

الدراسات الإعلامية و الاتصالية: مقارنة نقدية

## Media and Communication Studies: A Critical Approach

د. الصادق رايح      قسم الإعلام، جامعة قطر

البريد الإلكتروني: [saddekr@gmail.com](mailto:saddekr@gmail.com)

تاريخ القبول: 2019-05-06

تاريخ المراجعة: 2019-05-03

تاريخ الإرسال: 2019-04-28

### ملخص:

عرفت البيئة الإعلامية خلال السنوات الأخيرة تغيرات جذرية سواء على المستوى التكنولوجي أو على مستوى الممارسة المهنية. فقد أعادت التكنولوجيات الجديدة، في نسختها الأكثر تفاعلية، رسم خريطة التصنيفات القديمة للوسائط الإعلامية بين المطبوع والسمعي والبصري، وجعلت الحدود بينها تبدو غير واضحة؛ وأدت الى ظهور منصات وسائطية تتداخل وتندمج فيها هذه الأشكال الإعلامية لتفرز مضامين يغلب عليها الطابع التفاعلي. ولم يقتصر الأمر في هذه البيئة الجديدة على سقوط التمايز بين هذه الوسائط، بل نتج عنه، بفضل الويب 2.0 ذي الطبيعة التشاركية، تحوّل أيضا في العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، الذي أصبح مشاركا فاعلا بعد أن كانت علاقته بهذه الوسائط تتسم بالأحادية والامتثال.

تتناول هذه الدراسة إشكالية الدراسات الإعلامية والاتصالية وضرورة تجديد عدتها المفاهيمية ومقارباتها المنهجية حتى تكون قادرة على استيعاب التغيرات الكثيرة التي تعرفها البيئة الإعلامية المعاصرة. فمقاربة هذه البيئة بمفاهيم وأطر معرفية غير مناسبة يؤدي الى تشويهها. وتحاجج الدراسة بأن التحولات التكنولوجية في البيئة الإعلامية قد أعادت تشكيل مواقع الفاعلين فيها، حيث أصبح بإمكان المستخدمين مثلا التفاعل مع وسائل الإعلام والمساهمة في إنتاج مضامينها. كما تبيّن سقوط الحدود الفاصلة بين مفاهيم مثل المنتج والجمهور، حيث يبدع الكثير من الأفراد في إنتاج مضامين متوائمة من وسائل الإعلام الرقمي، وعزوف عن ما تنتجه وسائل الإعلام التقليدية، وقبال المستخدمين على استثمار الامكانيات التشاركية التي تتيحها التكنولوجيات الرقمية. فالدراسات الإعلامية والاتصالية الحالية تعتبر، في معظمها، انعكاسا لفترة تاريخية عرفت سيادة الإعلام التقليدي. أما اليوم فهناك مشهد مغاير، حيث فرضت الوسائط الرقمية نفسها، واضطرت الوسائط التقليدية الى تجديد أدائها مخافة التراجع والاضمحلال؛ وهو ما يمثل اعلانا عن ميلاد حقبة جديدة في تاريخ الإعلام تتسم بإعادة النظر في مفاهيم مثل



الجمهور والقائم بالاتصال الإنتاج والتوزيع وغيرها. هذه الايكولوجيا الجديدة تستدعي مراجعة وتحديث وتجديد مفاهيم ورؤى ومقاربات الدراسات الإعلامية والاتصالية، وذلك بتبنيها لعدة مفاهيمية جديدة ومقاربات منهجية متوائمة مع البيئة الإعلامية الحالية، بهدف تمكين الفضاء الأكاديمي وجمهورها عموما من فهم أفضل للبيئة الإعلامية المعاصرة بكل تعقيداتھا.

الكلمات المفتاحية: الدراسات الإعلامية والاتصالية، الإعلام التقليدي، الإنعكاسية، الإعلام الرقمي، البيئة الإعلامية، الفضاء الأكاديمي، مقارنة نقدية.

### **Abstract**

In recent years, the media ecology has undergone fundamental changes both at the technological and professional levels. The new technologies have affected the old media classifications between print, audio and visual, and made the boundaries between them seem unclear; they have led to the emergence of media platforms that overlap and integrate these media formats to produce content that is more interactive. In this new ecology, the distinction between these media has not only been reduced but, thanks to the participatory nature of Web 2.0, it has also transformed the relationship between the media and the public, which has become an active participant since its relationship with these instruments has been monolithic and compliant.

This paper investigates the problematic of media and communication studies and the need to renew its conceptual and methodological approaches in order to be able to integrate the many changes that the modern media ecology has brought about. The approach of this ecology with inappropriate concepts and knowledge frameworks leads to many distortions. The paper argues that technological transformations in the media ecology have reshaped the actors' positions, for example, users can interact with the media and contribute to the production of their content. It also shows the fall of the boundaries between concepts such as the product and the public, where many people create adaptive content from the digital media. Current media and communication studies are, for the most part, a reflection of a historical period characterized by the dominance of traditional media. Today, however, there is a different scene. Digital media have imposed themselves, and traditional means have had to renew their performance in fear of decline and decay. It is a birth of a new era in the history of the media characterized by a rethinking of concepts such as audience, communication, production and distribution. This new ecology calls for reviewing, updating and renewing the concepts, visions and approaches of media and communication studies by adopting new concepts and methodological approaches that are compatible with the current media ecology in order to enable the academic field and its general public to better understand the contemporary media ecology in all its complexity.

Keywords: Media and Communication Studies, Traditional Media, *Reflexivity*, Digital Media, Media ecology, Academic Filed, Critical Approach.



## مدخل

في ردّه على منتقديه علّق مارشال ماكلوهان بشكل لاذع بأنه رغم رثائياتهم وتحسراتهم، "فإن الثورة قد أصبحت واقعا ملموسا؛ ذلك أنهم لا يشكّلون استثناء، فردود أفعالهم تنتمي الى ما اعتاد عليه عموم الناس عند مواجهة التجديد، أي التّخبط ومحاولة تبّي رؤية قديمة في التعامل مع وضعيات جديدة، أو اللجوء ببساطة الى إدانة أو تجاهل الارهاصات التي يحملها التغيير. وهي ممارسة كان يلجأ إليها الأباطرة الصينيون قديما، وذلك بقتل الرُّسل الذين يحملون إليهم أخبارا سيئة. إن البيئة التكنولوجية الجديدة تسبّب الكثير من الألم للذين لا يملكون استعدادا كافيا لتغيير بني قيمهم القديمة. فعندما يشعر فرد أو مجموعة اجتماعية بأن التغيير الاجتماعي أو النفسي يعرض هويتهم للخطر، فإن رد فعلهم الطبيعي هو الاندفاع نحو غضب دفاعي".<sup>1</sup> وسواء أدرك منتقديه أن هذه المسألة مسألة خلافية أم لم يستوعبوا ذلك، فمناوئح أن المهتمين بالدراسات الإعلامية والاتصالية يواجهون اليوم نفس التّحدي، وهو أن هناك شئ ما يحدث داخل هذا الحقل الدراسي، والسؤال المحوري الذي يجب طرحه يتعلق بطبيعة وماهية هذا الشئ.

يمكن ملاحظة ذلك عند النظر الى عالم الجيل الحالي في العالم بما ذلك العالم العربي. فالفوارق في البيئة الإعلامية التي احتضنت جيل الأباء والأجداد لم تكن كبيرة، إذ لم يتعد الأمر ظهور بعض الصحف والمجلات الإذاعية والتلفزيونية القليلة الجديدة. بل أن الطبقات الثرية لم يتعد تمايزها عن الطبقات الأخرى إمتلاك جهاز تلفزيون ملوّن وجهاز فيديو. أما الطبقات المتوسطة والفقيرة فكانت تنتظر انخفاض الأسعار قبل التمكن من الحصول على جهاز تلفزيون مثلا. لقد كان عالما يتسم بتمايز الأجهزة ومحدودية أشكالها. فالهاتف البيتي مثلا كان يقبع في أحد زوايا البيت أو معلقا على أحد الجدران، ولم يكن ممكنا استخدامه في التصوير. والأمر نفسه ينطبق على الراديو إذ لم يكن متاحا الاستماع إليه في التلفزيون، كما أن الأفلام لم تكن تملك الخصائص التي تميزها اليوم، وكان مستبعدا أن يقوم أحدهم بقرصنة هاتفك أو تلفزيونك وسرقة أموالك أو هويتك.

إنه جيل مختلف لأنه ينتمي الى عالم مختلف عن جيل الأباء والأجداد. لقد نشأ في إيكولوجيا رقمية تتسم بالسهولة<sup>2</sup>، والاتصال الدائم، والأشكال الاتصالية الهجينة، والرسائل والمضامين والأنشطة المتوفرة بشكل آني والتي يمكن شخصتها والتحكم فيها والتلاعب بها، وبالتالي تعزيز وتسويق الحضور الذاتي، وإضفاء دلالة على الوجود الشخصي. إنه جيل العصر الرقمي أو جيل ما بعد الصحافة والإذاعة والتلفزيون، حيث تتباين عوالمه وتجاريه الإعلامية عن عوالم الأباء والأجداد بشكل جذري. فرمما يكون راغبا مثلا في مشاهدة "حرب

<sup>1</sup>McLuhan, E. and Zingrone, F.: *Essential McLuhan*, London: Routledge, 1997, p. 264.

<https://www.scribd.com/document/284827334/Eric-McLuhan-F-Essential-McLuhan>

<sup>2</sup>باومان، زيجمونت: *الحدائثة السائلة* (ترجمة حجاج أبو حجر). بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر (نشر العمل الأصلي باللغة

الإنجليزية سنة 2000)، 2016.



النجوم"<sup>3</sup>، التي أنتجت في أواخر السبعينيات من القرن العشرين، في نسختها الأحدث مثلا، لكن من المؤكد أن الهوة التي تفصل بينه وبين من سبقه من الأجيال تظل كبيرة. وإذا كان هذا هو عالم الجيل الحالي عموما، فإن طلبة الدراسات الإعلامية والاتصالية باعتبارهم جزءا من هذا الجيل، يتقاسمون معه خصائصه وسماته. إنهم يعرفون عن خبايا عالم الإعلام أكثر مما يعرف مدرّسيهم. فإذا كان المدرّسون في الدراسات الإعلامية والاتصالية يعرفون معرفة واسعة حقلهم المعرفي بأفكاره ومحاججاته ومقارباته ومناهجه، فإن الكثير من طلبتهم يتفوقون عليهم في حجم معارفهم وقدرتهم في استخدام وتوظيف وسائل الإعلام المعاصرة؛ إنهم يشعرون وكأنهم في فضائهم الخاص الذين يعرفون كل تفاصيله، بينما يسعى مدرّسهم إلى اللحاق بهم في "العبة" لا تنتهي أبدا. لقد كان المدرّسون في ما مضى قادرين على متابعة عالم وسائل الإعلام، حيث لم يكن هناك ما ينفلت منهم أو يقفون عاجزين عن فهمه وإدراكه. أما اليوم فإن الكثير منهم يعتمدون على أبنائهم أو طلبتهم في تتبّع ما يحصل في محيطهم من تطورات. وإذا كان بعض المدرّسين التقليديين ينكرون على طلبتهم جهلهم الثقافي والتاريخي، فإن جهل هؤلاء بعوالم طلبتهم قد يتساوى مع ما يأخذون عليه طلبتهم. فهناك الكثير من الأحداث والأنشطة التي تزخر بها عوالم الإعلام والاتصال يجد مدرّسو الإعلام، خاصة التقليديون منهم، صعوبة في مواكبتها وفهم دلالاتها.

لكن ما هو موقع وسائل الإعلام الرقمي وحضورها المتعاظم في هذا المشهد بتحولاته الكبرى؟

<sup>3</sup> "حرب النجوم (Star Wars) هي سلسلة أفلام أوبرا فضائية ملحمية من ابتكار جورج لوكاس. السلسلة مكونة من ثلاثين من حرب النجوم تعدت كونها سلسلة أفلام، بل أنتجت كنبأ ومسلسلات تلفزيونية وألعاب كمبيوتر وفيديو وكتب مصورة. بدأت قصة السلسلة مع فيلم حرب النجوم بعد تسميته حرب النجوم الجزء الرابع "أمل جديد" والذي صدر يوم 25 مايو 1977 ."

لمزيد من التفاصيل

: [https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AD%D8%B1%D8%A8\\_%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AC%D9%88%D9%85](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AD%D8%B1%D8%A8_%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%AC%D9%88%D9%85) أنظر:



تقع في القلب منه. فقد شهدت العقود الأخيرة تطوير الكثير من التكنولوجيات التي تعتمد على قوة المعالجة الكمبيوترية، بحيث أصبحت تُستثمر وتُوظف في التحكم في شتى مجالات الحياة. وقد أدى إندماج الأجهزة وتحويل المضامين الى أشكال رقمية الى بروز أشكال جديدة من الإعلام. وفي ظل هذا المشهد، فلا غرابة أن تعرف وسائل الإعلام التقليدية تحولات في نمط إنتاجها وتوزيعها وتلقيها واستخدامها بفضل التكنولوجيات الرقمية، بل في جميع هياكلها التكنولوجية والمؤسسية والسياسية والاقتصادية.

يمكن أن نضيف الى ذلك أن وتيرة التحولات التكنولوجية اليوم تختلف عما سبقها. فقد تطورت وسائل الإعلام "القديمة" بشكل بطيء ومنفصل، وكان أثر التحسينات التكنولوجية التي عرفتها متدرجا ومحدودا بالنسبة لمستخدميها. أما اليوم فإن الابتكارات والتجديدات التكنولوجية المتسارعة وطبيعتها الإندماجية والمتراطة تمس طيفا واسعا من المضامين والأشكال؛ وهو ما يعنى أن تأثيراتها تعيد بناء هذه العلاقات بشكل مستمر. وتؤثر الأشكال الإعلامية الرقمية المترابطة، والتنافس على المكانة في السوق، والحصة السوقية والقدرة على شد الانتباه وذلك بالحرص على تزويد السوق بالتحديثات الجديدة للتطبيقات البرمجية، على الحياة اليومية للأفراد واستخدامهم لوسائل الإعلام؛ وهذه التظاهرات للتحولات التكنولوجية تشكل، ضمن ربح نجاحها الشعبي المتواصل، ثورة مستمرة تقوم بإعادة تشكيل البيئة الإعلامية باستمرار. ويمكن معاينة هذه التغييرات المتلاحقة يوميا في المشهد التكنولوجي، ومتابعة التحولات التي تعرفها الكثير من الصناعات وأشكال المضامين وهي تسعى جاهدة للتواءم والتكيف مع حاجات مستخدميها، أو تحقيق نجاحات للحفاظ على مكانتها في العوالم الرقمية.<sup>4</sup>

لكن هل هذه التحولات تحركها فقط التكنولوجيا كما يحتمل بذلك القائلون بالحتمية التكنولوجية؟ إذ كنا نسلم بالدور المتعاظم للتكنولوجيا في حياة الأفراد، إلا أن ذلك لا يجب أن ينسبنا أن هذه التكنولوجيات يتم تطويعها وتكييفها من طرف ذوات عاقلة تحرص على دمجها في حياتها اليومية كما هو الحال مع الأجيال المعاصرة التي تتبناها وتبتدع صيغ جديدة في استخدامها وتوظيفها في شتى مجالات حياتها. إن ما يثير الانتباه في هذا السياق هو طريقة توظيف المستخدمين، خاصة فئة الشباب، لهذه التكنولوجيات في إعادة تشكيل علاقاتهم الاجتماعية، وإنتاج أشكال مبتكرة وجديدة من المعارف والتجارب؛ وهنا تكمن الفجوة بين جيلين حيث يظهر أن عوالم الشباب، بما فيهم الطلبة، لا تشبه في شي عوالم آبائهم أو مدرسيهم. إنهم لا يتقاسمون معهم نفس النواذ التي يطلون منها على العالم.

إن هذه التحولات يجب أن تدفع الباحثين في حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية الى مساءلة ما يحدث في الفضاء الإعلامي الرقمي، ووضع ضمن سلم أولوياتهم البحثية، والتخلي عن الرؤى الحنينية التي تقادمت بفعل الزمن، ووضع المسلمات التاريخية التي تأسس عليها هذا الحقل موضع تدقيق وتمحيص معرفي ومنهجي. وهو ما يستدعي مساءلة نقدية وجريئة لهذا الحقل بعدة المفاهيمية ومقارباته المعرفية، والوقوف على حدود

الاتحاد: مصير صحافة العصر الرقمي مرتبط بإشراك لاعبين<sup>4</sup>

http://www.alittihad.ae/details.php?id=80711&y=2012، 20 أغسطس 2012.



فاعليتها المعرفية، وتتبع التغييرات التي عرفها هذا الحقل والتي كانت الدافع الى إعادة النظر فيه بشكل جذري، وبيان ما يجب أن تكون عليه الدراسات الإعلامية والاتصالية بعد تحيينها ومواءمتها وتبئتها مع الواقع المعاصر، والتحديات الجديدة التي تواجهها.

هذه المواءمة والتبئية يفرضهما ما عرفته البيئة الإعلامية خلال السنوات الأخيرة من تغييرات جذرية سواء على المستوى التكنولوجي أو على مستوى الممارسة المهنية. فقد أعادت التكنولوجيات الجديدة، في نسختها الأكثر تفاعلية، رسم خريطة التصنيفات القديمة للوسائط الإعلامية بين المطبوع والسمعي والبصري، وجعلت الحدود بينها تبدو غير واضحة؛ وأدت الى ظهور منصات وسائطية تتداخل وتندمج فيها هذه الأشكال الإعلامية لتفرز محتويات يغلب عليها الطابع التفاعلي. ولم يقتصر الأمر، في هذه البيئة الجديدة على سقوط التمايز بين هذه الوسائط، بل نتج عنه، بفضل الويب 2.0 ذي الطبيعة التشاركية، وتحول أيضا في العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، الذي أصبح مشاركا فاعلا بعد أن كانت علاقته بهذه الوسائط تتسم بالأحادية والسلبية.

تبنى هذه الدراسة مفهوم الإنعكاسية **reflexivity** الذي نظّر له خاصة كل من ديفيد بلور **David Bloor** (سوسيولوجيا المعرفة العلمية)<sup>5</sup>، وبيير بورديو **Pierre Bourdieu** (السوسيولوجيا الإنعكاسية).<sup>6</sup> وهو مفهوم يحيل الى مقارنة منهجية سوسيولوجية واثروبولوجية تقوم على تطبيق أدوات تحليلية نقدية على الحقل الدراسي والتفكير الذاتي للباحث، حيث يخضع مقارنته وأدواته المنهجية لفحص علمي دقيق للتأكد من فاعليتها المعرفية. وهذا الوعي يدفع الباحث الى الحذر من "مكانيزمات التفسير" التي قد تسقطه في وهم القدرة على فهم موضوع بحثه بشكل واضح.

#### الإشكالية

تتناول هذه الدراسة إشكالية الدراسات الإعلامية والاتصالية وضرورة تجديدها المفاهيمية ومقارباتها المنهجية حتى تكون قادرة على استيعاب التغييرات الكثيرة التي تعرفها البيئة الإعلامية المعاصرة. فمقارنة هذه البيئة بمفاهيم وأطر معرفية غير مناسبة يؤدي الى تشويهها. وتحتاج الدراسة بأن التحولات التكنولوجية في البيئة الإعلامية قد أعادت تشكيل مواقع الفاعلين فيها، حيث أصبح بإمكان المستخدمين مثلا التفاعل مع وسائل الإعلام والمساهمة في إنتاج مضامينها. كما تبين سقوط الحدود الفاصلة بين مفاهيم مثل المنتج والجمهور، حيث يبدع الكثير من الأفراد في إنتاج مضامين متوائمة من وسائل الإعلام الرقمي، وعزوف عن ما تنتجه وسائل الإعلام التقليدية، واقبال المستخدمين على استثمار الامكانيات

<sup>5</sup>Bloor, D.: *Sociologie de la logique ou les limites de l'épistémologie* (traduit de l'anglais par Dominique Ebnöther), Paris: Pandore, 1983.

(ترجمة أحمد حسان)، القاهرة: ميريت للنشر والمعلومات (نُشر العمل بورديو، بيير: بعبارة أخرى. محاولات باتجاه سوسيولوجيا إنعكاسية<sup>6</sup> الأصلي باللغة الفرنسية سنة 1987)، 2002.



التشاركية التي تتيحها التكنولوجيات الرقمية. فالدراسات الإعلامية والاتصالية الحالية تعتبر، في معظمها، انعكاسا لفترة تاريخية عرفت سيادة الإعلام التقليدي. أما اليوم فهناك مشهد مغاير، حيث فرضت الوسائط الرقمية نفسها، واضطرت الوسائل التقليدية الى تجديد أدائها مخافة التراجع والاضمحلال؛ وهو ما يمثل اعلانا عن ميلاد حقبة جديدة في تاريخ الإعلام تتسم بإعادة النظر في مفاهيم مثل الجمهور والقائم بالاتصال والإنتاج والتوزيع وغيرها. هذه الايكولوجيا الجديدة تستدعي مراجعة وتحديث وتحديد مفاهيم ورؤى ومقاربات الدراسات الإعلامية والاتصالية، وذلك بتبنيها لعدة مفاهيمية جديدة ومقاربات منهجية متوائمة مع البيئة الإعلامية الحالية، بهدف تمكين الفضاء الأكاديمي وجمهورها عموما من فهم أفضل للبيئة الإعلامية المعاصرة بكل تعقيداتها.

### الأهداف

بناء على ما سبق، تهدف هذه الدراسة الى:

- التعرف على ماهية الدراسات الإعلامية والاتصالية في نسختيها التقليدية والمعاصرة.
- الكشف عن السياقات التاريخية التي صاحبت ظهور الدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية والمعاصرة.
- استجلاء طبيعة التمايز بين الدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية والمعاصرة.
- التذليل على ضرورة تجديد الدراسات الإعلامية والاتصالية لعدتها المفاهيمية ومقارباتها المنهجية حتى تكون قادرة على استيعاب التغيرات الحاصلة في البيئة الإعلامية المعاصرة.
- تقديم قراءة نقدية للكثير من المفاهيم والمقاربات التي ارتبطت بالدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية.
- تبيان أهمية تناغم الدراسات الإعلامية والاتصالية مع البيئة الإعلامية المعاصرة تجاوزا للأعطاب المعرفية والابستمولوجية التي يعرفها هذا الحقل الدراسي.
- تقصي انعكاسات تجديد الدراسات الإعلامية والاتصالية لعدتها المفاهيمية ومقارباتها المنهجية على الفضاء الأكاديمي المهني والطلابي.

### المنهج

تنتمي هذه الدراسة الى حقل الدراسات النقدية التحليلية. وقد وظّف الباحث منهجية مركبة في معالجة الموضوع. إذ استخدم الأسلوب الوصفي في تناول الكثير من النقاط التي تضمنتها الدراسة. كما أخذ بالمنهج التحليلي النقدي في قراءة العديد من المفاهيم والمقاربات المعرفية، إضافة الى المنهج الإثنوغرافي الذي يقوم على الملاحظة والمعاشة والمعاينة ووصف الظاهرة موضوع الدراسة والتفاعل معها.

### في ماهية الدراسات الإعلامية والاتصالية



إن تعريف الدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية ليس أمرا سهلا، وتكتنفه الكثير من الإشكالات الاستيمولوجية والمنهجية. إذ ليس هناك تاريخ مدون للدراسات والإعلامية والاتصالية، كما تتباين تأويلات وتفسيرات وتجارب المختصين في هذا الحقل الدراسي بشكل كبير. ورغم أنه يمكن تتبع مساراته الكبرى ورؤى المؤلفين الذي كان لهم حضور قوي خلال فترة زمنية معينة، إلا أن ذلك لا يعطينا فكرة دقيقة عن هذا الحقل. إنما تحيل إليه الدراسات الإعلامية والاتصالية يرتبط بأصولها والتطورات التي عرفت في مؤسسات أكاديمية بعينها والأفراد التي درّسوا في هذه المؤسسات ورؤيتهم لما كانوا يقومون به. إن الأمر يتطلب النظر في ما كانوا يعتقدون أنه يدخل في فحة وسائل الإعلام، وكيف كانوا يقومون بتحليله، وما هي النصوص المرجعية المعترف بها، وآليات تحديد مضامين مادة دراسية ما، وكيف بموقعهم أنفسهم في علاقتهم مع التخصصات الأخرى. وبعبارة مختصرة، كيف قاموا بخلق هذا التخصص. كما يستدعي التوقف عند الصراعات التي صاحبت ظهور دراسة وسائل الإعلام والاتصال، وأصول مختلف مكوناتها (المطبوع، والمسموع، والمرئي، والدراسات السينمائية، الخ)، والرواد والمؤسسين الأوائل، والمسارات التي اتبعتها للوصول إلى الاعتراف الأكاديمي، والتاريخ السياسي والاقتصادي للتعليم العالي، والتجاذبات الداخلية التي عرفت بين النظري والتطبيقي، والتباينات بين مختلف المقاربات والمدخل النظرية والمناهج العلمية. إنه يفترض أيضا اسحضار تاريخ وتجارب كل أولئك الذين اختاروا أن يكونوا جزءا من هذا الحقل الدراسي الذي شهد خلال العقود الأخيرة تمدا كبيرا في العالم بما في ذلك المنطقة العربية سواء في عدد الكليات والأقسام والدرجات العلمية، دون أن ننسى الارتفاع الكبير في عدد الطلبة المتحقيين بمختلف التخصصات. وقد دفع هذا الوضع إلى انضمام الكثير من المدرّسين الجدد إلى حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية دون أن تكون لديهم تأهيل علمي في الحقل الإعلامي، إذ نجد منهم القادم من أقسام علم الاجتماع، والتاريخ، وعلم النفس، والانثروبولوجيا، واللغات الأجنبية، وغيرها. وكل واحد من هؤلاء المدرّسين يملك رؤيته الخاصة حول التخصص وكيفية تدريسه وذلك بناء على تجاربه الشخصية والمؤسسية في المجال التعليمي. وإذا أضفنا إلى ذلك خصوصية الإنتاج البحثي لكل مدرّس، والطبيعة المتعددة التخصصات التي تغلب على حقل الإعلام والاتصال وحجم الأدبيات التي يمكن أن تصنّف ضمنه، يصبح من الضروري أن نتساءل إذا كان من الممكن معرفة ماهية الدراسات الإعلامية والاتصالية بشكل علمي دقيق، وما تعنيه لكل من دارسيها ومدرّسيها.<sup>7</sup>

أرمون، ماتلار، وميشال ماتلار: تاريخ نظريات الاتصال (ترجمة نصر الدين ليعاضي، الصادق رابح)، بيروت: المنظمة العربية للترجمة (نشر العمل<sup>7</sup> الأصلي باللغة الفرنسية سنة 1997)، 2005؛ الحيدري، عبد الله الزين: "الوضعية الإستيمولوجية لعلوم الإعلام والاتصال"، *المجلة العربية لعلوم الاتصال والدراسات الإعلامية*، العدد 17، 2017، ص. 125-158؛  
Simonson, P. & Park, D. W.: *The International History of Communication Study*, London: Routledge, 2016.  
<https://www.academia.edu/people/search?utf8=%E2%9C%93&q=+My+library+My+History+Books+on+Google+Play+The+International+History+of+Communication+Study>



إدًا كيف يمكن لنا تحديد ماهية الدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية؟ بداية نشير الى أنه رغم ضرورة الاجتهاد في رسم معالم هذا الحقل الدراسي، إلا أن اللجوء الى المقاربات تفتقد الى الحذر المعرفي يمكن أن يحمل معه مخاطر الاختزال والتبسيط واسقاط التنوع الذي يتسم به هذا الحقل الدراسي. ويبدو لنا أن أفضل السبل لمقاربة الموضوع تكون من خلال المدخل التاريخي.

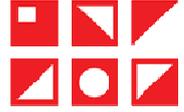
تمثل الدراسات الإعلامية والاتصالية حقلا معرفيا ظهر لأول مرة في أوائل القرن العشرين، وذلك بالتزامن مع بروز ما يسميه دان غيلمر **Dan Gillmor** "وسائل الإعلام الضخمة".<sup>8</sup> لكن من الواضح أن هناك أدبيات تاريخية كثيرة وهامة تناولت موضوع وسائل الإعلام قبل هذه الفترة، خاصة اللغة والكلام والاتصال بين الأشخاص والصور والأشكال المكتوبة والمطبوعة، لكن يبدو أن دورها كان ضئيلا أو معدوما في تشكّل هذا الحقل، أو قلما تمت العودة إليها. وتشير المراجع التي تتبعت المسار التاريخي للدراسات الإعلامية والاتصالية الى أنها تعود في "نسبها" الى أوائل القرن العشرين مع سوسيولوجيا كولي **Cooley**، وفلسفة الاتصال لديوي **Dewey**، وتحليل الدعاية للسويل **Lasswell**، ومقاربة الرأي العام للberman **Lippmann**، وأعمال بارك **Park** ومدرسة شيكاغو **Chicago School**، ولازرسفيلد **Lazarsfeld** والدراسات الامبريقية، والمدرسة السلوكية لبحوث الاتصال، ونظرية المعلومات التي برزت في أعمال شانون **Shannon** ووينر **Weiner** وغيرهم.<sup>9</sup>

تمثل الدراسات الإعلامية والاتصالية منتجا أكاديميا يجيل الى فترة الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي. فقد نشأت وتطورت وتمركزت موضوعاتها البحثية حول المجتمع الجماهيري، والاتصال الجماهيري، والإقناع، وتشكيل ومراقبة الرأي العام، وذلك في عصر أصبحت فيه الصحف مؤسسات تجارية كبرى تلعب دورا محورا في الثقافة العامة والسياسية، وسعت فيه السينما الى تعزيز مكانتها باعتبارها ترفيهها تجاريا مهما يقوم على الطابع الجماهيري لمنتجاته، وعرف فيه الراديو انتشارا واسعا في أوروبا وأمريكا الشمالية، وغمر ترفيه الصناعة الموسيقية السوق بالمنتجات ذات الطابع الاستهلاكي الجماهيري، وظهرت فيه التجارب المبكرة للبت التلفزيوني التي أثبتت نتائجها اللاحقة سيطرة هذا الجهاز على سوق الاتصال الجماهيري خلال القرن العشرين.<sup>10</sup>

<sup>8</sup>Gillmor, D.: *We the Media*, Sebastopol, CA: O'Reilly Media Inc, 2006. <http://www.oreilly.com/openbook/wemedia/book/>

<sup>9</sup>Hardt, H.: *Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America*, London: Routledge, 1992. <http://users.ipfw.edu/tankel/Syllabi/Spring%202010/COM%20330/Hardt.pdf>; Hesmondhalgh, D., Toynbee, J.: *Why media studies needs better social theory*, n.d. [https://is.muni.cz/el/1421/podzim2012/FAVz034/Pages\\_from\\_Hesmondhalgh\\_Toynbee\\_The\\_Media\\_and\\_Social\\_Theory.pdf](https://is.muni.cz/el/1421/podzim2012/FAVz034/Pages_from_Hesmondhalgh_Toynbee_The_Media_and_Social_Theory.pdf)

<sup>10</sup>Briggs, A. and Burke, P.: *A Social History of the Media*, Cambridge: Polity, 2005 <http://www.micheleleigh.net/wp-content/uploads/2014/08/SOCIALHISTORY.pdf>



إدًا فالدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية تمثل مجهودات أكاديمية علمية انتجت في فترة تاريخية معينة؛ أي أنها كانت استجابة تاريخية لسياقات يعينها وانعكاس لنمط تاريخي من الإعلام. هذا النمط كما أشرنا الى ذلك من قبل ضم الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي حيث تم تعريف الإعلام الجماهيري والاتصال الجماهيري باعتبارهما يميلان الى عصر ما بعد غوتنبرغ. وهذا التعريف، على علاته، يحدّد اهتمامات هذا الحقل الدراسي وحدوده. فمحور اهتمام الدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية هو مرحلة ما بعد غوتنبرغ التي يطبعها الاتصال الجماهيري، حيث يتم التركيز على عدد صغير من الحوامل الثقافية والإعلامية، مثل الكتاب المطبوع، والصحف، والسينما، والراديو والتلفزيون، وذلك باستخدام مقاربات ومناهج القرن العشرين. ورغم أن هذا الحقل الدراسي قد عرف تطوّرات مهمة في القرن العشرين، إلا مركز اهتمامه البحثي ظل الإعلام التقليدي وخاصة المرئي منه. وحتى المقاربات المختلفة التي تم الأخذ بها خلال فترات زمنية مختلفة وطُبِّقت في دراسة الاتصال الجماهيري، لا تخرج عن كونها انعكاسا متعددًا للعناصر التي تتشكّل منها، مثل بحوث الاتصال التجريبية، وعلم الاجتماع، والماركسية، ونظرية الفيلم، والنظريات النسوية، والمقاربة الثقافية، وغيرها من المقاربات.

وقد كانت الدراسات الإعلامية والاتصالية، في الممارسة العملية، دائما أكثر انفتاحا نظرا لطبيعتها متعددة التخصصات، حيث يميل الكثير من المدرّسين الى استخدام نصوص ومصادر متخصصة مختلفة في تحضير المقررات والمواد التي يدرّسونها. ويكمن السبب في لجوء المدرسين الى الاعتماد على مصادر من خارج حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية الى غلبة النصوص التقليدية على الحقل عموما. وقد عزّز هذا التوجه "المحافظ" انفجار صناعة المراجع المدرسية خاصة في السياق الأنجلوسكوبي في نهاية القرن العشرين، والسياق الأكاديمي للمشرق العربي خاصة، وذلك بالتزامن مع الازدياد الكبير في أعداد الطلبة والمواد الدراسية، وهيمنة دراسات الجمهور التي ركّزت على دراسة استهلاك المنتجات الثقافية الأكثر شعبية خاصة المرئية منها كالأفلام مثلا.

ويمكن التعرف على مدى سيطرة هذا الاتجاه من خلال المراجع المدرسية المدخلة (المداخل) لهذا الحقل، حيث تستخدم مخططا تصنيفيا متشابهًا الى أبعد الحدود تغلب عليه قائمة من الموضوعات شبه الموحدة كالجماهير، والمؤسسات، والتّمثّل، والآثار، والسيمولوجيا، والإعلان، الخ، مع التركيز على عدد محدود من أشكال الإعلام وتاريخها كالمطبوعات، والإذاعة، والسينما، والتلفزيون، واختيار شبه متطابق للأفكار والرؤى والمناقشات والمحتويات المقبولة لتفسير هذه الأشكال. في حين أن هذا التصنيف الحقلّي كان يبدو طبيعيا حينها، إلا أننا إذا نظرنا إليه بأثر رجعي سنجد أنه نتاج لتلك المرحلة، وأنه يعكس قيم وخصوصية النموذج التقليدي للإعلام.

إذا كانت الدراسات الإعلامية والاتصالية قد ركّزت على دراسة وسائل الإعلام التقليدية والمرئية منها على وجه الخصوص نظرا للمكانة التي يتربع عليها التلفزيون في المشهد الإعلامي، فهذا لا يعني أنها نجحت في ذلك بالضرورة. والسبب في ذلك أنها قدّمت صورة غير مكتملة في دراستها للحقل الإعلامي والاتصالي. وباعتبارها جزءا من العلوم الإنسانية، فقد تجاهلت الدراسات الإعلامية موضوعي الإرسال والتوزيع، ولم تبد اهتماما كبيرا بالمبادئ الهندسية أو العلمية لوسائط الإعلام، بل أظهرت إهمالا واضحا للمسائل التكنولوجية. أما موضوع الإنتاج الإعلامي فقد كان



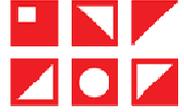
حظه أقل بكثير. إذ تم استخدام التحليل السوسولوجي لاقتصاديات وسائل الإعلام، والصناعات الإعلامية، وبنود وسائل الإعلام، لصرف الانتباه عن حقيقة أنه كان هناك عدد قليل جدا من الدراسات التفصيلية للإنتاج الإعلامي. وقد لا يعود السبب في ذلك كله الى انصراف الباحثين والمدرسين عن هذا الموضوع، بل مرده، ولو جزئيا أيضا، الى أن الصناعات الإعلامية نفسها لم تبد ميلا كبيرا للسماح للباحثين والمدرسين بمتابعة سيورة الإنتاج اليومي، دون أن ننسى ضعف الروابط بين عالمي الجامعة والصناعة الإعلامية، حيث نجد أن فئة قليلة من أعضاء هيئة التدريس تملك معرفة عملية أو خبرة مهنية في مجال تدريسها.<sup>11</sup>

وهو ما يفسر ما آلت إليه الدراسات الإعلامية والاتصالية اليوم. فبعد استبعادها وعدم اهتمامها، إلا في ما ندر، بالقضايا التقنية وضعف أدائها في دراسة الإنتاج الإعلامي، ركزت بشكل يكاد يكون حصريا على دراسة المحتوى والتلقي في شقهما الكمي تحديدا. هذا الولوج بتحليل المحتوى ودراسة الجمهور والذي يمكن اختصاره في عبارات من قبيل "قل ما تراه"، "واسأل الجمهور"، غدا هو النمط المنهجي السائد في هذا الحقل الدراسي. لقد كان توجهها يركز على الحاضر وتحضر فيه موضوعات دون غيرها وذلك بسبب وربما عدم القدرة على الوصول الى الإرشيفات سواء كانت مطبوعة أو مسموعة أو مرئية؛ وهي من المشاكل التي تم التغلب عليها اليوم بفضل تكنولوجيا الأرشيف الرقمية.

وعلى الرغم من أن الدراسات الإعلامية والاتصالية لم تتجاهل وسائل الإعلام الرقمي تماما، إلا أنها تعاملتمتها إلى حد كبير باعتبارها مبحثا يمكن فهمه من خلال الشبكة المفاهيمية للإعلام التقليدي. فقد رأت فيها إمتدادا للبيئة الإعلامية التقليدية، ولم تدرك أنه يمثل تحولا جذريا في طريقة الإنتاج الإعلامي، واستخدام المضامين واستهلاكها وتوزيعها. إذ غالبا ما يتم إدراج وسائل الإعلام الرقمية كآخر فصل في الكتب المدرسية المرجعية؛ وهو موقع يشير الى أهميتها في الحياة المعاصرة، بينما يتجاهل تأثير التكنولوجيات الرقمية واستخداماتها على مضامين الفصول السابقة. كما أنه لا يزال ينتظر إليها على أنها لا تشكل معرفة محورية داخل الحقل الدراسي (ما هو مثلا عدد المواد/المساقات المتعلقة بالتكنولوجيا الرقمية التي يتم إدراجها ضمن المتطلبات الإجبارية العامة في كليات وأقسام الإعلام والاتصال؟)، إذ يتعرف عليها الطلبة في فترات دراسية متأخرة من مسارهم الدراسي، وذلك بعد أن يتم تشكيل معارفهم ورؤاهم داخل النسق العام للدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية. وهنا تظهر مفارقة لا يمكن القفز عليه. إذ رغم أن الجيل الحالي من الطلبة قد ولد ويعيش في بيئة رقمية بامتياز، ورغم ولعه بالبيئة الرقمية وبكل ما هو رقمي عموما، فإنه قلما يتاح لطلبة السنة الأولى التعرف على وسائل الإعلام الرقمي في موادهم/مساقاتهم المدخلية التمهيدية. فالقائمون على حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية في نسختها التقليدية يميلون الى الاعتقاد بأنه يجب تأخير تعرف الطلبة على وسائل الإعلام الرقمية الى فترة زمنية قد تمتد الى سنوات الى حين حصولهم على الأساسيات التي يقوم عليها الحقل.

وقد ذهب أحد الباحثين الى القول، مازحا، أن بعض مدرسي الإعلام والاتصال المحافظين في السياق الغربي ربما يجهلون وجود وسائل الإعلام الرقمي! مشيرا الى أن أحدهم ألف مرجعا مدرسيا رفض فيه الدراسات الإعلامية والاتصالية في نسختها الجديدة، مدعيا عدم حدوث ثورة

العبد الله، مي: علوم الاعلام والاتصال وإشكاليات التكوين المهني في العالم العربي، بيروت: دار النهضة العربية، 2009. 11



رقمية في الإنتاج الإعلامي والتوزيع والإستهلاك.<sup>12</sup> فما بالك ببعض المدرّسين المحافظين في المنطقة العربية، الذين لا يستخدمون التكنولوجيات الرقمية معتبرين أنهم تمثل ترفا يصرفهم عن التفكير بعمق في الإشكاليات الإعلامية والاتصالية! لكن، ويا للمفارقة، يعرف كاتب هذه السطور البعض ممن لديهم الجرأة على تأليف كتب حول التكنولوجيات الرقمية واستخداماتها في المجال المهني الإعلامي وهم لا يعرفون كيف يستخدمون البريد الإلكتروني. وما أشار إليه الباحث يحيل الى عقلية تغلب على الكثير من المدرّسين في حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية الذين يرفضون إعادة النظر في مسلماتهم الدوغمائية متجاهلين التغييرات التي طرأت على البيئة الإعلامية المعاصرة. بل إن تضمين هذا الرفض في كتب جامعية موجهة للطلبة يؤدي من ناحية الى انكار هؤلاء المدرسين لتجارهم الشخصية واستخدامهم اليومي لوسائل الإعلام الرقمية، ومن ناحية ثانية تنفيذ الطلبة وصرفهم عن التخصص الذي اختاروه لإتمام دراستهم.

في ظل هذا الفجوة التي تفصل بين الدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية وواقع البيئة الإعلامية المعاصرة، فإن ما يجب أن نعيه جيدا هو أن الطلبة الذين يدرسون هذا التخصص أو المقبلين على دراسته يعتقدون أنهم يلتحقون بكليات أو أقسام الإعلام لدراسة وسائل الإعلام بينما الواقع يشير الى أنهم يدرسون الدراسات الإعلامية والاتصالية. لقد كانا مترابطين في ما مضى، لكن اليوم هناك هوة تتسع باستمرار لتفصل بين الدراسات الإعلامية والاتصالية والعوامل الإعلامية للدارسين. إذ يكتشف هؤلاء أن هذا الحقل يفتقد للتناغم مع البيئة الإعلامية الرقمية وأن القائمين عليه غير راغبين في التعامل مع محيطهم الإعلامي في صيغته المعاصرة، وأنهم يدرسون مواد ومراجع مدرسية تجاوزها الزمن ولا ترتبط بمعارف الطلبة وتجاربهم الإعلامية. وإجمالا فإن هذا الحقل الدراسي في صيغته التقليدية المحفوظة يفتقد للحياة وينطوي على مفارقة تاريخية بمقارباته التقليدية للبيئة الإعلامية المعاصرة.<sup>13</sup>

#### الدراسات الإعلامية والاتصالية والإيكولوجيا الإعلامية المعاصرة

قد يكون من باب تحصيل القول بأن البيئة التي احتضنت الدراسات الإعلامية والاتصالية قد تغيرت. فوسائل الإعلام الرقمية قد أحدثت تغييرات جذرية في عوالمنا الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية، وعليه يتعين على الدراسات الإعلامية أن تعيد النظر في مفاهيمها ومقارباتها لفهم هذه التغييرات، وبالتالي استيعاب المحيط الذي يشكل موضوع إشكالياتها البحثية. وبما أن وسائل الإعلام الرقمية تتمدد باستمرار

<sup>12</sup>Gauntlett, D.: "Media Studies 2.0: a Response", *Interactions: Studies in Communication and Culture*, 1(1), 2009. <https://clairemacme4.files.wordpress.com/2011/05/gauntlett-on-merrin-media-2-01.pdf>

بريس، اندريا، وويليامز، بروس: *البيئة الإعلامية الجديدة* (ترجمة شويكار زكي)، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع (نُشر العمل الأصلي باللغة الإنجليزية سنة 2010)، 2012.



باعتبارها الصيغة الأكثر ملاءمة للحياة المعاصرة خاصة في بعدها الاستخدامي والاقتصادي، فإنها تشكّل حسب غيلمر<sup>14</sup>، واندرسون<sup>15</sup>، وبنكلر<sup>16</sup> وجنكينس<sup>17</sup> تحدياً للنموذج التقليدي لوسائل الإعلام.

لقد تميّزت مرحلة وسائل الإعلام التقليدية بسيطرة المؤسسات الكبرى التي كانت تقوم بإنتاج معلومات ومنتجات موجهة للاستهلاك الجماهيري. أما اليوم، فقد حل محل النموذج الرأسي القائم على وجود صناعة إعلامية مركزية تحتكر إنتاج المعلومات ليستهلكها ملايين الأفراد، نموذج آخر يتسم بالأفقية، حيث يخاطب الجميع الجميع، ويسود فيه إعلام "الدفع" بدل إعلام "الجذب"، والمصادر المفتوحة بدل المغلقة، والإنتاج الجزئي عوض الشامل، وتتحدّى فيه المضامين التي ينتجها الهواة المضامين التي تنتجها الهياكل المهنية الهرمية والتخبوية، وما بعد اقتصاد الندرة بدل اقتصاد الندرة، والأنماط الجديدة من الذكاء الجماعي عوض سيطرة الخبراء، والحوار بدل المحاضرة، والإنتاج والنشر الموجه الى جمهور محدد بدل ذلك الموجه الى سوق الاستهلاك العام.<sup>18</sup>

إن ما ذكرناه سابقاً لا يعني أن النموذج التقليدي قد اختفى تماماً. فما زالت صناعة الصحافة والتلفزيون والإذاعة والسينما والموسيقى قوية ومهمة، ولكنها عرفت تحولات كبيرة بسبب التكنولوجيا الرقمية في إنتاجها وتوزيعها واستهلاكها، واضطرت إلى تكييف نموذجها التجاري لإيجاد طرق جديدة في تحقيق عائدات مالية والوصول الجماهير عرفت أنماطها الإستهلاكية وتوقعاتها تغيرات كبيرة. فصعود الميديا الشخصية أو الاتصال الجماهيري الفردي *Mass self-communication* مثل تحولاً حقيقياً في البيئة الإعلامية بحيث أن النموذج التقليدي للدراسات الإعلامية والاتصالية لم يعد قادراً على تفسير آليات اشتغال وسائل الإعلام المعاصرة ناهيك عن البيئة الإعلامية عموماً. إنه عصر ما بعد الإعلام التقليدي حيث تتناغم القدرة على الحضور مع التحكم التكنولوجي واستهلاك الميديا واستخدامها.

<sup>14</sup>We the Media

<sup>15</sup>Anderson, C.: *The Long Tail*, London: Random House Business Books, 2008.

[http://dl.motamem.org/long\\_tail\\_chris\\_anderson\\_motamem\\_org.pdf](http://dl.motamem.org/long_tail_chris_anderson_motamem_org.pdf)

<sup>16</sup>Benkler, Y.: *The Wealth of Networks*, London: Yale University Press, 2006.  
[http://www.benkler.org/Benkler\\_Wealth\\_Of\\_Networks.pdf](http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf)

<sup>17</sup>Jenkins, H.: *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, London & New York: University Press, 2006.  
<https://www.hse.ru/data/2016/03/15/1127638366/Henry%20Jenkins%20Convergence%20culture%20where%20old%20and%20new%20media%20collide%20%202006.pdf>

<sup>18</sup>Saarinen, M.: "From a Lecture to a Conversation: Audience empowerment in business newspapers in the digital era", *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2013.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/From%20a%20lecture%20to%20a%20conversation%20-%20audience%20empowerment%20in%20business%20newspapers%20in%20the%20digital%20era.pdf>



إن ما يضفي أهمية كبيرة على ما نشهده حاليا هو الطبيعة المترابطة للتحوّلات. فالترابط أو الاندماج الرقمي للأجهزة يزيد من قدرة الأفراد ويمكنهم من الحضور والفاعلية بشكل أفضل في محيطهم، ويضع نموذج الإعلام التقليدي موضع تساؤل ومساءلة. ولذلك فإن فكرة انفصال وسائل الإعلام بدل اندماجها لم تعد من المسلمات التي كانت سائدة في الإعلام التقليدي. أما عصر ما بعد الإعلام التقليدي فيتميز بغلبة سيرورة الابتكار والاختراع الدائمين حيث تعرف الأشكال الإعلامية تقادما سريعا، وإعادة تشكيل وتغيّر مستمرين. إنه عصر البيتا أو النسخة التجريبية الدائمة الذي يتم فيه اختبار جميع الأشكال الرقمية في السوق وتحسينها وتحديثها باستمرار. وهو ما يخلق بيئة من الصعب رسم معالمها بوضوح لأنها "سائلة" ومتجددة دوما.

ففي فترات سابقة، كانت مصطلحات مثل الصحافة والسينما والراديو والتلفزيون والهاتف تشير إلى أشكال تكنولوجية منفصلة تحمل مضامين مختلفة. أما اليوم فإن هذه المصطلحات هي من "بقايا" التاريخ وتستخدم كلما استدعى السياق الإحالة إلى كل أنواع المضامين التي يمكن الوصول إليها من خلال مجموعة من الأجهزة الرقمية. فما كان شكلا في عصر الإعلام التقليدي أصبح مضمونا في الأجهزة الرقمية. والنتيجة سقوط حاجز الشكل، أي سقوط الفوارق الفيزيائية بين الأشكال والتي جعلت من السهل تحويل مضمون وسيلة ما إلى أخرى. فجهاز التلفزيون الذي كان في ما مضى يقبع في أحد زوايا البيت أو يتوسطه معلنا سلطته الرمزية قد أصبح مضمونا يمكن الوصول إليه من خلال الهاتف والكمبيوتر المحمول. فالجهاز الذي يمثل "روح" العصر الرقمي هو عبارة عن برنامج كمبيوتر أو "ميديا بلاير **media-player**" يمكن أن يعرض أي مضمون رقمي دون تمييز. هذه المضامين "السائلة" و"العابرة للمنصات"، أي تلك لا تتطلب منصة عرض بعينها، تقتضي منا أن نعيد النظر بشكل جذري في التخصصات الدراسية التي سادت وما زالت الإعلام التقليدي، والتي ما زالت تدرس إلى اليوم بشكل منفصل رغم الاندماج والتقارب والتواؤم الذي فرضه المنطق الرقمي. عندما ننظر إلى عدد المدرسين الذي بنوا مساراتهم المهنية على التخصص في شكل واحد من الأشكال الإعلامية كالصحافة المطبوعة، والتلفزيون، والراديو، وعدد الأقسام التي تعتمد على التمييز الذي تجاوزه الزمن، ندرك حجم التحدي الذي تواجهه الدراسات الإعلامية والاتصالية في العصر الرقمي لكي تكون متساوقة مع الواقع.

ولا تقل التغييرات التي مست المضامين أيضا أهمية عن تلك طالت الأجهزة. فالقواسم الثقافية المشتركة التي ميّزت عصر الإعلام التقليدي قد تغيرت أيضا. إذ من الصعب العثور على مطبوعات أو أفلام أو برامج تلفزيونية أو أي أنماط أخرى من المضامين يعرفها جميع الطلبة أو سمعوا عنها. ففي عصر يتسم بانغماس الطلبة في وسائل الإعلام، فإن الكثيرين "يحنّون" إلى تلك الأيام التي كانوا يشكون فيها من جهل الطلبة بالماضي. وهذا الأمر لا يتعلق ببساطة بتجزئة الجمهور، بل يرتبط بتحوّل جذري في الإنتاج والاستهلاك. ففي مرحلة الإعلام التقليدي، كانت الصناعات الإعلامية تقوم بإنتاج كميات هائلة من المضامين الموجهة إلى الجمهور، أما اليوم فهي ما زالت تقوم بذلك بالتوازي مع ما يقوم الأفراد العاديون بإنتاجه أو ما يسمى المضامين التي ينتجها المستخدمون **UGC**. فإذا نظرنا إلى مصادر المضامين التي يستهلكها الطلبة، فغالب الظن أنهم يقضون وقتنا أطول في صناعة مضامينهم الخاصة واستهلاك ما ينتجه أقرانهم أكثر من استهلاكهم لمنتجات الإعلام التقليدي. إنها مضامين تنسم بالطابع الذاتي وموجهة إلى الأقران وتشمل خدمات الرسائل النصية والفيديو وتقاسم المضامين الإعلامية، والشبكات الاجتماعية والعوالم الافتراضية. والكثير



من هذه المضامين يتم تقاسمها في دوائر مغلقة، وبالتالي فهي ليست متاحة للعرض أمام جمهور عام؛ وهو أمر له تبعات وانعكاسات كبيرة على التدريس والبحث المناهج التحليلية في المستقبل. وباختصار فإن المضامين التي ميزت عصر الإعلام التقليدي قد أضيفت إليها أو ربما حلت محلها أشكال أخرى من المضامين تحكمها سيرورات وأعمال إنتاج وتوزيع مختلفة.

كل هذا يقودنا إلى مساءلة أو وضع مفهوم الجمهور موضع تساؤل. فغالبا ما ارتبط هذا المفهوم بالسلبية في التصورات التقليدية؛ وهو ما حاولت الدراسات الإعلامية والاتصالية تجاوزه من خلال طرح فكرة الجمهور النشط، التي تقوم على تمييز سلوكيات المتلقين في علاقتهم بما تنشره وتبثه وسائل الإعلام من مضامين. وبالنسبة للكثيرين، فإن وسائل الإعلام الرقمي التفاعلي قد نجحت في تجسيد فكرة الجمهور النشط مؤكداً بذلك ما ذهبت إليه المقاربات التي تمنح الجمهور دورا فاعلا. لكن هذا التفسير يمثل قراءة ارتجائية، ذلك أنه يحاول فهم عالم ما بعد الإعلام التقليدي بشبكة مفاهيمية تعود الى مرحلة الإعلام التقليدي.<sup>19</sup> فإذا كان الأفراد ما يزالون يقضون بعض الوقت في متابعة وسائل الإعلام التقليدي كجمهور، فإن المصطلح لا يصف سوى جزءا واحدا من تجربتهم واستخدامهم لوسائل الإعلام المعاصرة. فإضافة كلمة "نشط" يصف بالكاد دورا لم يعد موجودا في العديد من السياقات.<sup>20</sup> وعندما نسمع تلك الشكوى المتكررة بأن الطلبة قد توقفوا عن مشاهدة أي شيء، فماذا يجب أن نفهم من ذلك؟ لقد انتقلوا، ببساطة، عبر فعل التبادل والتقاسم والوسم واللعب والدردشة والتعليق والنشر والتحرير والتحميل والابتكار من المشاهدة الى الفعل. وباختصار، فإنه مهما كانت ماهية ما يقومون به، فإنه بالتأكيد ليس مجرد تلقي سلبي.

يمكن ملاحظة ذلك في الدراسات التي تتناول الظواهر الاتصالية والإعلامية المعاصرة، حيث يميل الكثير من الباحثين الى استخدام مصطلح<sup>19</sup> الجمهور دون الانتباه الى أنه فقد صلاحيته المعرفية في السياقات الجديدة. أنظر مثلا: سليم، احمد (2012). الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالانترنت والإعلام الجديد. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 39، 347-455؛ المنصور، محمد (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين. دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية. "العربية أنموذجا". رسالة ماجستير في الإعلام التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية. دراسة تحليلية. والاتصال، كلية الآداب والتربية / الأكاديمية العربية في الدانمارك؛ لامية، سهيلي (2014). لموقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال؛ العززي، وديع محمد (2015). استخدامات الشباب الجامعي لشبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك). المجلة العربية للإعلام والاتصال، 14، 79-134.

لعياضي، نصر الدين: "البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري"، المستقبل العربي،<sup>20</sup>

العدد 450، أغسطس 2016، ص. 7-

.27http://www.caus.org.lb/PDF/EmagazineArticles/Moustaqbal%20\_Arabi\_450%20albahs\_alalmi.pdf ; Rosen, J.: *The*

*People Formerly Known as the Audience*, June 27, 2006. http://archive.prssthink.org/2006/06/27/ppl\_frmr\_p.html



فبينما كانت وسائل الإعلام التقليدي مهتمة بالتواصل مع المجتمع وإعلامه، وذلك بالاعتماد على الفكرة المجردة للجسم الاجتماعي الذي يتشكّل من السكان باعتبارهم جمهوراً أو جماهير، فإن وسائل الإعلام الاجتماعية تستمد اليوم اسمها من الحياة الاجتماعية. فالعلاقات بين الأقران تصبح محورية ويتراجع دور الإعلام المهني التقليدي فاسحا المجال أما الإعلام التقاسمي والتشاركي حيث يكون الأفراد "إعلاميون" يمارسون التقصي والتحقيق، ويزوّدون أقرانهم وغيرهم بالأخبار ضمن عملية تقوم على فعل التغذية الجماعية التقاسمية للأخبار. فطلبة اليوم يجعلون من واقعهم الاجتماعي وتبنيهم لتقنيات التشبيك التي تمكنهم من القيام بذلك ظاهرة يمكن من خلالها تحديد طبيعة وسائل الإعلام المعاصرة.

فالأمر لا يتعلق فقط بمسألة الاختلافات في استخدام وسائل الإعلام، بل ببروز عوالم إعلامية اختيارية، حيث تتكاثر البيئات الإعلامية الشخصية التي يشرف عليها ويديرها أفراد عاديون، وتظهر أنماط تفاعل وتواصل يفضلها الأفراد. وكما هو الحال في كل الشبكات الاجتماعية، فبينما تتواصل وتترابط بعض العوالم، فإن البعض الأخر يبقى في الظل وينزل بسرعة إلى عالم النسيان دون أن يلححه أحد. وبالتالي يمكن للمدرّسين والباحثين في الإعلام والاتصال مواصلة مساهمهم المهني، والبقاء في قوتهم حيث يجتهدون في حضور المؤتمرات وتبادل أوراقهم البحثية، وبالكد يتبهون إلى ما يحصل في عوالم طلبتهم من تغيرات جذرية. وأيا كان مسار التحوّلات في الحقل الدراسي الإعلامي في المستقبل، فمن المؤكد أنه سيتقاسم القليل مع نموذج الإعلام التقليدي الذي نشأت الكثير من الأجيال في ظله.

بالأمس كنا نتوقّع من الطلبة أن ينتقلوا إلى العالم الإعلامي للكبار الذي تقطنه الميديا "الناضجة" "والجادة"، أما اليوم فإن مدرّسيهم قد بدأوا في "الرحيل" إلى عوالم طلبتهم الإعلامية، حيث الفاييس بوك وتوتير وانستغرام وسناشات وبنتراسست وساغند لايف وأخواتها. ففي عالم الأمس كان المدرّسون يتوقّعون أن تزداد معارفهم مع تقدّم مساراتهم المهنية، حيث تمثل الأستاذية قمة المعرفة في حقلهم الدراسي، أما اليوم فإن المسارات قد انعسكت فكلمّا تقدّم الأستاذ في السن كلما تقادمت مؤهلاته ومعارفها أصبحت تنتمي إلى الماضي. ورغم تباين اهتمامات الطلبة والمدرّسين وكفاءاتهم التقنية، ولكن لا يمكن إنكار أن هناك نمطا عاما يغلب على هذا السياق. فقد ساهمت التكنولوجيا الجديدة والتطبيقات والمضامين والأنشطة والسلوكيات وطرق الاستهلاك وطبيعة العلاقات الجديدة مع الأشكال القديمة في إعادة تشكيل العوالم الإعلامية. هذه العوالم تتطلب من الأكاديميين أن يبذلوا جهدا أكبر مقارنة بطلبهم لمواكبة روح العصر. وهذه الفجوة بين الجيلين تزداد إتساعا مع الأيام. ولا يمثل استخدام الطلبة لوسائل الإعلام المعاصرة مرحلة عابرة، بل سيمتد معهم طوال حياتهم. أما الأجيال القادمة فستدفع هذا الإتجاه إلى أبعد الحدود.

#### في ضرورة تجديد الدراسات الإعلامية والاتصالية

إن الوضع الذي نعيشه اليوم ما هو إلا تجلي أولي للتغيرات والتحديات التي يفرضها عصر ما بعد الإعلام التقليدي. ومع ذلك، فإن هذه الملامح الأولية تشير إلى أن التحوّلات التي يعرفها نموذج الإعلام التقليدي يتطلب تحوّلات موازية في مقارنة حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية. وقبل أن نذهب بعيدا في مناقشة الشكل الذي يمكن أن تتخذه الدراسات الإعلامية والاتصالية في نسختها الجديدة، يجدر بنا أن توضّح،



على طريقة تعرف الأشياء بأضدادها، ما لا ينتمي الى هذا الحقل الدراسي في نسخته المعاصرة، حيث أن هناك ميل واضح لتأكيد تركيزها على وسائل الإعلام الرقمي وربطها ببعض المواقف المتصلة بذلك.

أولا، يجب التأكيد على أن الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة ليس رفضا للصحافة والإذاعة والسينما والتلفزيون. فهذه الأشكال الإعلامية لن تختفي من المشهد الإعلامي كما يدعي المولعون بالنهايات. وكل ما تحرص الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة على القيام به هو الاجتهاد في معرفة الإكراهات التي خضعت لها هذه الأشكال الإعلامية والتي أنتجت التحوّلات التي عرفتها في طريقة إنتاجها وتوزيعها وتلقيها واستخدامها، واقتصادياتها ونموذجها التجاري وعلاقتها الجديدة بالأشكال الأخرى. فهذا الحقل الدراسي في نسخته المعاصرة يسعى الى استكشاف هذه التحوّلات ودراسة تبعاتها بشكل علمي.

ثانيا، ليست الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة انتصارا لوسائل الإعلام الرقمي أو "الجديد" أو احتفاء تعبيريا ودوغماتيا بالطابع الديمقراطي والإيجابي المحايث لهذه الوسائل. فقد أشار ماكلوهان منذ فترة طويلة الى أن الكثير من الناس يبدو أنهم يعتقدون أنك إذا تكلمت عن شيء حديث، فهذا يعني أنك تنحاز له بالضرورة.<sup>21</sup> والأمر نفسه ينطبق على الإعلام الرقمي، إذ يتعقد البعض أن الحديث عنه يعتبر بالضرورة حديثا احتفائيا، يفرض على أصحابه نوعا من الشعور بالرهبة. فالدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة لا تدعي لنفسها وضعا خاصا. فهي تقوم على ضرورة الوعي بالتغيرات التي أحدثتها التحول الى التكنولوجيات الرقمية واستكشافها واستثمارها في التعرف على ملامح الإيكولوجيا الإعلامية المعاصرة. فوسائل الإعلام الرقمي هي كوجهي العملة مثلها في مثلك مثل من سبقها، حيث يمكن استثمارها في خلق أشكال جديدة من المراقبة والضبط والتحكم، كما يمكن تطويعها لتكون أدوات تمكين وترشيد للأفراد في ممارسة حقوقهم.

ولنا في مفهوم التفاعلية خير دليل باعتباره المفهوم الأكثر حضورا عند الحديث عن الإعلام الرقمي إذ يكاد يكون معادلا لهذا الأخير. فبفضل التفاعلية، أصبح بإمكان المسوقين مثلا إخضاع الجمهور لسلسلة من التجارب المدروسة بدقة لتحديد أفضل السبل للتأثير على المستهلكين؛ فتشجيع الأفراد على تقديم معلومات تفصيلية عن أنفسهم، والتعبير عن أنفسهم والمشاركة في التصنيف الذاتي يعتبرها البعض حيلة من حيل من رجال التسويق، أو أي سلطة عموما، للتحكم والسيطرة.<sup>22</sup> أما الوجه الثاني للعملة فهي أن التفاعلية في جوهرها ذات طبيعة سياسية حيث تنقل التحكم من المرسل الى المتلقي، وتجعل كل التمثلات السائدة للواقع عرضة للتحدي وعدم التصديق. كما أنها تمثل أفضل تجسيد لفكرة التمكين (Empowerment) خاصة أن التغيير الاجتماعي غالبا ما يكون مصدره وعي الأفراد وتحويلهم الى مشاركين نشطين.<sup>23</sup>

<sup>21</sup>Vieta, M., Ralon, L.: "Being-in-the-Technologically-Mediated-World: The Existential Philosophy of Marshall McLuhan", *The Popular Culture Studies Journal*, 1(1&2). , 2013. <http://mpcaaca.org/wp-content/uploads/2013/10/PCSJ-V1-N12-Vieta-Ralon-Being-in-the-Technologically-Mediated-World.pdf>

<sup>22</sup>Glass, Z.: "The Effectiveness of Product Placement in Video Games", *Journal of Interactive Advertising*, 8(1), 2007. <http://www.jiad.org/article96>

<sup>23</sup>Coleman, S.: *A Tale of Two Houses: The House of Commons*, The Big Brother House, 2003. [www.clubepublic.org/eve/030708/Hansardb\\_b.pdf](http://www.clubepublic.org/eve/030708/Hansardb_b.pdf)



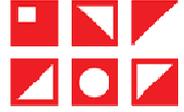
ثالثا، ليست الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة دعوة لدراسات إعلامية جديدة قائمة بذاتها، إذ أن ذلك يوحي بشكل خاطئ أنها يمكن أن توجد دون أي اعتبار لوسائل الإعلام الرقمي، أو أن هذه الأخيرة يمكن أن توجد كموضوع قائم بذاته.

رابعا، ليست الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة متعالية على التاريخ. فالمناقشات التي تدور حول وسائل الإعلام الرقمي غالبا ما تتعرض للنقد بسبب إدعاءاتها بأنها تمثّل تحولات "جديدة" تملك تاريخا طويلا. فالحوسبة الحديثة، على سبيل المثال، تعود جذورها إلى منتصف القرن التاسع عشر، وذلك قبل اختراع وصقل العديد من أشكال وسائل الإعلام الإذاعية والمرئية التي تزعم أنها تحل محلها، في حين أن عناصر وسائل الإعلام الرقمي مثل الرقمية، والاتصالات الشبكية، والهاتف المحمول، والألعاب وما إلى ذلك لها تاريخها الخاص والمعقد، وكلها تقوّض التحقيب التكنولوجي المبسّط للدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية والدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة. لقد قدّم أحد الباحثين إجابة عن ذلك من خلال تتبّع التاريخ المتزامن لوسائل الإعلام الجماهيري والحوسبة من منتصف القرن التاسع عشر وصولا إلى الفترة التي يلتقيان فيها ويندمجان إلى درجة أن أصبحت وسائل الإعلام عبارة عن حوسبة وأصبحت هي الأساس الذي تقوم عليه وسائل الإعلام.<sup>24</sup>

كما أن الأمر يرتبط أيضا بكيفية استخدام تاريخ وسائل الإعلام. فإذا تم استخدام هذا التاريخ بشكل سلمي، فإنه يغلب عليه الطابع الدفاعي والحافظ، حيث يتم إضفاء صبغة تاريخية على التطورات المعاصرة لاستبعاد أي جديد وبالتالي عدم الحاجة إلى التعامل معه. أما إذا تم تبني رؤية إيجابية للتاريخ، فيتم التسليم بأن السيرورات التاريخية تمتد إلى الحاضر، وبالتالي فإن التحولات المعاصرة هي جزء منه. هذه القراءة للتاريخ تعي أن وسائل الإعلام الرقمي على تعدد أنماطها لا تتسم فقط بالارتباط بالماضي، وبالتالي بالاستمرارية فحسب، بل أنها تظهر أيضا انقطاعات فعلية. فالسكة الحديدية والتلغراف مثلا يمكن أن يفيدنا في فهم الانترنت وتأثيراتها الثقافية، ولكن علينا أن نعترف أيضا بتميّز الانترنت عما سبقها من الوسائط، حيث لم يعرف العالم قبل ظهورها وسيلة تتسم بطابعها الآني والتفاعلي والشخصي والمتعدد الوسائط.

ومع أن لكل تكنولوجيا من التكنولوجيات تاريخها الخاص، إلا أن مساهمتها في التحولات الاجتماعية غالبا ما تتزامن مع تبنيها وانتشارها واستخدامها اليومي من طرف أكبر عدد من الأفراد. وهذا ما شهده العالم، مثلا، في نهاية القرن العشرين مع تراجع أسعار أجهزة الكمبيوتر، والاتصالات الشبكية، واتساع استخدام الانترنت وتكنولوجيا الهواتف الرقمية، واستبدال الفيديو بأقراص الفيديو الرقمية، وانتشار تبادل الملفات، واستهلاك الموسيقى كملفات موسيقية، وتوافر التصوير الرقمي التجاري وكاميرات الفيديو الرقمية، والتلفزيون والراديو الرقمي، بالإضافة إلى التطورات المستمرة في مجال التصوير السينمائي الرقمي والنشر. وقد ساهمت كل هذه التطورات مجتمعة في إعادة تشكيل الإيكولوجيا الإعلامية الحالية. وعموما فإن التطورات في كل عصر تساهم، عند بلوغها الذروة، في خلق أشكال جديدة من التكنولوجيا التي تعمل بدورها على إعادة تشكيل عوالم الأفراد.

<sup>24</sup> Manovich, L.: *The Language of New Media*, London: MIT Press, 2001.  
[http://faculty.arts.ubc.ca/emeyers/LIBR559B/readings/Manovich\\_2001.pdf](http://faculty.arts.ubc.ca/emeyers/LIBR559B/readings/Manovich_2001.pdf)



من الأمور التي تستحق التوقف عندها، يمكن ملاحظة أن الدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية نفسها قد أثبتت أنها غير تاريخية. فارتباطها بالإعلام التقليدي جعلها تمنح الأولوية لتاريخ بعض الأشكال الإعلامية التقليدية، حيث ركزت في المقام الأول على عدد قليل من هذه الأشكال كالمطبوعات والصحافة والسينما والإذاعة والتلفزيون، وتجاهلت التنوع الذي ميّز البيئة الإعلامية. فهناك تغييب ومحو للكثير من العوالم الإعلامية من الكتب المرجعية للدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية الغربية مثل صناعات الترفيه الموجهة للجماهير والجمهور الحضري تحديداً، والصناعات الإذاعية التجارية في القرن التاسع عشر والتي تركزت حول الفانوس السحري والاستريوسكوب (التصوير ثلاثي الأبعاد أو التصوير المحسّم) والتصوير الفوتوغرافي في السياق الغربي.<sup>25</sup> أما في سياق الدرس الإعلامي العربي، فهو غالباً ما يعيد إنتاج نفس التصورات والمقاربات والتصنيفات والنماذج الغربية الجاهزة التي تعرف حالياً مراجعات نقدية عميقة.

وإذا ما نظرنا إلى الوسائط الإعلامية لعصر ما بعد الإعلام التقليدي، نجد أن حضورها يكاد يكون معدوماً في الكتب المرجعية الدراسية. إذ لم توليها الدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية أي اهتمام وتركزت هذا المجال إلى تخصصات أخرى. فالصورة وعواملها تدرّس في علم الآثار والأنثروبولوجيا، واللغة احتضنتها اللغويات، والاتصال بين الأشخاص يحظى باهتمام معلم النفس. أما الأفكار التاريخية حول الصور والوساطة فنجدتها في الفلسفة واللاهوت. بينما وجدت ثقافة المخطوطات موقعها في التاريخ، واهتم تاريخ الفن بجمالية الصورة، وحضر التصوير الفوتوغرافي في الدراسات المهمة بالتصوير. وإذا كانت هذه التقسيمات تبدو منطقية، فإنما لا يبدو كذلك أن الدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية قد أحدثت قطيعة مع معظم ما يشكّل تاريخها. وهو ما كانت له تبعات كثيرة وعميقة على طبيعة المعارف التي يتم تدريسها في هذا الحقل الدراسي، وبالتالي التمثلات والتصورات التي تبنيتها هذه الدراسات في عقل الدارسين.

إن القراءة التي نقدّمها هنا والتي تؤكد على ضرورة إعادة النظر في تمثّلنا لوسائل الإعلام تعتبر نوعاً ما "متألمة". فالكثير من الدراسات التي تركز على وسائل الإعلام في القرن العشرين وتدرّسها من خلال مداخل نظرية ومقاربات منهجية معينة تحظى بالأفضلية لأسباب كثيرة ليس هنا مجال التفصيل فيها، بينما يتم تغييب تاريخ الصورة مثلاً بشكل يكاد يكون كاملاً. إن فهم تاريخ الصورة واستخداماتها ووظائفها وسلطتها يمر بالضرورة بالرجوع إلى الأدبيات التاريخية والأنثروبولوجية والفلسفية للصورة.<sup>26</sup> وهو ما ليس حاصل اليوم. فتاريخ الصورة يعد جزءاً من تخصصات أخرى، أما الدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية فلا تتضمن إلا إشارات بسيطة إلى هذا التاريخ، وهو ما يؤدي إلى تعريفات تنقصها الدقة لكل من وسائل الإعلام وتاريخها.

ويعود السبب في هذا الفصل بين الأشكال إلى أن الدراسات الإعلامية والاتصالية قد خاضت "معارك" في الكثير من البيئات الأكاديمية من أجل أن تجد لنفسها موضع قدم داخل حقل الأكاديميا الانسانية والاجتماعية، وتتأسس كحقل بحثي متداخل ومتعدد التخصصات متميز عن

<sup>25</sup> *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*

<sup>26</sup> Debray, R.: *Vie et Mort de l'image: Une histoire du regard en Occident*, Paris: Gallimard, 1992.

<https://ec56229aec51f1baff1d->

[185c3068e22352c56024573e929788ff.ssl.cf1.rackcdn.com/attachments/original/6/1/1/002620611.pdf](https://ec56229aec51f1baff1d-185c3068e22352c56024573e929788ff.ssl.cf1.rackcdn.com/attachments/original/6/1/1/002620611.pdf)



الحقول المعرفية الأخرى بمضامينه المعرفية ومقارباته ومناهجه البحثية.<sup>27</sup> ورغم أن تركيزه على دراسة وسائل الإعلام الجماهيري، والاتصال الجماهيري والتلقي وغيرها، قد منحه هوية خاصة، إلا أن ذلك كان على حساب تقييد موضوعاته البحثية. وفي حين أن هذا الوضع كان "مفيدا" في عصر الإعلام التقليدي، إلا أن هذه القيود تمثل اليوم عقبة أمام تطور هذا الحقل الدراسي. وقد كشف لنا الإعلام الرقمي، لحسن الحظ، أن عصر الإعلام التقليدي لم يكن سوى مرحلة من مراحل تاريخ وسائل الإعلام، وأتاحت لنا فرصة إعادة اكتشاف أنماط ما قبل الإعلام التقليدي، وإعادة النظر في تاريخ وسائل الإعلام الخطي، وتجديد نظرتنا إلى الأشكال القديمة، وكتابة تاريخ جديد لوسائل الإعلام. فالفايسبوك مثلا يتقاسم الكثير من الخصائص مع البطاقات المهنية أو بطاقات الأعمال أكثر من تلك التي يتقاسمها مع التلفزيون، كما أن السكند لايف تشتركي الكثير من السمات مع الاستريوسكوب والتصوير البانورامي أكثر من اشتراكهما مع السينما والإذاعة والصحيفة. وعليه فإن الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة يمكن أن تكون أكثر تاريخية مقارنة بالنسخة التقليدية لهذه الدراسات.

وأخيرا، فإن الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة لا تكمن فقط في دراسة البيئة الإعلامية في الغرب والتي ظلت إلى فترة محور الدراسات التقليدية. فاليئات الإعلامية في الدول الآسيوية الناهضة بفضل التكنولوجيات الرقمية، والمحمولة خاصة، تظهر أن نجاح التكنولوجيا ليس بالضرورة خطيا، حيث توجد "فجوات" تكنولوجية متفاوتة بين الدول وداخل نفس الثقافات والطبقات. وحتى لو كانت بعض الدول تجد صعوبة في امتلاك التكنولوجيا الرقمية، فهذا لا يعني التوقف عن الاهتمام بها. ومع ذلك، وبالنظر إلى أنه لا يوجد اليوم أي بلد يمكن أن يفلت من تأثيرات التكنولوجيات الرقمية، وبالتالي الوقوع تحت تأثير المعلومات الإلكترونية والمراقبة، فإن الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة لا تفقد شرعيتها بسبب التفاوتات العالمية. بل على العكس من ذلك، فإنها تساعد على إدراك هذه التفاوتات.

### الدراسات الإعلامية والاتصالية وضرورة التناغم مع روح العصر

إذا، ماهي الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة تحديدا؟ إنها نوع من التحيين أو التحديث للدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية وليست بديلا لها. فإذا كانت هذه الأخيرة، كما ذكرنا سابقا، منتج من منتجات عصر الإعلام التقليدي وانعكاسا لسيرواته وأشكاله الأكثر حضورا، فإن الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة هي انعكاس لبيئة إعلامية متغيرة، وبحث واستكشاف للعصر الرقمي وتبعاته. وإذا كان الدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية قد تشكلت في القرن العشرين، فإن الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة تستمد شرعيتها من تحديها في القرن الحادي والعشرين. فهي دراسات عينها على الحاضر لكنها لا تغفل الماضي، وحريصة على الانغماس في العوالم الإعلامية للطلبة بهدف

<sup>27</sup> bekwe-Sanjuan, F.: *Information science in France. Emergence, Evolution and Perspectives*, March 29, 2012. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00681931/document> ; Puustinen, L.: *Mapping Media and Communication Research: France*, Research Report, n.d. <http://www.helsinki.fi/crc/Julkaisut/ReportFrance.pdf>



معرفتها وفهمها. إنها دعوة للدراسات الإعلامية والاتصالية الى عدم اسقاط الإعلام الرقمي من أجندتها التعليمية والبحثية والانفتاح على التغييرات التي صاحبته، وتوسيع وتحيين وتحديث معارفها ومراجعتها ومساءلة أفكارها وافتراساتها وحججها في ضوء الواقع المعاصر. إنها باختصار دعوة للدراسات الإعلامية والاتصالية كي تكون متناغمة ومنسجمة مع عصرها.

ولتجاوز الوضع الذي تعيشه الدراسات الإعلامية والاتصالية في الوقت الحاضر، فإن نقطة البداية ربما تكون من خلال تبني رؤية تقوم على المساءلة والمراجعة المنتظمة والتحيين المستمر لهذا الحقل وشبكته المفاهيمية ومقارباته ومناهجه وأفكاره وذلك على ضوء التغييرات في البيئة الإعلامية، والتكنولوجيات الإعلامية، والاستخدامات الاجتماعية وتجارب الأفراد. وهذا يتطلب اعتراف القائمين على هذا الحقل بهذه التغييرات؛ وهو ما لم يحصل الى اليوم، ويكفي للتأكد من ذلك إلقاء نظرة على الكتب المدرسية المرجعية. فبينما نجد أن الطلبة ونسبة كبيرة من المجتمع والإعلاميين والمنتجين على وعي بالعوامل التكنولوجية، إلا أن الدراسات الإعلامية والاتصالية نفسها والتي تشكل هذه العوامل موضوعات دراسية لها تبدو وكأنها تتجاهل، عن عمد، التغييرات الحاصلة في هذه البيئة، وعاجزة عن تقدير أهمية هذه الأشكال الجديدة، وتفتقد الى القدرة على فهمها وتحليلها. فما زالت تمنح الأولوية للإعلام التقليدي، غير مدركة أن جزءا كبيرا من المجتمع أصبح اليوم يعتبر ممارسة الوكز\الوخز (poke) على الفاييسوك مثلا، والاعتناء بالبدائل/أفاتار (avatar) الرقمية، وتبادل الكثير من المضامين الرقمية أكثر أهمية من قراءة الصحف والاستماع الى الإذاعة ومشاهدة التلفزيون. كما أن المؤسسات الأكاديمية والأفراد يعملون، في استقلال عن بعضهم البعض، في بناء نسختهم الخاصة بهذا الحقل الدراسي. وكثيرا ما تتجاهل تاريخ المفكرين والسيوروات التي شكّلت تاريخها وتركز على تدريس بعض المفاهيم دون غيرها. هذا الوضع يستدعي أولا إعادة النظر في مضامين ومفاهيم ومقاربات الدراسات الإعلامية في عصر الإعلام التقليدي، والاستغناء عن كل ما لم يعد مناسباً لفهم البيئة الجديدة، وتحديث أفكارنا وربطها بالحاضر. كما أننا نحتاج الى التأكيد على الأبعاد الجديدة في استخدام وسائل الإعلام وتطوير أنظمة تصنيف وأفكار ومفاهيم ومقاربات جديدة لفهمها.

فقد غدت اليوم مسائل الواقع الفيزيائي والافتراضي ظواهر مركزية، مثلها في ذلك مثل قضايا الهوية والشخصنة، والإنتاج الفردي، والإبداع والحرفية، والسيوروات الجديدة للعمل الرقمي والملكية، والطابع المحجّن للوسائل للأشكال، وإيكولوجيا وسائل الإعلام، والطابع المادي لوسائل الإعلام وهندستها، والأشكال الجديدة للواجهات والتفاعل، والأنماط الجديدة للتواصل، وعمليات تنظيم المعلومات وجمعها واسترجاعها، والأرشفة الرقمية، وحقوق الملكية الفكرية، وثقافة القرصنة، والسياسة والاقتصاد الافتراضيين، والترفيه الرقمي، والمحاكاة، ووسائل الإعلام المحمولة والحاضرة في كل مكان، وأشكال الواقع الافتراضية، والواقع المعزّز، والتجارب الجسدية والحسية الجديدة والتصورات الجديدة للجسم الاجتماعي.<sup>28</sup> فموضوعات مثل

<sup>28</sup>Watson, Z.: *VR for News: The News Reality?* Digital News Report, 2017.

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/VR%20for%20news%20-%20the%20new%20reality.pdf> ; Eriksson, C. I., Åkesson, M., Lund, J.: "Designing Ubiquitous Media Services - Exploring the Two-Sided Market of Newspapers", *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce*, 11(3), 2016, pp. 1-19, <http://www.scielo.cl/pdf/jtaer/v11n3/art02.pdf> ; Umair, S.: "Mobile Reporting and Journalism for Media Trends, News Transmission and its Authenticity", *Journal of Mass Communication & Journalism*, 6(9), 2016, pp. 6-9. <https://www.omicsonline.org/open-access/mobile-reporting-and-journalism-for-media-trends-news-transmissionand-its-authenticity-2165-7912-1000323.pdf> ; Scolarì CA.: "Media evolution:



الخصوصية والمراقبة والجريمة والأمن والتي كان حضورها باهتاً أو معدوماً في الدراسات الإعلامية، من الضروري إدراجها اليوم في أي تحليل نقدي لوسائل الإعلام المعاصرة.

وتتيح مراجعة الشبكة المفاهيمية ومقاربات هذا الحقل الدراسي إعادة اكتشاف العناصر التي تم تهميشها بسبب هيمنة مفاهيم مثل الجمهور، ومقاربات بعينها مثل بحوث التأثيرات والاستخدامات والاشباعات والدراسات الإثنوغرافية. فالقضايا المرتبطة بالسياسة والاقتصاد السياسي للصناعات الإعلامية والمؤسسات وقوة وسائل الإعلام، على سبيل المثال، تستحق تجديد الاهتمام بها، مثلها في ذلك مثل نظريات الإعلام والتكنولوجيا. وهناك الكثير من الأدبيات النظرية التاريخية والمعاصرة التي يمكن العثور عليها في الأنثروبولوجيا، والفلسفة، والنظرية الاجتماعية، والدراسات الثقافية، والثقافة الرقمية والتي تحتاج الدراسات الإعلامية إلى أن تكون أكثر وعياً بها وأكثر حرصاً على توظيفها.<sup>29</sup>

ويمكن أن تمثل قضية التكنولوجيا مشكلة كبيرة بالنسبة لحقل الدراسات الإعلامية. إذ لا يمكن فهم البيئة الرقمية، دون مراجعة موقع التكنولوجيا في هذا الحقل، وإيلاء أهمية للعلاقة التاريخية بين الإنسان والمجتمع والتكنولوجيا. فقد اعتبر رموند ويليامز في نقده للحتمية التكنولوجية لماكلوهان أنها "الخطيئة الكبرى" لهذا الحقل.<sup>30</sup> بينما ذهب ستيرت هول في نموذجته حول التشفير وفك التشفير إلى التركيز على استقبال الجمهور بدل الإنتاج أو البث أو التكنولوجيا.<sup>31</sup> هذا الوضع أدى إلى تهميش التكنولوجيا وصعود دراسات الجمهور بتنوعاته المختلفة. وقد نتج عن استبعاد النقاش حول التكنولوجيا وعدم التفاعل مع النماذج النظرية الجديدة التي عرفت العلوم الاجتماعية خلال الثمانينيات والتسعينيات من القرن العشرين عدم قدرة الدراسات الإعلامية على التعامل والتكيف مع التطورات المتسارعة في وسائل الإعلام الرقمي ابتداءً من منتصف التسعينيات من القرن الماضي. وبدلاً من ذلك، فقد احتضن علم الاجتماع، والدراسات الثقافية، ودراسات مجتمع المعلومات، وما بعد الحداثة، والعولمة، والثقافة الرقمية، والنظرية الرقمية أكثر المقاربات النظرية عمقا لوسائل الإعلام الرقمي. وقد تأخر اهتمام الدراسات الإعلامية بوسائل الإعلام الرقمي، وتجاهلت الأدبيات التي تناولتها بالدرس، وعالجتها من خلال براديجماتها الخاصة، حيث تم التركيز على جمهور وسائل الإعلام الرقمي خاصة.

ولا يزال "العداء" الذي تحمله الدراسات الإعلامية والاتصالية للتكنولوجيا يعوق رؤيتها، خاصة عند ربطها "بالحتمية التكنولوجية"، حيث تستخدم هذه المقولة كآلية سحرية في استبعاد أي حاجة للتعامل مع القضايا العميقة والسيرورات التاريخية المعقدة والمناقشات النظرية الناقدة. وهو نفس الموقف الذي اتخذته من فلسفة التكنولوجيا التي تُعد من المجالات الناشئة والأكثر شعبية وأهمية، والتي تشكلت من التقاء الفلسفة، ودراسات المعلومات، والدراسات الثقافية ودراسات الكمبيوتر، حيث تجاهلتها تاركة المجال للحقول الدراسية الأخرى.

emergence, dominance, survival, and extinction in the media ecology", *International Journal of Communication*, 7, 2013, pp. 1418-1441. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1919/936>

<sup>29</sup>Nightingale, V.: "Media Ethnography and the Disappearance of Communication Theory", *Media International Australia*, 145, 2012, pp. 94-112. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1329878X1214500111>

<sup>30</sup>Williams, R.: *Television: Technology and Cultural Form*, London: University Press of New England, 1992. <http://stuartgeiger.com/willia>

<sup>31</sup>Hall, S.: Encoding/Decoding. In Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. and Willis, P. (Ed.) *Culture, Media, Language* (pp. 51-61). London: Hutchinson, 1980. <https://spstudentenhancement.files.wordpress.com/2015/03/stuart-hall-1980.pdf>



لذلك يجد الباحث نفسه في وضع مربك حيث تسعى الدراسات الإعلامية الى مقارنة السيرورات التاريخية للاتصال، والوساطة، والتجارب المشتركة مع إغفال أي إشارة إلى التكنولوجيا، وغياب حضور أي عمق معرفي أو اهتمام بالسجلات التاريخية حول العلاقة بين الثقافة والطبيعة وبين العضوي والميكانيكي، إضافة الى قصور معرفي بالكتابة التاريخية حول التكنولوجيا بما في ذلك أعمال منظري التكنولوجيا في القرنين التاسع عشر والعشرين، وإصرار على إسقاط مسألة التكنولوجيا وعدم الاعتراف بأي دور لها في المجتمعات البشرية، وذلك رغم أن عصرنا يشهد واحدا من أكثر التحولات التكنولوجية الاستثنائية في تاريخ وسائل الإعلام الحديث. إننا إزاء رؤية لم تعد تملك أي مصداقية معرفية. وعليه يحتاج هذا الحقل الدراسي الى تصورات تاريخية ونظرية أكثر عمقاً ضرورة الاعتراف خاصة بتبعاتها الاستمولوجية.<sup>32</sup> فكل التطورات الحاصلة في اتصالاتنا وحضورنا في الزمن الإلكتروني الآني وعلاقتنا الجسدية والحسية بوسائل الإعلام تجعل من الضروري أن نأخذ مسألة التكنولوجيا على محمل الجد.

وتمتد مخاوف الكثير من مدرّسي الدراسات الإعلامية التقليديين من التكنولوجيا لتشمل استخدامهم الشخصي لها. فبينما يملكون فهما واسعا للمبادئ التقنية الناضجة لوسائل الإعلام واستخداماتها، ويتقاسمون هذه المعرفة والمهارات مع طلبتهم، فإن معارفهم اليوم بالبيئة الإعلامية وبوسائل الإعلام ووظائفها وإمكاناتها وطرق عملها، وكيفية استخدامها تتقادم بشكل متسارع. فما لم يتمكنوا من مواكبة هذه التقنيات المتغيرة، وما لم تصبح جزءا مركزيا في حياتهم كما هي بالنسبة لطلبتهم، فإنهم سوف يفقدون الأهلية، وبالتالي الحق في تعليمهم. ففي الحقبة التي كانوا يشاهدون فيها التلفزيون مثلا كانوا يملكون الحق في تعليمه، أما اليوم فما لم يكونوا قادرين على استخدام الأجهزة الذكية في التصوير والتحرير، والتشبيك، وإنتاج المضامين النصية والفيديوية وغيرها، وتنزيلها وتحميلها، وتقاسمها، ووسمها، فإنهم سوف يفقدون هذا الحق.

تشير كل هذه المؤشرات الى ضرورة وجود رؤية شاملة جديدة لوسائل الإعلام. ففي عالم يتّسم بسيولته، تظهر الحاجة إلى ضرورة تطوير قدرات أكبر على فهم ومتابعة واستخدام التقنيات، وإدراك الترابط الكلي بين وسائل الإعلام، وتجديد التخصصات الأكاديمية التي عمرت طويلا، وريح "رهان" التعدد والتداخل التخصصي الذي هو جوهر حقل الإعلام والاتصال. تحتاج الدراسات الإعلامية والاتصالية الى معرفة علمية وأدبية متجددة لفهم وسائل الإعلام الرقمي، واستيعاب ما يحدث في عالم اليوم. ألم يقل ملكوهان يوما بأنه لم يسع الى التنبؤ بالمستقبل كما يمكن أن يفعل أي شخص، بل إنه حاول معالجة "ذلك الذي يبدو أكثر صعوبة"؛ لقد حاول التنبؤ بالحاضر.<sup>33</sup> وبما أن العصر هو عصر النسخة التجريبية الدائمة، بما يقتضيه من تجدد دائم، فإن الباحثين ومدرّسي الدراسات الإعلامية والاتصالية يحتاجون الى ملاحقة ومتابعة ما يحصل في عوالم الإعلام المتغيرة، لأن التمسك برؤى وتصورات دوغمائية يمثل تهديدا لمستقبلهم المهني.

من الضروري أن يدرك القائمون على الدراسات الإعلامية والاتصالية بحثا وتدرّسا أن دراسة وسائل الإعلام لم تعد، من الناحية الفعلية، تحت مظلة الدراسات الإعلامية. فبينما ساعدت التحيزات التي طبعت الفترة السابقة على بناء حدود هذا الحقل ونطاق اهتماماته، فإن نفس هذه

زيتوني، الشريف وآخرون: إستيمولوجيا العلوم الإنسانية في الفكر العربي والفكر الغربي المعاصر، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية،

2017.

<sup>33</sup>"Being-in-the-Technologically-Mediated-World: The Existential Philosophy of Marshall McLuhan",



الحدود هي التي تمنع انفتاحه على البيئة الإعلامية المعاصرة. فقد أصبحت وسائل الإعلام، وخاصة وسائل الإعلام الرقمي، تقريبا جزءا من الحقل الدراسي للعلوم الاجتماعية. فمعظم الكتب الأكاديمية ذات الحضور الواسع حاليا تتناول وسائل الإعلام الرقمي، والقليل منها يقف وراءها مؤلفين لديهم خلفية في الدراسات الإعلامية أو يعملون في أقسام الدراسات الإعلامية. كما أن معظم هذه الكتب والمراجع الدراسية لا تشير أو تحيل إلى حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية الأكاديمي التقليدي ومعارفه. فحضور الدراسات الإعلامية والاتصالية يكاد يكون معدوما أو ضئيلا في إنتاج المعارف الجديدة حول وسائل الإعلام خاصة الرقمي.

ويبدو أن هناك حقلا جديدا وثرنا بدأ يبرز في هذه الكتب يضم براديجمات جديدة يزداد حضورها يوما بعد يوم حول موضوع "الجماهير" وسلوكياتها، وتتمحور حول أفكار مثل الذكاء الجماعي<sup>34</sup>، و"حكمة الحشود"<sup>35</sup>، تتحدى تلك التي تتسم بطابعها التقليدي حول مفهوم الجمهور في الدراسات الإعلامية. هذه البراديجمات تحتضنها تخصصات مثل دراسات الكمبيوتر، وعلم النفس، وإدارة الأعمال وغيرها، ولا تجد لها مكانا في الكتب الدراسية للدراسات الإعلامية والاتصالية. وهو وضع غير مقبول، إذ من الضروري المسارعة إلى تصحيحه، من خلال تضمين البراديجمات الجديدة في الكتب المرجعية، واستجلاء أفكارها نقديا، وإثرائها بما يتناسب مع خصوصية الحقل. ولن يحدث شيء من هذا القبيل ما دام البراديجم التقليدي هو المهيمن، وما دام المعنيون بهذا الحقل، مدرسين وباحثين، لا يُؤلّون إلا القليل من الاهتمام لهذه التطورات والتحويلات.

ولا تؤثر وسائل الإعلام الرقمي اليوم على ماهية حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية والمعارف فقط، بل يمكن أن تساهم في إحداث تغييرات في طرائق التعليم ونقل المعارف والمهارات. فالنموذج الحالي للنشر الأكاديمي يطرح الكثير من الإشكالات. فتفضيل الناشرين للكتب المدرسية بدلا من الدراسات والبحوث أدى إلى تغليب الطابع التجاري، وخلق بيئة محافظة، وتراجع المخرجات الأصلية وتبسيط وتسطيح المضامين. كما أن الكثير من المجالات المتخصصة التي تعتبر، في الأصل، فضاءات للتجديد ورفد الحقل بمقاربات عميقة تعانين الشللية وغلبة "الدراسات" التي يبحث أصحابها عن تأنيث سيرهم الذاتية بغض النظر عن نوعية ما ينشرون، دون أن ننسى أن معظم ما ينشر في العلوم الاجتماعية والإنسانية يظل غير مرئي، وبالتالي غير مقروء إلا من طرف فئة من الأفراد الذين ينتمون إلى نفس المجالات. ثم أن هناك مشكلة المحكّمين والمراجعين الذين يكمن دورهم في قراءة البحوث وإجازتها للنشر. والكثير من هؤلاء يحتكمون إلى معايير تغلب عليها الأهواء والذاتية في إجازة ما يصل إلى القراء على قَلْتهم.

<sup>34</sup>Levy, P.: *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris: La Découverte, coll. "Science et société", 1994.

<sup>35</sup>Surowiecki, J.: *The Wisdom of Crowds*, New York: Anchor Books, 2004.

<http://www.asecib.ase.ro/mps/TheWisdomOfCrowds-JamesSurowiecki.pdf>



وقد أتاح النشر الإلكتروني اليوم تجاوز اقتصاد الندرة الذي جعل من المحكمين "آلهة" "يحاكمون" ويتحكّمون في كل ما ينشر. إذ ظهرت اتجاهات تدعو الى ضرورة تجاوز العقل المحافظ، واشراك "الجمهور" والاحتكام الى مؤشرات مبتكرة في النشر، منها قيمة وصدى ما ينشر عند "الجمهور". ومن شأن هذه الرؤية أن تساهم في تمييز وتشجيع المزيد من الأعمال المبتكرة والأفكار الجديدة التي يمكن أن توسّع دائرة الحقل الدراسي بدلا من الاكتفاء بإرضاء المحكمين والخبراء المحافظين الذين يتحكّمون في عملية النشر. ويتيح النشر الإلكتروني نشر المزيد من الدراسات والبحوث، وهو ما يسهّل على الجميع الوصول إليها مجاناً، بدلا من حصرها في أولئك الذين يستطيعون الحصول عليها سواء بالشراء المباشر أو الاشتراك كما هو واقع النشر التقليدي. إنها دعوة الى تجاوز منافذ النشر التقليدية وآليات التقييم الأكاديمي الكلاسيكي لقيمة ما ينشر، واستثمار الفضاء الإلكتروني في نشر الأفكار والوصول الى جمهور عالمي.

كما أن النشر الإلكتروني يساعد على التغلب على أحد أكبر مشاكل النشر التقليدي وهو تقادمه. فقبل أن يصل الكتاب، مثلا، الى "وجهته" النهائية، أي القارئ، يكون قد مر بعدة محطات، تتمثل في سلسلة "القراء" والمحررين والمراجعين والمسوّقين ونقاط البيع، وربما لا يلحظه القارئ وبالتالي لا يقوم باقتنائه. أما الوجهة الثانية والتي قد لا يصل إليها أبدا، وهي أن يتم تقديمه والاحتفاء به، والاقتباس منه. وعندما يصل الى هذه المحطة تكون قد مرّت ربما سنوات منذ صدوره، ويكون قد تقادم مضمونه وربما انتهت صلاحيته المعرفية. وبالنظر الى الحركية المتسارعة التي يعرفها عالم وسائل الإعلام، فإن الفجوة تزداد يوما بعد يوم بين الكثير من المنشورات الأكاديمية وعوالم الطلبة وتجاربهم ومعارفهم. وعلى النقيض من ذلك يتّسم النشر الإلكتروني بانخفاض تكلفته، وأنيته، ووصوله الى جمهور عالمي، حيث يتيح إمكانية طرح أفكار مبتكرة، وتفاعل الجمهور مع مضامينه بشكل نقدي، والحصول على رجع صدق آني. ورغم أنه لا يقوم مقام الكتب، إلا أنه يجب استثماره كأداة فاعلة في الترويج للإنتاج الأكاديمي الرصين على مستوى العالم، وتحديد آليات تفاعل عالم الأكاديميا مع بعضه البعض ومع الجمهور، وتوسيع حضوره في العالم.

خاتمة: حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية والتحول في البراديجم



بناء على ما تقدّم يبدو بأن من أفضل السبل في مقارنة الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة تبني مقولة توماس كُون حول التّحول في البراديجم أو النقلة النوعية. فعلى الرغم من أن كتاب كون، الذي حمل عنوان "بنية الثورات العلمية"، تناول العلوم الفيزيائية وليس العلوم الاجتماعية، فإن الحجة التي يتأسس عليها تبقى صالحة؛ فكل العلوم تتطوّر من خلال تراكم ومراكمة الحقائق والمعرفة، وذلك من خلال المراجعات والمساءلات "الثورية" والدحض والتفنيد والتحدّيات التي تواجهها البراديجمات القديمة، فتلد من رحم ذلك براديجمات جديدة. فالثورات العلمية، من منظور كُون، تحدث عندما يكون هناك شعور متزايد، غالباً ما يقتصر على مجموعة علمية ضيقة، بأن البراديجم القائم لم يعد يعمل بشكل ملائم في استكشاف جانب من جوانب الطبيعة وغالباً ما تكون النتيجة خلق حالة من الاستقطاب يسعى فيها كل طرف الى استخدام براديجمه ليجادل عن قضيته. لكن ما يحسم الأمر هو أن تزايد "العيوب" في البراديجم القديم، وحرص البراديجم الأحدث على النجاح هو ما يجلب له مباركة الجماعة العلمية.<sup>36</sup>

وهذا التّحول في البراديجم هو ما يشهده حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية اليوم. فالتطورات والتّحولات الحاصلة في وسائل الإعلام الرقمي ليست مجرد إضافات تراكمية للدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية والتي يمكن تفسيرها بشكل ملائم من خلال التّصنيفات والمفاهيم والمقاربات القائمة. إنّها تتجاوز عصر الإعلام التقليدي والدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية. وهو ما يدفعنا الى القول، تأسيساً بتوماس كُون، بأننا نحتاج اليوم الى براديجم رقمي قادر على تمكيننا من فهم بيئتنا الإعلامية وتجارتنا الإعلامية المعاصرة.

ويتجلى هذا التصور الكُوني (نسبة الى كُون)، في حرص الدراسات الإعلامية والاتصالية التقليدية على استبعاد التغيير، بل معاداته احياناً، وتغليب البراديجم القديم وبالتالي الحفاظ على الوضع القائم لأنه يمثل لها استثماراً مؤسسياً وأيديولوجياً ينتفع به القائمون عليها. والحقيقة أن هذا الحقل لا يشكل استثناءاً. فها هو ماكلوهان يقيّم عالم الأكاديميا من خلال تعريفه لعالم الاجتماع حيث يرى بأنه ذلك الشخص الذي يسمح لنفسه بأن يرى فقط ما هو مقبول لزملائه.<sup>37</sup> مع ذلك فإن ما هو واضح أيضاً أن التحويلات والتطورات التي عرفتها وسائل الإعلام الرقمي قد

كون، توماس.س.:. بنية الثورات العلمية (ترجمة حيدر حاج اسماعيل)، بيروت: المنظمة العربية للترجمة (نُشر العمل الأصلي باللغة الإنجليزية سنة 1962)، 2007.

<sup>37</sup> McLuhan, M. and Carson, D.: *The Book of Probes*, Corte Madera, CA: Gingko Press, 2003. <http://boxesandarrows.com/the-book-of-probes/>



زرعت الكثير من الأسئلة في أذهان الكثير من المنتمين الى حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية. وهو ما يدفعنا الى القول بأن الحاجة الى نسخة معاصرة من هذا الحقل هي التعبير عن هذا الوعي.

لقد بينّا في فقرات سابقة أن طلبة كليات وبرامج الإعلام والاتصال الذين يعتقدون أنهم يدرسون وسائل الإعلام يجدون أنهم يدرسون الدراسات الإعلامية والاتصالية، وربما يدرسون هذه الأخيرة في نسختها التقليدية. فالمراجع والمواد الدراسية تركز على الجوانب القيمية والتنظيمية والفكرية لهذا الحقل دون أن تخضعها للمساءلة للتأكد من مدى صلاحيتها المعرفية. ولذلك، فإن تطوير الدراسات الإعلامية والاتصالية يقتضي تحيين معارفها بالبيئة الإعلامية المعاصرة بجميع فاعليها.

ربما لو أخذ حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية بنموذج البرمجيات مفتوحة المصدر، حيث يتم توفير التعليمات البرمجية للجمهور للمساهمة في تطويرها، لكانت أكثر تساوقا مع الواقع. إذ أن هذا الحقل يحتاج إلى الانفتاح على البيئة التي يتعامل معها، مما يسمح للطلبة مثلا بالتعرف على الأسس التي قام عليها. فهؤلاء الطلبة لا يعيشون فقط مرحلة تحولات جذرية أدت الى إحلال نموذج إعلامي ومؤسسي بآخر، بل إنهم يجدون أنفسهم في طليعة هذا التحولات. فهم مساهمون في تشكيل البيئة الرقمية المعاصرة. وبالتالي فاشراكهم وغيرهم من الفاعلين في البيئة الإعلامية التي تشكل موضوع حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية يعتبر أمرا حيويا في إعادة ربطه بالواقع. فالدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة، إذا، تمثل مشروعا تفاعليا وتعاونيا بين كل الفاعلين الذين يملكون معرفة وخبرة في هذا الشأن. وعندما يتطور هذا المشروع ويصل منتهاه، عندها سيكون لدينا حقلا دراسيا يعكس خبرات الفاعلين المعنيين والعوامل الإعلامية في تجلياتها المعاصرة.