للقيم المرتكزة إليها ممارستهم». الحقل البحثي

(*) Patrick Charaudeau, **Le discours d'information médiatique - La construction du miroir social**, Paris, INA, Nathan, 1997.

مراجعة: أحمد زين الدين

هو، بكلام آخر، ذلك الذي «تُنتَج فيه المعاني» الاجتماعية. وفق هذا المنطق، يصبح الخطاب الإعلامي محور البحث.

ولكن المعالجة هنا ليست سهلة، كما يكتب شارودو، بل تفتح الباب على إشكالية معقدة ترتبط بمفهوم الخطاب نفسه، باعتباره أداة تحوير أو تحريك (manipulation). إن تحليل الخطاب الإعلامي للوسائل أصعب بكثير من تحليل الخطاب السياسي مثلاً. هذا الأخير يرتبط بفكرة السلطة وتالياً بفكرة التحريك، في حين أن الوسائل الإعلامية تدّعي أن موقعها مضاد للسلطة والتحريك، ولكنها، في الوقت عينه، أداة يستخدمها السياسي لتحريك الرأي العام، وهي أيضاً «سلطة رابعة»، فضلاً عن كونها ذات قدرة على الأسر.

هذه الصعوبة بقدر ما تعقد البحث تزيده أهمية، لأن الخطاب الإعلامي للوسائل ـ الجماهيرية ـ يقع في صلب منظومة الترميز الاجتماعي التي يعطيها الباحث سطوة لا تقل فعلاً عن البعدين الاقتصادي والتكنولوجي لحياة الوسائل. والرمزي، أو الترميزي، كما يكتب، يتمثّل في «تلك الآلة التي تُحيي (fait vivre) المجموعات الاجتماعية، وهو أيضاً ذلك الشاهد على الطريقة التي ينظم فيها الأفراد، أولئك المخلوقات الجماعية، المعنى الاجتماعي عبر بناء منظومة قيمية».

بالنسبة إليه، فإن دور الباحث في العلوم الإنسانية يتمثّل في وصف الآليات التي تتحكّم بالرمزي أو الترميزي والأشكال التي تُظهره. هكذا، بكلام آخر، يحدِّد مهمته في البحث موضوع الكتاب ويحدد، في الوقت عينه، الصلاحية السببية للدراسة.

غرض البحث يتجاوز، إذاً، تحديد الرموز التي يحملها الخطاب الإعلامي للوسائل الجماهيرية، إلى اكتشاف آليات تشكُّلها وصولاً إلى الإضاءة على جانب مهم من طرق تكوُّن المعنى الاجتماعي ـ القيمي. عليه، فإن البحث يتعدّى تحليل المضمون، بل يبتعد عنه بصورة شبه كلية، إلى النظر في العوامل ذات التأثير في تكوينه، بل في تلك التي تضفي عليه، إشكالياً، الأهمية التأثيرية الاجتماعية. بكلام آخر، إن أهمية خطاب الوسائل، من زاوية فعله الاجتماعي، لا تكمن فيه بذاته، وإنما بالمسلمات المرتبطة به، على غرار: الوسائل الإعلامية سلطة ذات فعل محرك... في عرضه لمحاور الدراسة، يعتبر الباحث تلك المسلّمات ـ أو ما نعتقده كذلك ـ فرضيات تستحق التمحيص:

ـ هل الوسائل الإعلامية سلطة؟ ليس بالضرورة، يقول الباحث، إذ إن السلطة

عبارة عن هيئة لها قواعد ووسائل ضبط، بينما لا قواعد تحكم التصرف في الوسائل، بل، على العكس، ترفض الوسائل فكرة الضوابط، فمن أين إذاً تأتيها صفة السلطة؟

ـ هل للوسائل تأثير تحريكي؟ تُحرِّك وتحرَّك في آن. هاجس الوسائل الوصول إلى العدد الأكبر ـ الوطني بل العالمي الآن ـ وهو مرتبط بديمومتها لعلاقته باقتصادياتها. ولكن الوصول إلى العدد الأكبر يفترض بعداً ترويجياً هو في عمقه تحريك توضع له وسائل وأنماط. العكس صحيح أيضاً، فالعدد الأكبر متحرِّك المزاج والمشاعر يُحرِّك الوسائل للّحاق به.

ـ هل الوسائل تنقل أم تبني؟ الوسائل لا تكتفي بنقل ما يحصل في المجال العام وإنما تبني مما يحدث في ذلك المجال رؤية تفرضها عليه. حتى الصورة المتلفزة تحتمل الضبابية (حرب الخليج، أحداث رومانيا...). الوسائل تعطينا رؤيتها الخاصة لما يحصل وهي رؤية تتلاءم مع أهدافها. بذلك تصبح مرآة ولكنها مرآة تحوِّر الصورة.

تأسيساً على ذلك، يرى الباحث أن وسائل الإعلام (صحافة، إذاعة، تلفزيون بالتحديد) محكومة بمنطق مزدوج: منطق اقتصادي تتصرف وفقه كل وسيلة على أساس أنها مؤسسة توفر منتجاً ذا قيمة استهلاكية؛ ومنطق ترميزي تُعتبر وفقه كل وسيلة آلة منتجة للرموز التي تندرج ضمن النشاط الإنساني الخاص ببناء المعنى الاجتماعي. التحليل يمكن أن يذهب إذاً في اتجاهات متعددة بحسب وجهة النظر المختارة، ولكن أخذ المنطقين معاً في عين الاعتبار يولّد مجموعة أسئلة: هل من علاقة بينهما؟ ما هي طبيعتها؟ أي منطق يحكم أو يسيطر؟... أسئلة تمثل، مجموعةً، عصب إشكالية البحث التي تصطدم في عملية التمحيص، كما جميع دراسات علوم الإعلام والاتصال حتى الآن، بصعوبة تحديد الإطار النظري، نظراً للتفرعات المتعددة لتلك العلوم. وعليه، منهجياً، يصبح تعدد الاختصاصات (multidisciplinarité)، كما في غير بحث إعلامي، هو المنهج المعتمد، طالما أن مناقشة الأفكار، كما يكتب شارودو، «غير ممكنة من دون مرجعتها إلى أطر فكرية».

هدف البحث، كما يحدّد الباحث، هو في النتيجة «اكتشاف آليات بناء المعنى الاجتماعي وخصوصاً للآلة الإعلامية، عبر ملاحظة الظواهر الخطابية (langagiers)». ولكن أين يكمن بناء المعنى الاجتماعي من خلال الآلة المذكورة؟ جواباً، يحدِّد الباحث «أماكن ملاءمة» للموضوع.

في تحديده لتلك الأماكن، يسترجع الباحث النظرية الأولية للاتصال (مرسل، متلقٍّ وبعض الضجّة على الطريق) ولكنه يعتبرها، في مفهومها السائد، مفرطة في التبسيط. بالنسبة إليه، كل فعل اتصالي هو تبادل بين هيئتين واحدة معبّرة وأخرى متلقية، فيما معنى الفعل يرتبط بعلاقة النوايا بين الهيئتين. انطلاقاً من هنا، يحدد ثلاثة أماكن للملاءمة: مكان وجود الهيئة المعبرة ويسميه مكان شروط الإنتاج (الوسيلة كمؤسسة)، مكان وجود الهيئة المتلقية ويسميه مكان شروط التأويل (الجمهور ـ الهدف) وأخيراً مكان بناء الخطاب (حيث تصاغ الرسالة الإعلامية).

طوال أقسام الكتاب الأربعة (١٤ فصلاً)، يغوص الباحث في تلك الأماكن ملاحقاً أنماط العمل وشروطه والمؤثرات، واضعاً في كل مرة خطاً موازياً بين الوقائع والاستنتاجات، ليخلص إلى نتيجة محورية مفادها أن الوسائل الإعلامية الجماهيرية صلبة وهشّة في آن لأن الهيئة التي تمثلها هي، في آن أيضاً، محرِّكة ومحرَّكة.

الوسائل الإعلامية محرِّكة (بكسر الراء) ولكن ليس دائماً بصورة مقصودة، لأن تأثيرها التلاعبي غير مباشر. ذلك أن فعل وسائل الإعلام على الرأي العام لا يأتي من نقل المعلومة أو من طريقة تحليل مشكلة ما، بقدر ما يأتي من إظهار المشكلة في جو إيهامي إعلامي، ومن الظهور شبه السحري لما يسمى عملية الأحدثة (التحويل إلى حدث) أو الأعلَمة (التحويل إلى إعلامي). والحال هذه، لا يمكن القول إن الآلة الإعلامية تحوِّر المعلومة، تخلق الشائعة، تضخمها أو تكذب، لأنها تخلق حدثها الخاص. ولكنها هكذا تفلت من تهمة التحوير لتقع في ما هو أخطر منها: التعمية (désinformation)، لأن «حدثها الخاص» يُقدم على أنه حصل في المجال العام. إلا أن التعمية ما كانت لتحصل لولا وجود المجال العام والمعلومة الخام. العلاقة إذاً جدلية وغير محسومة الطبيعة وبالتالي، كحل، يمكن القول، أو هكذا يوحي الباحث، إن الوسائل محرِّكة محدودة القدرة لحاجتها إلى هيئة خارجية عنها، بدليل أنها تقع في المطب عندما تصلها معلومة خاطئة ومغلّفة «بكل مقومات الحقيقة». هكذا حصل مثلاً إبان حرب الخليج.

على أن الوسائل محرَّكة (بفتح الراء) بفعل نوعين من الضغط: خارجي وداخلي. النوع الأول يتمثّل في الأحداث التي تفرض نفسها على الوسائل، بما ينزع عنها صفة الهيئة الفارضة للأجندة الإعلامية على المتلقين. فالأحداث كالمسامير التي تدقّ بعضها فوق بعض يطرد أحدها الآخر. هامش الوسائل هنا ضيق بفعل المنافسة

التجارية والتسابق على الجمهور. السلطة السياسية تعتبر في هذا السياق، فاعلاً أساسياً، إذ حتى عندما تعرف الوسائل مثلاً أن موقفاً أو تصريحاً ما من قبل هذا السياسي أو ذاك لا يتعدّى كونه فعلاً تكتيكياً، فإنها مجبرة على نقله.

أما النوع الثاني من الضغط فيقع في شقين: الأول يرتبط بما تمثله الهيئة المعبرة في نظر نفسها وتُسقطه على ما تقدمه. ويتجسّد ذلك التمثيل في التركيز على المشاعر على حساب العقل في جو من مجاراة القيم والمعتقدات العليا للـ «نحن الاجتماعي». ويتجسّد أيضاً على مستوى التزام الوسائل: لا التزام سياسياً مقابل التزام أخلاقي ـ اجتماعي.

الشق الثاني في الضغط يرتبط بأدوات وتقنيات إنتاج الرسالة التي، مدفوعة بهاجس الوضوح و«المسْرحة»، باتت تبني رؤية «هَوَسيّة» ودراماتيكية للمجال العام، إلى حد لا نعرف معه أحياناً إذا كنا في عالم الواقع أو في عالم الخيال. يتجلّى ذلك في العناوين (صحافة، إذاعة). وفي السيناريو (تلفزيون). أما الحوادث «الإعلامية»، فلا تتعدى إعطاء الانطباع بتنوير الرأي العام.

كل هذا يعيق الآلة الإعلامية في طموحها الإعلامي، إذ إن الوسائل، وفق «عقدها الاتصالي»، تعيش تحت تأثير مزدوج: الصدقية الديمقراطية وعنصر الجذب. ولكن الميزان يميل إلى هذا العنصر الأخير، وتالياً يصبح الصحافي أسير آلة محرِّكة هي في النتيجة الآلة الاقتصادية.

بكلام آخر، كأن البحث يعيدنا إلى نقطة البداية لجهة مدى الثقة الممكنة بالوسائل الإعلامية، بل لجهة ضررها المؤكد على المجال العام وبالتحديد على اللعبة الديمقراطية.

هل يكمن الحل في «الأخلاقيات»، أي تلك القواعد التي ترتضيها لنفسها هيئة ما؟ جواباً، يذكر الباحث بشروط الأخلاقيات في الجسم الاجتماعي وهي ثلاثة: إرادة الأخلاقيات من قبل الجسم المعني، وضع القواعد لاحترامها وإيجاد أدوات الضبط والمراقبة. هذا الشرط الأخير غير موجود في الإعلام، بل إن خرق القواعد يكون أحياناً «ربحياً» خصوصاً إذا كان الخرق تحت ستار «حمل قضية».

عليه، هل قول الحقيقة في الإعلام ممكن؟ هل الإعلام الموضوعي مستحيل؟ يمكن للخطاب الإعلامي، كما يقول الباحث، أن يؤثر إيجابياً في الديمقراطية ولكن بشروط ترتبط بوعي حدود الآلة الإعلامية. ومن هذه الشروط التواضع (الوسائل

ليست الديمقراطية خلافاً لما تدعيه)، الشجاعة (الاعتراف بصعوبة ضبط الجمهور) والإبداعية» (قبول فكرة ضبابية الوسائل).

الأخلاقية تكمن هنا في رفض تقديم الخيالي على أنه واقعي لأنه «كثيف المراجع» العائدة للآلة وما يتحكّم بها. فخطاب الوسائل يختص ببناء قصة انطلاقاً من المجال العام ولكنها صورة خاصة به يعيدها إلى ذلك المجال «ممرجعة». هذا لا يمنعه من إنتاج تأثير ديمقراطي أحياناً، خصوصاً عندما يرتبط الأمر بالكشف عن مخالفات أو فساد...

المؤكد في النتيجة أن الوسائل الإعلامية لا تحمل معرفة بقدر ما تخلق فضولاً، ولهذا، يقول الباحث، نحن أمام آلة سحرية لتغذية المحادثة بين الكائنات التي تعيش في المجموعات. هنا يكمن عمق نظرية «العقد الاتصالي» التي يخلص إليها شارودو والتي تفترض، في نظره، إمكانية تحديد أخلاقيات ترتبط بمسؤولية «الخطاب الوسائلي» (discours mediatique)، وتندرج في إطار وظيفي واضح للفعل والتأثير. هي نظرية تسمح خصوصاً بالتخلص من فكرة أن خطاب الوسائل له قدرة تحريكية فائقة.

على مستوانا، يضعنا الباحث مجدداً، من دون أن يقصد بالطبع، أمام مسؤوليتنا في ميدان الإعلام والاتصال. متى نغوص في دراسات وأبحاث بهذا المستوى وتكون نابعة من إشكالياتنا الخاصة أي المرتبطة بمناخاتنا؟ ذلك أن بحثنا كبحث شارودو ينيرنا كمتخصصين جزئياً، لأنه ينير حول بيئة لا تتطابق إلا قليلاً مع بيئتنا كباحثين عرب. ربما كان علينا، لفهمه أكثر، كما لفهم الكثير من الأبحاث المماثلة، وتالياً لتعميم الفائدة من الفهم، أن نبحث أولاً في مدى تلك المطابقة.

عولمة الاتصال*

أرمون ماتلار

مراجعة: إياد عبيد

«تعمل شبكات الاتصال في الزمن الحقيقي (temps réel) على قولبة طريقة تنظيم الكوكب الأرضي ويعمل هذا الكتاب على تسجيل الحقبة الجديدة من الانفتاح على العالم، حيث تاريخ الأشكال الاجتماعية ومسارات التدويل (internationalisation) قد تجسّدت على مدار الزمن. إن نقاط الالتقاء والتقاطع المعممة للاقتصاديات وللمجتمعات، هي في الواقع نقطة الوصول إلى حركة باتجاه الاندماج العالمي الذي بدأ مع نهاية القرن التاسع عشر».

هذا ما جاء في مقدمة كتاب عولمة الاتصال لمؤلفه أرمون ماتلار، الصادر عن دار النشر الجامعي في فرنسا p.u.f ضمن سلسلة «ماذا أعرف»، «Que sais - je?» في آذار ١٩٩٨. قسم كتابه إلى سبعة فصول، معنوناً الفصل الأول بالشبكات العالمية وجاء فيه أن عالمية الاتصال هي بنت محورين عالميين، الأنوار والليبرالية.. وأن الاتصالات العالمية تطوف مع الوطنية الحديثة التي أوجدت الأرض الوطنية كأساس لسيادة المجموعة الوطنية المزعومة. إن سيل التنوير واختراع الاتصال كمثال يحتذى وُضِع تحت شعار الحداثة للمجتمعات الإنسانية. إنه نتاج الإيمان بالمستقبل. عليه كان لا بدّ من تثوير

(*) Armand Mattelart, **La mondialisation de la communication**, Paris Que sais-je, P.U.F., 1996.

اللغة وجعلها الأداة العالمية للاتصال. ومن خلال وضع العلاقات الحقوقية لتسييل العملات وانتقال الممتلكات وضعت الهوية الوطنية وحددت، وجهد من أجل عولمتها في الوقت نفسه. جاء اختراع التلغراف المرئي من قبل الأخوين شاب ليساهم في خلق هذه اللغة المشفرة من جهة، ويدعم عولمة النظام المتري الذي أدخل التقسيمات العشرية على العملة والذي اعتمد لاحقاً في الولايات المتحدة.

المواقع المتقدمة للتبادل الحر حيث يؤشر الكاتب للتقسيم الدولي للعمل، ويرى مع آدم سميث مؤسس الاقتصاد الكلاسيكي، أن **التاجر هو مواطن العالم.** أما جان ستيوارت فيقول: **الإنتاج هو الحركة.** وهنا كانت سيادة قاعدة التبادل الحر في النصف الثاني من القرن التاسع عشر. وسادت معها حركة الكفاح من أجل إلغاء **الضرائب على المعرفة** والتي كانت تشكّل عقبة في وجه الصحافة الحرة. بعدها جاءت عملية الربط الموحد للفضاء ولتدفق المعلومات من خلال التلغراف الكهربائي مما أدى إلى خلق الاتحاد العالمي للتلغراف.

إن التطور الصناعي في ميادين الاتصالات والمواصلات استمر بالإسهام في هذا الميدان ولا سيما شبكات سكك الحديد التي ربطت أوروبا بعضها ببعض لتعود فتعممها على العالم حيث مواقع التبادل التجاري.

هذا التطور الهائل في الاتصالات جعل من بريطانيا **اقتصاد العالم** كما يشير المؤرخ فرناند بروديل. وكان الكابل البحري الذي دشن في بادئ الأمر عام ١٨٥١ بين كالا في دوفر وباريس مع الساحة المالية في لندن.

يستمر التطور العلمي حين يعلن ماركوني عام ١٩٠١ عن افتتاح عصر الاتصالات الإذاعية عبر الأطلسي، وإعلان ولادة الاتحاد العالمي الإذاعي ـ التلغرافي عام ١٩٠٦.

نشير هنا إلى أن التطور في الاتصالات والجيوبوليتيك الاتصالي وعمليات الرقابة عليه، دخل في أزمات وتواترات وطنية وعالمية بين قوى النفوذ العالمية. مما ولّد أفكاراً إنسانية قادها سان سيمون عن التوزيع غير العادل للثروات بين القوى المتحكمة والقوى المتحكم بها. نشير أخيراً في هذا الفصل المخصص للتطور التكنولوجي وتأثيره على العولمة، إلى أن شبكات الربط الكهربائي بين الريف والمدن وبين الدول المجاورة أدى إلى خلق ما سمي **بالثورة الصامتة على قاعدة تدفق النمو وخلق المجتمع الأفقي الشفاف.**

الفصل الثاني عنونه **بالصناعة الثقافية** وجاء في مقدمته: «ابتكر القرن التاسع عشر الأخبار والمثال الأعلى للحظة الخبرية. وما بين عام ١٨٣٠ و١٨٥٠ ولدت وكالات الأنباء الكبرى لتظهر تالياً الكتابات الخبرية على المستوى الجماهيري. وقبيل انفجار الحرب العالمية الأولى كانت مصانع الأفلام والموسيقى تظهر قدراتها العليا في التصدير». مما أدى إلى خلق مثلث عالمي فضائي للتأثير في سوق المعلومات بحسب المصالح الجيوبوليتيكية.

إن الحاجة للإعلام الاستراتيجي القائم على الملاحظة وتحليل السوق العالمية وسعت التوجه نحو تصنيع الثقافة، لنقل الأدب الشعبي المنتمي إلى ثقافات مختلفة بغية خلق شعور عالمي حقيقي. ثم كانت بعدها الرسوم المتحركة، لتبدأ بعدها عالمية الاتصالات بالصوت وبالصورة المتحركة.

إن مجيء الصحافة الموجهة إلى الجمهور الواسع ثبتت النقاش حول ظهور ديموقراطية الرأي. هنا نثبت موقف غوستاف لوبون في كتابه **سايكولوجية الجماهير**، وغابريل تراد في كتابه **الرأي والجمهور**: «**إن الصحافة هي الإسفنجة الماصة للإعلام المنتشر في كل نقاط الكرة الأرضية**».

إذن لا بدّ من الإشارة إلى الصحافة الكاثوليكية التبشيرية التي انتشرت في أكثر بلدان العالم. هذا وإن الحاجة إلى التداخل في العلاقات بين الأمم سهلت من جعل العلم كمجتمع تأميني ضخم ودفعت به نحو التوحيد الثقافي. من هنا فإن أمم العالم في العام ٢٠٠٠ تحتاج أكثر من أي وقت مضى إلى استخدام لغتين على الأقل.

في موضوعة الدعاية، التي خصص لها الفصل الثالث بعنوان **استخدام الدعاية**، يرى الكاتب أن الحرب العالمية الأولى أعطت للدعاية ألقها، حيث بدأت عمليات إدارة رأي الجماهير التي دخلت في حرب إعلامية مماثلة للحرب السياسية والاقتصادية والأيديولوجية. غير أن ما وسّع المفاهيم الدعائية والإعلانية هو ظهور العلاقات الثقافية الدولية والتسويق الثقافي العالمي. هنا رأينا الصعود الكبير للولايات المتحدة التي امتشقت حسام سلطة الاتصالات بقوة، وكان طيف هوليوود يحوم في الأسواق العالمية، حيث الأفلام الأمريكية كانت تأخذ الصدارة والمرتبة الأولى في كل أنحاء العالم وخاصة في أوروبا. وتجدر الإشارة إلى أن صناعة السينما الأمريكية تتمحور حول خمس مؤسسات كبرى وهي: (**بارامونت، متروغولدين ماير، 20th سونتوري فوكس، وارنر، RKO**). ولقد عمد الكثير من دول العالم وخاصة فرنسا إلى حماية صناعتها السينمائية من دون أن تتمكن من النجاح المطلوب. هذا الأمر

أدى إلى الأمركة وأزمة الحضارة. لقد شعر بعض المفكرين في الدول الثقافية العريقة باعتداء هذه الأمركة عليهم.

إن ما عزز عولمة الثقافة هو ظهور عولمة الموجات. لقد عزز الراديو استراتيجيات عولمة الدعاية الحكومية. وكان في مقدمة الدول، في هذا المجال، الاتحاد السوفياتي، الذي افتتح منذ ١٩٢٩ موجات إذاعية منتظمة بالألمانية والفرنسية وفي عام ١٩٣٠ باللغتين الإنكليزية والهولندية.

الولايات المتحدة من جهتها بدأت في شباط ١٩٤٢ بإنشاء إذاعة رسمية هي صوت أمريكا. أنيطت مهمة الدعاية بمكتب الإعلام الحربي المولج بالدعاية المفتوحة، وبمكتب الخدمات الاستراتيجية المولج بالدعاية الخفية. هذا، وقاد سيناريو الحرب الباردة إلى مفهوم دعائي للاتصال. إنه يوجه أشكال نصب النظم للأقمار الصناعية باتجاه خلق ثنائية إعلامية توجه الشرق والغرب بأطروحاتهما الأيديولوجية والسياسية نحو العالم الثالث.

لقد غدا الاتصال الإعلامي، في عملية الكفاح ضد التخلف، مرادفاً للتحديث.

هذا ما جاء في مقدمة الفصل الرابع الذي عنون بـ «**الثنائية الجيوبوليتيكية للتكنولوجيات**». إن التسارع في الغزو الفضائي الإعلامي عبر الموجات الأثيرية دفع إلى إيجاد المواد الإعلامية الهادفة إلى غزو القلوب والعقول من جهة وإلى خلق المجمعات العسكرية الصناعية ضمن ضرورة الدفاع ضد التهديدات الخارجية. وما ذلك إلاّ من أجل إدماج العالم الثالث. إن النقاط الأربع للرئيس ترومان، الهادفة إلى تنمية العالم، استعملت «**الاتصال من أجل التنمية**». وهكذا فإن استخدام الراديو كأداة تحررية للعالم الثالث ظهر بقوة عند حركات التحرير الوطنية مثل «**صوت العرب**» الذي أسسه جمال عبد الناصر عام ١٩٥٣ وصوت الجزائر المجاهدة عام ١٩٥٦ الذي كان يبث عبر تونس.

لقد عملت التطورات الصناعية والتقنية في الإعلام والاتصال على كسر احتكار التقوقع الحكومي للدول.

وبدأ التداخل الاقتصادي للعالم يظهر جلياً، لتلبية حاجات الدول المصنعة والدول المستوردة. وبدأت علاقات القوة والوساطات الوطنية تتنازع من خلال ظهور التوسعية في شبكات الإعلان المروجة لسلعها. وإذا كان مشروع مارشال قد سمح لأوروبا بالعودة إلى النمو والازدهار إلاّ أنه كان حصان طروادة في عملية أمركة المجتمع.

وبغية الوقوف في وجه هذا الزحف الإعلامي الأمريكي أوجدت فرنسا لنفسها استراتيجية تقوم على صمود ومقاومة المؤسسات الإعلامية ولا سيما في السينما الفرنسية. هذه النزعة تطورت وأدت إلى إيجاد صحوة ضمير عالمية، تبحث عن نظام دولي جديد للإعلام والاتصال. ففي السبعينات وعلى الأخص مع المؤتمر الرابع لقمة دول عدم الانحياز المنعقد في الجزائر عام ١٩٧٣ جاءت الفكرة الرئيسية في هذا المجال، أي إيجاد نظام عالمي إعلامي جديد. ثم كانت المناقشات الحامية بغية تنفيذ هذا الأمر في أروقة منظمة اليونسكو التي تعمل على حماية الثقافات العالمية. كل ذلك من أجل مكافحة الإمبريالية الثقافية ولمحوآثار السيطرة والتبادل غير العادل ما بين المركز والمحيط.

إلاّ أن الكاتب في الفصل الخامس يجد أن الأزمة هنا تكمن في تراجع السياسات الثقافية في أوروبا والتحدي التقني في الاتصالات الذي يعاني منه العالم الثالث. غير أن هذا الأمر لم يمنع قوى التحكم بالاتصالات من التوجه نحو «**المجتمع الكوني**» إلى حد الوصول إلى «**القرية الكونية**» والتي كان أداتها التلفزيون والثورة الثقافية والسياسية التي أحدثها. إنها **الثورة التكنوإلتكرونية**، حيث وسائل الإعلام والاتصال غدت الترياق الشافي.

الفصل السادس خصص «**للعولمة وشبكات الاقتصاد عبر العالم**». تتضمن العولمة مفاهيم اقتصادية من خلال إيجاد المواقع المتقدمة **الجيومالية**. حيث الفضاء المالي يطبع ديناميكيته باقتصاد تسيطر عليه حركات خفية لرؤوس أموال تتطور في ظروف تتميّز بالسخونة الدائمة. هذا الأمر أدى إلى خلق فلسفة للشركات. **العمولة هي أولاً نموذج لإدارة الشركات، حيث الأخيرة ليست سوى إجابة للتنافس العالمي. العولمة هي المؤشر لقراءة العالم الخاص بالإدارة المالية والتجارية والتسويق.**

هذا المفهوم التجاري هو من صلب عمل أجهزة الإعلام العالمية القادرة على التنافسية والمتتبعة لخطى العولمة والمتعولمة.

المثال الأسطع على ذلك هو خلق سوق موحدة للصور اعتبر المحك **لثقافة تسمى عولمية.**

إن خلق شبكات الاتصال الإعلامية المتعولمة قد خلخلت القوانين المنظمة للإعلام والاتصال محلياً. لقد قادت الولايات المتحدة عمليات الضغط على أوروبا من أجل خلخلة هذه القوانين المحلية. وإن الرئيس الأمريكي بيل كلينتون أدخل في تموز

١٩٩٧ قاعدة ليبرالية بالمطلق تخص الإنترنيت مقترحاً عمل تجارة إليكترونية تؤول إلى خلق منطقة عالمية للتبادل الحر، وتفسح في المجال أمام التنظيم الإعلامي الخاص والذاتي الذي ينجم عنها. إنها حرية التعبير التجاري القائمة على مقولة «دعوا الناس تشاهد ما تريد، دعوا الأحرار يقيمون ما يشاهدون»: «السيادة المطلقة هي للمستهلكين». حتى الحروب التي يرى الكاتب بأنها ستكون حروباً كونية شاملة، هي حروب الاتصالات. وليس أدل على ذلك ما حصل في حرب التحالف الدولي الذي قادته الولايات المتحدة ضد العراق (١٩٩٠ ـ ١٩٩١). حيث عمدت القوات العسكرية الأمريكية إلى فرض السيطرة والرقابة على أجهزة الاتصالات. كما أن كل الرسائل الإعلامية كانت تبث عبر البوابة الإعلامية الحربية الأمريكية.

«التصدع: نحو نقد العولمة»: بهذا العنوان خصص الكاتب فصله السابع والأخير مستهلاً بعبارة لألبير كامو: عدم تسمية الأشياء بمسمياتها، هو إضافة شر إلى العالم».

العولمة هي من الكلمات المفخخة، التي تشكّل جزءاً من المفاهيم القياسية، والتي تتطبع لتصبح حالة ضرورية من أجل إقامة اتصال بين مواطنين من ثقافات مختلفة، وكل ذلك تحت تاثير منطق السوق لا إرادة المواطنين.

هذا الأمر أدى إلى خلق خارطة جديدة من اللاعدالة في توزيع الاتصالات الإعلامية في العالم وإلى انحراف التدفق العلمي للإعلام عن مجاله الحيوي. وكل ذلك أدى إلى خلق تباين واضح بين الدول والمجموعات الاجتماعية. وإلى خلق شبكات طفيلية، يسميها الجيوبوليتيكيون «بالجبهات الكونية الجديدة للفوضى» و «فضاءات الظل» و مضادات العوالم». التي تولد شبكات النصب والاحتيال الإلكتروني، جبهات الأصولية، جبهات الملل والنحل... جبهات متفجرة مساعدة للفوضى العالمية.

وستؤدي هذه العالمية أو العولمة إلى خلق حدود الثقافة الأحادية، التي ستكون ضريبة التبادل الحر وتشكيل التجمعات الاقتصادية الكبرى.

من جهة أخرى فإن العولمة، ودائماً بحسب الكاتب، وإن كانت مركب الثقافة المعاصرة، فهي ليست المنطق الوحيد القادر على تشكيل مصائر الكوكب الأرضي، مما يؤشر إلى تفكك وانحلال القرية الكونية لأن العالم يشهد بالمقابل ومنذ الثمانينات تفككاً وإعادة تشكيل للهويات الاجتماعية والثقافية، مع وجود

أنتروبولوجيا ومعاصرة جديدة تخلطان بين الثقافات وتخلقان تحت شعار «حروب الحضارات»، اضطرابات وحروباً ثقافية بين الأديان الممثلة لأممها. وعليه لا بدّ من التوجه نحو كوزموبوليتية ديموقراطية جديدة. هذا وإن أجهزة الإعلام والاتصال الإقناعية توجب التفكير بخلق ديموقراطية تشاركية بين دول العالم مما يؤدي إلى خلق مجتمع مدني عالمي.

هذا المجتمع العالمي يكون للمنظمات العالمية غير الحكومية الدور الأكثر فعالية فيه. أخيراً وبحسب الكاتب المكسيكي كارلوس مونسيفاز «فإن العولمة تعني أن ليس لدينا أن نقول إننا آسفون». إنها رمز للمسار العام للانعتاق من الأنسنة الشخصية والانعتاق من القومية. العلاقة العالمية أو المتعولمة تفرغ العالم من أقطابه الاجتماعيين.

وعلى امتداد مسارها بقيت العولمة ورقة رابحة وخطراً. يقول إدغار مورين: إن أملنا يجب أن يتخلى عن الخلاص. من أجل ذلك إنني أفضل الحديث عن أمل ماساوي».

في ختام القول لا بد من التنويه بأن المؤلف عمل على عرض مكثف، يتلاءم وطبيعة كتابه القائم على التوثيق المعرفي، للمعلومات الخاصة بالعولمة ولطبيعتها وكيفية نشوئها، والأسباب السياسية العالمية التي أدت إلى المناداة بها، ولا سيما بعد سقوط الاتحاد السوفياتي والعودة إلى الأحادية القطبية بكل ما تمثله من فلسفة سياسية وفلسفة اجتماع وفلسفة معرفة.

غير أن الكاتب لم يتوقف عند هذه الدوافع بل غاص عميقاً بالمؤثرات التاريخية المسوِّقة للعولمة منذ بدء الثورة الصناعية ومؤثراتها الاقتصادية والمالية على العالم.

لقد استفاض بالعرض للتطورات التقنية وثورة التكنولوجيا الخاصة بالاتصالات، التي أدت إلى ربط العالم بعضه ببعض محولة إياه إلى قرية كونية.

كل ذلك ضمن الإطار الذي يسمح به هكذا بحث في سلسلة «ماذا أعرف؟» القائمة على تسهيل المعرفة وتوزيعها.

باختصار شديد إن أرمون ماتلار وضع نواة عمل تتفرع عنه مؤلفات عديدة في معرفة العولمة وأدواتها التسويقية، عنيت وسائل الاتصال.

وسائل الإعلام، التكنولوجيا والمجتمع
تاريخ من التلغراف إلى الانترنت

بريان وينستون*

مراجعة: عماد بشير

يقسم إيفيريت روجرز[1] التاريخ الخاص بتطور طرق الاتصال البشري إلى أربع حقبات. الحقبة الأولى سادت فيها طرق اتصال تعتمد الكتابة اليدوية ويعود تاريخها إلى القرن الرابع قبل الميلاد وبدأت مع السومريين. الحقبة الثانية نمت فيها طرق اتصال تعتمد على تقنيات الطباعة ويعود تاريخها إلى مطبعة غوتنبرغ عام ١٤٥٦ وما سبقها من مساهمات صينية عام ١٠٤١ ثم كورية عام ١٢٤١. أما الحقبة الثالثة فقد شهدت ولادة الاتصالات السلكية واللاسلكية مع استخدام صموئيل مورس التلغراف عام ١٨٤٤. وعُرفت الحقبة الرابعة بحقبة الاتصال التفاعلي مع دخول أول كومبيوتر عالم التشغيل عام ١٩٤٦ واستخدامه الفعلي كوسيلة اتصال مع ظهور الكومبيوتر الشخصي عام ١٩٧٥.

(*) Brian Winston, **Media Technology and Society,** éd. Routledge, 1998.

بريان ونستون هو رئيس مدرسة الاتصال ووسائل الإعلام في جامعة وستمنستر في بريطانيا. سابقاً شغل منصب عميد كلية الاتصالات في جامعة ولاية بنسلفانيا، ورئيس قسم الدراسات السينمائية في نيويورك. وهو مؤسس ومدير دراسات وسائل الإعلام في جامعة غلاسكو في اسكوتلندا. وحاصل على جائزة إيمي لكتابة الأفلام الوثائقية. وقد حاز هذا الكتاب جائزة أفضل كتاب من الجمعية الأميركية للتاريخ والكومبيوتر لعام ١٩٩٨.

(١) Everett Rogers, **Communication Technology: The new media in society,** The Free Press, 1986.

ويوزّع المتخصصون هذه الحقبات على ثلاثة أنواع من المجتمعات، تَميز كل منها بوسائل اتصال لها خصائصها وتقنياتها. أول هذه المجتمعات هو المجتمع الزراعي الذي تميز بوسائل اتصال تفاعلية ولكنها محدودة لجهة الجمهور والانتشار، ومن وسائله الكتاب المنسوخ يدوياً والاتصال الشفهي الوجاهي المحدود لجهة الجمهور. والمجتمع الثاني هو المجتمع الصناعي، وتميز بوسائل اتصال جماهيرية لجهة الانتشار ولكنها محدودة لجهة التفاعل، ومن وسائل هذا المجتمع الراديو والتلفزيون والسينما. أما المجتمع الثالث فهو مجتمع المعلومات الذي تميز بوسائل اتصال تفاعلية مع انتشار غير محدود، ومن وسائله الفيديوتكست، التلتكست، التلفزيون الرقمي وبعض وظائف الإنترنت بما فيها البريد الإلكتروني وشبكة العنكبوت الدولية.

هذه الوسائل مجتمعة وبغض النظر عن التقسيمات التي ارتبطت بها على مستوى الحقبات الزمنية وعلى مستوى أنواع المجتمعات التي قدمها روجرز ومن سبقه من متخصصين، تناولها الكاتب بريان ونستون في كتابه الحديث «وسائل الإعلام، التكنولوجيا والمجتمع ـ تأريخ من التلغراف إلى الإنترنت» الصادر عام ١٩٩٨ عن دار «روتلدج» وهي إحدى أهم دور النشر في هذا المجال. وهو في الحقيقة إعادة إنتاج وتحديث لعمل سابق، نشره المؤلف نفسه عام ١٩٨٦[٢].

قبل التعرّض لمحتوى الكتاب تجدر الإشارة إلى أنه ما زال الأحدث في هذا المجال رغم مرور أكثر من عام على نشره، وتأكد ذلك بعد إجراء بحث إلكتروني حول الموضوع بهدف الاطلاع على الجديد من الإصدارات التي تناولت الموضوع نفسه أو مواضيع مشابهة. على أن أفضل ما تمّ العثور عليه من كتب حديثة مشابهة لناحية المواضيع التي يعالجها، كتاب للمؤلف الكندي ويد رولاند[٣] صدر عن دار سومرفيل هاوس في خريف ١٩٩٧.

يتحدّى ونستون في كتابه الفكرة السائدة والقائلة بـ «ثورة المعلومات» في مجال تكنولوجيا الاتصال من خلال إلقاء الضوء على التاريخ الطويل للتطورات التي شهدتها هذه الوسائل قبل البداية الفعلية لاستخدامها داخل المجتمعات التي استوجبت توافرها. فالفاكس قُدّم كوسيلة اتصال للمرة الأولى عام ١٨٤٧، وفكرة

(٢) Brian Winston, Misunderstanding Media, Routledge, 1986.

(٣) Wade Rowland, Spirit of the Web: The age of information from Telegraph to Internet, Somerville House Publishing, 1997.

التلفزيون الذي دخل حيّز الاستخدام في النصف الأول من القرن العشرين تعود أولى براءات اختراعه إلى العام ١٨٨٤. أما الرقمنة التي دخلت عالم إنتاج وتبادل وتخزين مختلف أشكال المعلومات والصور في بدايات العقد الأخير، فقد عُرضت تجاربها الأولى عام ١٩٣٨. حتى مفهوم شبكة العنكبوت الدولي المتوافر عبر شبكة إنترنت والذي دخل سوق العمل الفعلي عام ١٩٩٢، يعود تاريخ بدايات العمل فيه وتطويره إلى العام ١٩٤٥.

يوضح ونستون أن فهمنا لوضعنا التكنولوجي الحالي الذي يقول إننا نعيش وسط ثورة المعلومات أو على عتبة عصر المعلومات يمكن تغييره أو رؤيته بطريقة مختلفة إذا اعتبرنا أن ما يتمّ تضخيمه بوصفه ثورة يمكن رؤيته أكثر كعملية تطور من عملية تحول. ويتساءل أنه كيف يمكن لأحد معرفة أن وضعاً ما قد تغيّر من دون معرفة الوضع الذي سبق؟. لذلك فإن مفهوم عصر المعلومات بذاته يفيد أن هناك عصراً قد سبق، هو بالضرورة ليس عصراً للمعلومات... ويعتبر ونستون أن المصطلح «ثورة» ليس هو الكلمة المناسبة التي نطلقها على الوضع الراهن في ما خصّ حقل الاتصال والمعلومات.

ويشير ونستون إلى أن كتابه لا يهدف فقط إلى تقديم شرح مفصل لما حصل من تطور في وسائل الاتصال التي تناولها الكتاب وإنما يهدف أيضاً إلى تقديم معالجات ومراجعات لهذه التطورات. ويتضح لنا من خلال الإطلاع على هذه المعالجات والمراجعات أن المؤلف لا يخالف المقترحات القائلة بأننا وسط تغيير مستمر وعارم في تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال لأن ذلك يسير عكس فلسفة التطور. ولكنه يرى أن استخدام مصطلح «ثورة» للتعبير عن هذا التطور غير ملائم وليس في مكانه.

إن ما يوحي به ونستون من خلال اعتراضه على تسمية ثورة المعلومات وإصراره على استخدام كلمات ومفاهيم تشير إلى حالات التطور والتقدم في المجالات التي عالجها كتابه، لا يختلف عمّا أشار إليه الكاتب حسن قبيسي حول مفهوم العولمة(٤). فقد بيّن قبيسي في مقالة تحت عنوان «القراءة والكتابة ومجتمع الفرجة» أن مفهوم العولمة وترابط أحداث العالم وتوقف بعضها على بعض ليس

(٤) حسن قبيسي، «القراءة والكتابة ومجتمع الفرجة» في: ذاكرة عربية للقرن: مجلد تسجيلي للأحداث في لبنان والوطن العربي، المركز العربي للمعلومات، شباط ٢٠٠٠، الصفحة ٣٩٩.

جديداً، عندما أشار إلى نص مأخوذ عن «بوليبوس» يعود تاريخه إلى العام ١١٨ قبل الميلاد.

بالعودة إلى محتوى كتاب ونستون موضوع المراجعة، نشير إلى أنه يتشكّل من أربعة أجزاء تحتوي على ثمانية عشر فصلاً من دون المقدمة والخاتمة. ويعالج المؤلف في الجزء الأول من الكتاب، ضمن ثلاثة فصول، كل ما هو متعلق بنظم الاتصالات السلكية واللاسلكية مثل التلغراف والهاتف ويتطرّق فيه إلى ماضي وحاضر هاتين الوسيلتين والإسهامات والتطورات التي أدخلها استخدام الكهرباء والمغناطيس إلى عالم الاتصالات. ويذكر أن أول استخدام للهاتف في مجال تغطية الأخبار حصل في الثالث من نيسان عام ١٨٧٧ وأن مجموع خطوط الهاتف الأولى التي دخلت حيّز الاستخدام في ذلك العام بلغ ٧٧٨ خطاً.

ويتضمّن الجزء الثاني من الكتاب أربعة فصول عرض فيها المؤلف الراديو والتلفزيون وظروف النشأة الخاصة بكل منهما، وقد أرجع المؤلف الفضل في اختراع الراديو إلى ماركوني عام ١٨٩٤، والفضل في اختراع التلفزيون إلى زوريكين الذي عرض التجربة الأولى عام ١٩٣٢.

أما الجزء الثالث من الكتاب، فقد خصّصه المؤلف لخمسة فصول تحدّث فيها عن الكومبيوتر وتطوراته وعوامل دخوله حركة المجتمع، ابتداء من الأجهزة الكبيرة التي احتاجت إلى غرف كبيرة حتى تستوعبها والتي كان تشغيلها ينيص الكهرباء في المحيط المتواجدة فيه، وصولاً إلى استخدام تكنولوجيا الترانزستور والمايكرو بروساسير وتطوير الكومبيوتر الشخصي (المايكرو كومبيوتر). ويؤرخ المؤلف في هذه الفصول تفاصيل الإسهامات التي قام بها الأفراد والمؤسسات اعتماداً على براءات الاختراعات والمراسلات العلمية والمذكرات التي تركها المساهمون في تطوير الكومبيوتر من المفهوم إلى الانتشار والاستخدام.

وينظر المؤلف في الجزء الرابع والأخير الذي احتوى على ستة فصول إلى شبكات الاتصال ويدون التفاصيل التاريخية في عمليات تقدمها واستخداماتها مع التطورات الموازية في أجهزة الكومبيوتر ونظم الاتصال. ويتعرّض بالتفصيل لعدد من تقنيات وسائل الاتصال الحديثة المصاحبة لمجتمع المعلومات من الاتصال والبث وتبادل المعلومات بواسطة الأقمار الاصطناعية وبواسطة الكابلات إلى شبكة الإنترنت وبداياتها والمراحل التي مرّت بها والوظائف التي تقدمها.

يعتبر هذا الكتاب بأجزائه الأربعة وفصوله الثمانية عشر تأريخاً لتطور تقنيات الاتصال منذ التلغراف وحتى الإنترنت. فالمؤلف يبيِّن بالتفاصيل الدقيقة الظروف المصاحبة لولادة وتطور وسائل الاتصال الحديثة والتغيّرات التي طرأت على وظائفها والأثر الذي تركته في محيطها الاجتماعي. لذلك فإن هذا الكتاب يعتبر قراءة ضرورية لكل من هو مهتم في مجال تأثير تكنولوجيا المعلومات على المجتمع، ولكل من هو مهتم بالتأريخ التقني لوسائل الاتصال وبخاصة وسائل الاتصال الحديثة التي تعتبر الكومبيوتر وتطوراته من ضمن شروط تقدمها واستخدامها كوسائل اتصال تفاعلية توفر للفرد ما عجزت عن تأمينه وسائل الاتصال التي سادت في العصر الصناعي كالتلغراف والراديو والتلفزيون...

وأخيراً يبقى أن نشير إلى أنه سواء عبرنا عن التطور الحاصل في تقنيات الاتصال والمعلومات بكلمة ثورة أو خلافها، ليس من شك في أن التاريخ سلسلة مترابطة وأن المعلوماتية التي هي من أهم سمات القرن الجديد إنما هي امتداد للكتابية التي كانت بدورها امتداداً للشفهية. وأنه في الزمن الذي يستخدم فيه الصاروخ لنقل زائرين إلى سطح القمر والمريخ، ما زالت العربة التي يجرّها حصان من عداد وسائل النقل. وأن الراديو لم يقضِ على الصحيفة المطبوعة، والتلفزيون لم يجرّد الراديو من مستمعيه، وعدد كبير من المتخصصين لا يعتقد بأن الصحيفة الإلكترونية سوف تنهي الصحيفة المطبوعة. كل وسيلة من هذه الوسائل لها ظروف وحاجات اجتماعية استوجبت وجودها وتطورها وانتشارها وتداعيها في وقت من الأوقات.