جامعه وهران

كليه العلوم الإنسانيه والحضارة الإسلاميه

قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة تخرج

لنيل درجه ماجستير موسومه بـــ:

ظاهرة إنفراد المشاهد عند لوسيان سفيتز "توتيزم" والتضليل الإعلامي

-تجربة على طلبة السنة أولى إعلام واتصال بجامعة وهران-

قدمت امام اللجنه العلميه لكليه العلوم الإنسانيه والحضارة الإسلاميه

من طرف الطالب:

صالح فلاق شبرة

تحت إشراف الاستاذ

يزلي بن عمر

اعضاء اللجنه المناقشه

ا.د. احمد يوسف (رئيسا).

ا.د. يزلي بن عمر (مقررا مشرفا).

د. مخلوف بوكروح (مناقشا).

د. عبد الإله عبد القادر (مناقشا).

السنه الجامعيه 2007-2008

كلمـة شكـر

اتقدم بخالص الشكر والامتنان لكل من ساهم من قريب او بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع، واخص بالذكر الاستاذ المؤطر "عمار يزلي" الذي لم يبخل علينا بخبرته الاكاديمية وكذا جميع اساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة وهران الذين امدونا بالنصائح والتوجيهات وكانوا لنا عونا في السنة النظرية كما في التطبيق للتحضير لنيل شهادة الماجستير.

إهـــداء

إلى روح والدي الغائب الحاضر في كل حين. والدتي قرة عين عيني وشطري الثاني المتبقي. اشقائي مبعث عملي واملي وإجتهادي. اولئك الغرباء عن بطن امي لكنهم اقرب إلى قلبي مني، اصدقائي رفقاء دربي. إلى اساتذتي بقسم علوم الإعلام والإتصال، من انحني لهم ليس خوفا او طمعا وإنما إحتراما وتقديرا، متمنيا لهم المزيد من النجاح والتالق. إلى طلبتي، زملائي بالقسم. وكيف لي ان انسى زملائي في الصحافة المكتوبة، المسموعة والسمعية البصرية. وإلى كل من بعث في ذرة من الامل...اهدي هذا العمل.

فهـرس المحتـويات

0. مقدمه عامه.....ص 1

1.0 تحديد المفاهيم.....ص 5

2.0 اسباب إختيار الموضوع.....ص 10

3.0 اهداف البحث.....ص 11

4.0 الدراسات السابقه.....ص 11

5.0 صياغه الإشكاليه.....ص 16

1. الفصل الاول، السيبرنطيقا نظريه الاتصال الجديدة

0.1 تمهيد.....ص 24

1.1 الدعايه.....ص 24

2.1 نظريات التاثير.....ص 27

1.2.1 المرحله الاولى، 1940-1960.....ص 29

2.2.1 المرحله التانيه، 1960-1980.....ص 41

3.2.1 المرحلة الثالثة، 1980-...،.....ص 52

3.1 نظرية السيبرنطيقا.....ص 55

4.1 خلاصة.....ص57

2. الفصل الثاني مجتمع "فرانكشطاين" و"الاخ الاكبر"

0.2 تمهيد.....ص 58

1.2 نظرية انشطاين حول الزمان والمكان.....ص 58

1.1.2 الذكاء الاصطناعي (l 'intelligence Artificielle).....ص 61

2.1.2 العالم الانفرادي لـــ Asimov.....ص 68

2.2 مجتمع "الاخ الاكبر" la société big brother .....ص 76

3.2 خلاصة.....ص 83

3 التكنولوجيا والاديولوجيا

0.3 تمهيد.....ص 84

3. الإديولوجيا الفوقيه.....ص 86

1.1.3 خلق الحاجه التكنولوجيه والإعلاميه.....ص 89

1.2.3 الراي العام، بعض نمادج التضليل الإعلامي.....ص 90

2.3 الحرب الإعلاميه.....ص 96

3.3 الثقافه الجماهيريه ودورها في تغييب العقول.....ص 100

1.3.3 افلاطون واهل الكهف.....ص 102

4.3 التلفزيون والاسرة.....ص105

5.3 الثقه في التكنولوجيا.....ص 106

6.3 خلاصة.....ص 108

4. الفصل التطبيقي

0.4 تمهيد.....ص9 10

1.4 منهج الدراسه.....ص 110

2.4 اختيار العينه .....ص 119

3.4 التجربه الـــ"0".....ص 122

4.4 المرحله 1 من التجريب، اختبار الفرضيه الاولى.....ص

5.4 المرحله 2 من التجريب، اختبار الفرضيه الثانيه.....ص

6.4 تحقيق الفرضيه الثالثه.....ص

7.4 نتائج التجربه.....ص

5. خاتمة عامة.....ص

قائمه المراجع

الملاحق

0. مقدمـة عامـة

"لا يمكننا الا نتصل، حتى رفض الاتصال يؤسس لرساله"[1]، بهذه العبارة يشير "بول واتزلاويك" Paul Watzlawilk احد رواد مدرسه "باولو التو" "Palo Alto" إلى اهميه الاتصال، حيث اضحى هذا الاخير يمثل عصب الحياة اليوميه واكثر من ذلك رحم الحداثه[2]، فلا يمكننا الا نتصل، الا نرتبط، الا نؤثر او نتاثر، لان فعل الاتصال يعني الدخول في الاوركسترا حسب ما يقول Gregory Bateson.

إن التطور الهائل في "التقانه الميديائيه" والانتقال من عصر الذرة إلى عصر "البايتس"[3] والانفتاح على العالم عن طريق الطرق السريعه للإعلام وحلول الموجه التالته[4]، موجه السرعه والبعد الرابع (جو، بر، بحر، فضاء)، جعل الفرد لا يستغني عن وسائل الإعلام والمعلومات باعتبارها "مواد اولية" في الحياة الاجتماعيه والسياسيه، إذ يقول Dominique Wolton "la victoire des médias": "..الفاعلون السياسيون لديهم شعور متنامي بعدم تواجدهم إلا عن طريق الاتصال"[5].

لذلك عكفت الدراسات الإعلاميه تبحث في قواعد هذه اللعبه والفاعلين فيها ومن هذا المنظور سنحاول ان نتناول في هذه الدراسه علاقه وسائل الإعلام بسلوكات الافراد فيما يتعلق بعمليه التاثير والرهانات الموصوله بها، بحيث ان عمليه الاتصال تعد "لعبة تاثير" حسب Cristophe Carré [6] (jeu d'influence).

---

[1]. coordonné par phillipe cabin , la communication ; état des savoirs , sciences humaines d'édition , 1998, p 105.

[2] Gregory Bateson , Jurgen Ruesh , communication et société , édition de seuil , pour la traduction Française , 1988, p15.

[3] Nicholas Negroponte , l' homme numérique , traduit par Michèle Garéne , éditions Robert Laffont , S.A , 1995 , p 15.

[4]. علي حرب ، حديث النهايات ، فتوحات العولمة و مآزق الهوية ، الطبعة الأولى ،المغرب ، المركز الثقافي العربي ، سنة 2000 ، ص 48 .

[5] Coordonné par Phillipe Cabin , la communication ; état des savoirs, p 38

[6] Christophe Carré , halte aux manipulateurs, édition d ' organisation , 2004, p35.

وحيث انّ عمليه الاتصال تمثل سيرورة تحول، اي انّ المتلقي يصبح على غير ما كان عليه بعد تعرضه للرساله[1]، فإنّ النتيجه النهائيه يصعب التحكم فيها، فقد تعبر عن نجاح كامل لاهداف المرسل، او نصف نجاح، او فشل، وذلك وفقا لعدة تحديات وتهديدات ناجمه عن تظافر عوامل مختلفة تفصل بين المرسل والمتلقي.

في ظل رهانات الالفيه الثالثه والتحديات "الممرقنه" بين المرسل والمستقبل، يتجدد السؤال دوما حول من يحكم من ؟ وباي طريقه ؟ وماهي الإستراتيجيه "الكونيه" التي ينتهجها اسياد العالم* "maitres du monde" ومعلمي التكنولوجيا " maitres de technologie " والاعلامجيين "les mass médialogues " لقيادة العالم، ونحو اي هدف ؟ وفي ظل اي اديولوجيا ؟.

إنّ طرح مثل هذه الاسئله اوحى لنا بدراسه موضوع مهم يتعلق بتاثير وسائل الإعلام في صيغتها الرقميه على الافراد وعلاقه هذا التاثير بالمحيط التكنولوجي و"الاديولوجيا الفوقيه".

---

[1]. Jean Micheal Le Févre , savoir communiquer a l ' ère des nouveaux médias , 2 édition , Dunod , Paris , 1998 , p 27

* يمكن تصنيف المنظمات التي تحكم العالم و التي يسمى مسؤولوها بسادة العالم إلى :

.فضاء السلطة الاقتصادية والنقدية.

.فضاء السلطة العسكرية.

.فضاء السلطة العلمية والإعلامية.

تحديد المفاهيم، الدراسات السابقه وطرح الإشكاليه

لقد اهتمّ كثير من المفكرين بدور وسائل الإعلام في التنميه، تمثلت في إسهامات "دانيل لرنر" سنة 1958، "ولبر شرام" سنة 1964 و"افريت روجرز" سنة 1969، وتركز هذه الدراسات على الدور الايجابي لوسائل الإعلام في السياسه الكلية للتنمية، في حين انّ الإعلام كسلطه رابعه في المجتمع يمكن ان يسقط حكومات ويقيم اخرى، وحادثه "واترجايت" في الولايات المتحدة دليل قوي على ذلك حيث تمكن محررون من "الواشنطن بوست" من إسقاط الرئيس ريتشارد نيكسون، او ما عرف في تلك الفترة بـــ" الزلزال السياسي".

وفي قراءة سيبرنطيقيه لفريه "ماك لوهان" الكونيه ومن خلال ملاحظتنا لمسار التكنولوجيا، نلاحظ انها تتجه وفق "ادلوجه الفردنه" وعزل الافراد عن بعضهم البعض بطريقه تفضي إلى خوصصه الفضاء العمومي وتشردم الحشود والجماهير، ما يعني تحول صيغه الراي العام إلى اراء خاصه ولكنها متجانسه لا تتمرد على اديولوجيا الفكر "الإمبراطوري"، فنجد متلا حسب ما يقول "باتريس فليشي" انّ المسرح والسينما اصبحا يمتلان اخر مشهد جماعي، في حين يذهب "فيليب بروتون"[1] إلى القول اننا نعيش مع بعض منعزلين (خلال مشاهدة التلفزيون)، فاختراع الكمبيوتر الشخصي، الهاتف النقال، "البلادورو"، "القارئ mp3"، "flash disck"، ..إلخ من التكنولوجيا "المفردنه" نتج عنه انفصال الفرد عن الجماعه والتخصص في الاستغلال الفردي (القيام بسلوكيات القراءة والمشاهدة والاستماع على انفراد حتى داخل المنزل)، فبعدما كان الافراد يستمتعون بمشاهدة السينما في حشود اصبح "الهاوم سينما" (home cinéma) بمثابه السينما الفرديه داخل البيت وكذا الشان بالنسبه للهاتف النقال وتزويده بإمكانيه استقبال موجات التلفزيون بشكل فرداني واللجوء إلى الكمبيوتر في المعاملات اليوميه من خلال شبكه الانترنيت، ما جعل الفرد يتصل بالجميع في حين انه لا يتصل باحد حسب تعبير "لوسيان سفيتز"، كما جعله عرضه للمراقبه والتضليل والتلاعب الإعلامي

[1] Philippe Breton , l'utopie de la communication , le mythe de village globale , édition la découverte , Paris , 1995 , p137

خاصة فيما يتعلق بالقضايا السياسيه وقضايا الاستهلاك (الإشهار) دلك ما الهم سفتز[1] (Lucien Sfez) في صياغه مفهوم "التوتيزم" (le tautisme).

[1] **لوسيان سفتز** هو بروفسور العلوم السياسية في جامعة باريس 1 sorbone–panthéon حيث يدير DEA حول "communication, technologie et pouvoir" ومركز الأبحاث والدراسات حول القرار الإداري والسياسي " la décision administrative et politique"(credap) و كذلك l école doctorale de science politique و مجموعة la politique éclaté aux presses universitaires de France ، اشتغل حول ادیولوجیا القرار الخطي ، العقلاني و الحر(l idéologie de la décision linéaire , rationnelle et libre) في سنوات 60-70 ، ثم حول ادیولوجیا الاتصال الخاص(l idéologie de la communication propre) في سنوات 70-80 ثم حول (l idiologie utopie de la santé parfaite) ، و كل أعماله تقريبا تدور حول محور : التكنولوجيا / السلطة .
و من أهم مؤلفاته :

La technique et idéologie , un enjeu de pouvoir .
La politique symbolique .
Dictionnaire critique de la communication, 2 volumes.
L utopie de la santé parfaite .
Critique de la décision .
Leçon sure l égalité.
Conférence de l école doctorale de science politique 2001-2003.
La santé parfaite .
Technologie et symbolique de la communication .
Critique de la communication .
La communication .
Le rêve biotechnologique.
Le message de simple .
L égalité.
La décision .
Je reviendrai des terres nouvelles , l état , la fête et la violence .
L enfer de la paradis .
Institution politiques et droit constitutionnel.
L administration perspective .

1.0 تحديد المفاهيم

يعتبر"كاتز"(Katz) تحديد المفاهيم ضروريا اكثر من تحديد العينه الممثله لانه يساعد على بناء الفرضيات، وبغرض إزاله الغموض سنحاول تحديد بعض المفاهيم المهمة والاساسيه التي استعملناها في هذه الدراسه كالتالي:

توتيزم" le tautisme

هو مفهوم تعود حقوق "مفهمته" إلى الاستاد والباحث الفرنسي" لوسيان سفيتز" (Lucien Sfez)، حيث يشتق مفهوم "التوتيزم" من كلمتين :

L 'autisme: ويقصد به الحاله المرضيه التي تؤدي بالفرد إلى الانغلاق على الذات ورفض الاتصال بالاخرين.

Tautologie: يعني عمليه التكرار لنفس الحدث او الموضوع.

ويشير "سفيتز" إلى انّ مفهوم « توتيزم » يمثل ازدواجيه بين هاتين الكلمتين " l 'autisme tautologique "، ويعطي مثالا على ذلك حالة الطفل الامريكي بين سن 6-18 سنه، الذي يمضي جزءا كبيرا من وقته امام التلفزيون لمدة 7 ساعات او اكثر بمعدل 16 الف ساعه في العام (في حين لا يحتاج التحضير للحصول على شهادة البكالوريا سوى 5000 ساعه من الدروس)[1]، وفي نفس الوقت يستعمل التلفون لمدة 5 ساعات او اكثر، يقوم بواجباته المدرسيه وحده او مع زملائه باستعمال الهاتف، او جهاز الكمبيوتر، حسب "سفيتز" فإنه يرى كل شيء في حين انه لا يرى شيئا، يسمع وهو لا يسمع التلفزيون ..[2]، فيتحول الطفل بذلك إلى طفل الشاشه "التبعيه الغبية".[3]

اي انّ مفهوم Tautisme هو نموذج سلوكي في المجتمع المعاصر وإحدى امراض الشاشه، جوهره الفردانيه والانعزال عن الاخر الناتج عن الاستعمال المكثف لوسائل الاتصال والاستعاضه عن الاتصال المباشر بالاتصال الافتراضي الذي توفره الاله

[1] Patrick Farbiaz , comment manipuler les médias 101 recettes subversibles , op cit , p117.
[2] Lucien Sfez , critique de la communication, op- cit , p 112.
[3] Jean Luc Micheal , la distanciation , essai sur la société médiatique , l 'harmattan , 1992 , p106.

وتكنولوجيا الاتصال، لذلك يقول Sfez: اننا نعتقد اننا نتصل جيدا من خلال التكنولوجيا إلا اننا في الحقيقه نحفز ظاهرة الفردانيه والإقصاء.

التوتيزم، "التيولوجيا التوتاليتاريه"

إذا كان Eisenhower قد وصف التلفزيون بالتكنولوجيا السياسيه الجديدة سنه 1952 فإن "سفيتز" يصف ظاهرة "التوتيزم" بالديانه الشموليه الحديثه التي تقدم للعالم نماذج العلم والمساواة والحب والحياة السعيدة من خلال الاله التي تبدو انها "خادمه" لكنها في الحقيقه "سيدة" (la machine servante -maitresse).

لكن "لوسيان" يتساءل عن اي حقيقه ستتشكل في هده الحاله ؟ (حقيقه بعيدة عن الواقع مثل إله جولدمان)، وهدا ما دهب إليه بيار بورديو حين قال ان مصداقيه الصورة يبقى مشكوكا فيها بعد ان تحولت إلى وسيله من وسائل تزييف الوعي.[1]

الفردانيه l individualisme

تشير الفردانيه إلى نظام تراتبي قائم على اساس العزل وعدم التبعيه للاخر وإحداث القطيعه مع الهيئات والاشكال التنظيميه والاجتماعيه التي تتبنى الفرد كجزء من الكل، إذ يمكننا ان نصف البدايات الانتروبولوجيه من خلال النظام التاريخي الدي صاحب نزعه الإنسان في عزلته وتامله لداته بغرض إدراكها من طرف الضمير المفكر كوحدة مستقلة عن الاخرين، صاحبت التطور البشري عبر كل مراحله، منذ إنسان "الكرومانيون" و"النياندرتال"، إلى غايه "الإنسان الرقمي" في الالفيه التالته.

عرفت الفردانيه في العهدين القديم والجديد من خلال التقسيم التوراتي المسيحي للإنسان كموضوع اجتماعي حدد العلاقه مع الاخر من جهه وككيان داخلي مرتبط بالإله (يقال: وحده مع الإله)، وظهرت في الإسلام بشكل مميز في حركات التصوف الإيمانيه.

وتطورت خصوصا مع تطور الحركات الصناعيه في اوروبا في القرن 19 من خلال علاقات العمل الجديدة وتوزيع العمل وازدادت حدتها كلما ازداد المجتمع حداثه وتعقيدا لتصبح عقيدة النظام الليبرالي (حريه جميع التبادلات وبين افراد احرار)، متخطية

[1] http // www . reforme / arabonline /1548.a/ref.Htm , consulté le 05/01/2006.

الطرح الجماعي الماركسي القائم على الانتقادات الراديكاليه لموضوعات التفرد في القرن 20 خصوصا، ممثلة "الايديولوجيا الحديثه" حسب تعبير"لويس دومونت" Louis Dumont ، وتصاع نظريات الانفراد الحديثه في ظل قيم التحرر وتخليص الفرد من القيود "الجماعاتيه"، تماما متلما تصور"نوبرت وينر" Nobert Wiener مجتمعه الاتصالي، حيث يفترض تفكيك مؤسسات التنظيم التقليديه وعلى راسها الدوله وتجديدها كليه بنظام شبكاتي اتصالي وروابط اجتماعيه افتراضيه، إذ تمثل السيبرنطيقا بوتقه التاريخ الإنساني الحديث القائم على الفردانيه.

التضليل الإعلامي، la manipulation médiatique

لا توجد ترجمه محددة باللغه العربيه لمفهوم التضليل "la manipulation"، وتشتق كلمة "manipulation " من الكلمه اللاتينية "manipulus " والذي يعني: حفنه او قبضة[1]، وتعني في قواميس اللغه الفرنسيه: تنفيذ عمليات كيميائيه وصيدلانيه، ظهر معناها الحديث في طبعه 1996 لقاموس"le petit robert" بمعنى المناورات* اللااخلاقيه والتضليليه.

وتعد اقرب المفاهيم تعبيرا عن "la manipulation médiatique": التضليل والتلاعب بالإعلام "le désinformation"، حيث ظهرت هده الكلمه اول مرة في القاموس الروسي سنه 1949 وكان معناها "الإيقاع في الخطا من خلال استعمال معلومات كاذبه"[2]، والتضليل لغه من "فعل ضلل، الضلال والضلاله ضد الهدى والرشاد يقال: اضللت فلانا إذ وجهته للضلال عن الطريق، ويقال ايضا: اضللت الشيء إذ غيبته"[3].

والتضليل الإعلامي يحيل إلى جميع الحالات التي تهدف إلى تزييف الواقع سواء عن طريق اساليب الهيمنه على المعلومات و"الفلترة" والقص واللصق (حراس البوابه) او عن طريق خلق اليات المراقبه الذاتيه والخارجيه، القبليه والبعديه، او وضع الاجندة

[1]Christophe Carré , halte aux manipulateurs, op-cit , p 13.

* تعني المناورات في قاموس le petit robert جملة الوسائل التي توضع لخدمة هدف محدد .

[2] Rémy Rieffel , Sociologie des médias ,ellips édition marketing s.a ,Paris , 2001 , p 48.

[3] ابن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب،المجلد الحادي عشر، ط 3، بيروت، دار صادر، 1994، ص- 391

الإعلاميه وتحديد المحاور او اخيرا عن طريق استعمال التكنولوجيا الحديثه وتقنيات "المونتاج" وخداع العين، ويتم ذلك كله بطريقه تفضي إلى خدمه اديولوجيا "الاعلى" للتاثير والتحكم في "الادنى" (le pilotage sociale).

يقصد بالتضليل الإعلامي مزيج المناورات التي تستعمل بهدف تغيير والتحكم في سيرورة اتخاذ القرار لدى الفرد او الجماعه من خلال استخدام تقنيات فرديه او جماعاتيه بسيكولوجيه وسوسيولوجيه، وجعله تحت الرقابه الجزئيه او الكليّة خلال مراحل التضليل لاستتمار ردّ الفعل بشكل صحيح، ويستعمل التضليل الإعلامي كل اساليب الإقناع الممكنه* الشرعيه وغير الشرعيه (Vance Packard)[1] بغرض تشويه الواقع والحقائق من خلط للافكار والخبرات والدوافع والاعتقادات التي تمثل تهديدا للجهه التي تمارس التضليل من منطلقات اديولوجيه او سياسيه، ووفقا لما يقوله هربرت شيلر في (المتلاعبون بالعقول) فإن المسئولين على اجهزة الإعلام يضعون اسس عمليه تداول الصور والمعلومات ويشرفون على معالجتها وتنقيحها وإحكام السيطرة عليها، حيث تحدد هذه الصور والمعلومات معتقداتنا ومواقفنا وسلوكاتنا "..وعندما يعمد مديروا اجهزة الإعلام إلى طرح افكار وتوجهات لا تتطابق مع حقائق الوجود الاجتماعي فإنهم يتحولون إلى "سانسي عقول"، دلك ان الافكار التي تنحو عن عمد إلى استحداث معنى زائف وإلى إنتاج وعي لا يستطيع ان يستوعب بإرادته الشروط الفعليه للحياة القائمه او ان يرفضها، سواءا على المستوى الشخصي او الاجتماعي، ليست في الواقع سوى افكار مموهه ومضلله، إن تضليل عقول البشر..اداة للقهر، إنه يمثل إحدى الادوات التي تسعى النخبه من خلالها إلى تطويع الجماهير لاهدافها الخاصه".

التضليل يقتضي واقعا زائفا، ويقوم على اساس افكار نفسيه بالدرجه الاولى مستمدة من التطبيقات العمليه لاليات الدفاع اللاشعوريه عند الإنسان ويؤمن بحقيقه واحدة هي الإنكار المستمر لوجوده وإضفاء الشعور بان الاشياء هي على ما هي عليه من الوجهه الطبيعيه والحتميه، ولكي يؤدي التضليل الإعلامي دوره بفاعليه لابد له من إخفاء شواهد وجوده. وتستعمل اساليب التضليل في الحملات الدعائيه وكذا خلال فترات

* يفضل Phillipe Breton من خلال كتابه (la parole manipulée) تسمية الإقناع بالتضليل .

[1] Rémy Rieffel , Sociologie des médias , op-cit , p 58.

الحروب، لذلك يقال انّ الحقيقه هي "اولى ضحايا الحروب"، وتنفرد غرف العمليات المتعلقه بالدعايه بخلق المعلومات المضلله، فمثلا مكاتب هيئه الديبلوماسيه الامريكيه يعمل بها اكثر من 16 الف موظف مختصين بعمليات التضليل والفبركه الإعلاميه.

تكنولوجيا الاتصال

هي مجمل المعارف والخبرات والمهارات المتراكمه والمتاحه والادوات والوسائل الماديه والتنظيميه والإداريه المستخدمه في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها، اي إيصالها إلى الافراد والمجتمعات، من مثل الاقمار الصناعيه، شبكات التلفزيون السلكي، الالياف الضوئيه البصريه، التكنولوجيا الرقميه، متعددة الوسائط ..إلخ.

التفكير الاستراتيجي

اي وضع استراتيجيه تركز على تحديد الاهداف على المدى الطويل وتسخير كل الإمكانيات من اجل تحقيق نجاح هده الاهداف، ومن اهمّ منظري هدا التفكير نجد: Sun Tzu , Von Clausewitz , Machiavel[1].

[1] Jean Yves, la communication politique , sous la direction de Jean Yves , la communication , cahier Français , octobre – Décembre 1992 , N°258 , p 67.

2.0 اسباب اختيار الموضوع

علينا الاعتراف اولا انه ليس من السهل الخوض في غمار البحث العلمي من دون قراءات سابقه او الإطلاع ولو على نسبه ضئيله من رصيد البشريه العلمي في بنوك المكتبات وكذا بـ"الحساب الجاري" لشبكه الانترنيت، وهذا ما يعرف "بالتناص" اي إبداع اللاحق من السابق "المحنط"، كما علينا الاعتراف كذلك انّ اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن من وحي الإبداع الخالص بل كان نابعا من إطلاعنا على دراسات وبحوث ومؤلفات حررت باسم جهابذة علم الاتصال وعلم الاجتماع حول العلاقه التبادليه والتفاعليه بين "الميدياء" و"القارئ والمستمع والمشاهد"، بهدا التصنيف الانفرادي بشكل ينمّ عن مصير التجمهر والحشود والجماعاتيه، كاشكال سادت إلى حين.

ومن اجل دلك فنحن لا نجزم باننا اول من يخوض في غيابات تالوت "الاستراتيجيا، التكنولوجيا والاديولوجيا" لان ظاهرة "الفردنه" في علاقتها بوسائط الإعلام تعد كسيناريو من سيناريهوات الازليّ المخضب بالصراعيه بين "الاعلى" و"الادنى" على مرّ الحقب الزمنيه بين محاولات "التركيع والتخضيع والتخنيع" وردود الفعل المقاومه.

بمعنى انّ الإلهام المتعلق بتناول الموضوع وصفله بالدراسه كان وليد عبور الجسور التي شيدها باحثون امريكيون مثل "لزارسفيلد"، "لازويل" و"برلسون" وفرنسيون معاصرون كداب "لوسيان سفيتز"، "جون بودريارد" و"فرانسيس بال" ...إلخ او بشكل اخر فإنّ اختيار هدا الموضوع "وهو حجر الاساس في البحث العلمي" لم يكن يوما تعبيرا عن إفلاس الفكر او تسييرا لازمه او انتقاء خبط عشواء من تصب بقدر ما هو دو جذور فكريه، فلسفيه، اكاديميه، علميه وطموح انتروبولوجيه كذلك.

3.0 اهداف البحث

من اهم الاهداف التي جعلتنا نصب اهتمامنا في هدا البحث هي :

- ✓ البحث العلمي الاكاديمي بالدرجه الاولى كخطوة تمهيديه لدراسات لاحقه قد تقدم إضافات جديدة لرصيد البشريه العلمي.
- ✓ التحكم في منهجيه البحوث والدراسات من خلال سعه الإطلاع على باقي الدراسات الفرونكوفونيه والانجلوفونيه ومحاوله الإسقاط.
- ✓ الخوض في الاستراتجيات الكبرى وكشف سيناريوهات قادة العالم حول التحكم في الشعوب.
- ✓ مسايرة الرهانات الحديثه للسلطه في علاقتها بالتكنولوجيا "عصب العصر المعلوماتي".
- ✓ الاحتكاك بالمنهج الامبريقي التجريبي لمعرفه مدى مصداقيته في العلوم الاجتماعيه بعدما حقق شروط الدقه والكمال في علوم الطبيعه.

4.0 الدراسات السابقه

من خلال عمليه التنقيب التي قمنا بها خلال فترة البحث لم نجد دراسه مطابقه بنفس الموضوع ونفس المعطيات للدراسه التي نعكف على إنجازها على الاقل فيما بحثنا فيه ولان البدايات الاولى لكل بحث هي الاعتماد على الطرح النظري والدراسات السابقه التي تحدد زاويه البحث المطلوب وجدنا ان اقرب الدراسات التنظيريه والفكريه لموضوعنا هي الدراسات "الجد" لبحوث الإعلام المتمثله في البحوث السوسيولوجيه الاولى المتعلقه بوسائل الإعلام وتاثيراتها على الافراد، حيت تبنت الفترة الاولى نظريه التاثير المباشر او "الفديفه السحريه" استنادا إلى نظريه فرويد (نفس المثير يؤدي إلى نفس الاستجابه "اليه الحافز والاستجابه")، التي ترتكز على المدخل البيولوجي العصبي[1]، إد افترض فرويد ان الإنسان تحركه قوى فطريه غير واعيه وغير رشيدة،

[1] . ملفين ديفلور ، ساندرا بول ، روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، تر .كمال عبد الرؤوف ، الطبعة الثانية ، الدار الدولية للنشر التوزيع، سنة 1998 ، ص 62 .

ويتحكم فيه العقل الواعي بشكل جزئي، وسنحاول فيما يلي استعراض نتائج 4 دراسات سابقة.

الدراسه الاولى: دراسه "سارج تشاكوتين"

ذكر "تشاكوتين" من خلال دراسته للدعايه الالمانيه اهم الميكانيزمات التي تستعملها الدعايه للتاثير على الراي العام من خلال وسائل الإعلام، حيت طرحت في تلك الفترة عدة اسئله:

"كيف يمكن إضعاف الجماهير بواسطه وسائل الإعلام ؟_ كيف يتم تحويل المجموعه إلى حاله "الاتمته" "état d'automate" ؟ او إلى الات حية " "des robots vivants ؟ من خلال العبوديه النفسيه "d'esclave psychique"[1]) حيت ترتكز الدعايه على فكرة جمهرة الراي او المدهب (التحشيد وغصب الضمائر)[2].

ويضيف تشاكوتين ان "جوبلز" وزير الدعايه الالمانيه كان قائد الاوركسترا، اعتمد على نظريات المنعكس الشرطي لبافلوف (متير/استجابه)، وان ميكانيزمات الدعايه كانت بمتابه غصب بسيكولوجي حقيقي لسيكولوجيات الجماهير جعلتها تنقاد بسهوله من خلال اجهزة الاستقبال (الراديو)، كما تناول تشاكوتين مفهوم التضليل الإعلامي la manipulation من خلال ممارسه الدعايه لخداع الراي العام.[3]

الدراسه الثانيه: دراسه "هارولد لازويل" و" لزارسفيلد"

يضاف إليها بشكل جوهري دراسات هارولد لازويل سنة 1948[4] ونموذجه الخماسي (من ؟ يقول مادا ؟ لمن ؟ باي وسيله ؟ وباي تاتير ؟) ودراسات لزارسفيلد [5]، انطلاقا من تساؤل هام : مادا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام ؟[6]، من خلال الدراسه التي قام بها

---

[1] . Gregory Derville , le pouvoire des medias , presse universitaire de Grenoble , 2001 p 12 .
[2] Hachette littérature, les communication de mass ; centre d'étude et de promotion de la culture , Paris ,1972 , p 330.
[3] .Ibid, p 169-170.
[4] Francis Balle, Média et société ,presse, audiovisuelle ,télécommunication ,multimédia télématique,7 édition ,Paris , édition Montchrestein,e,j,a,1994 , p 186.

[5] ملفين ديفلور ، ساندرا بول ، روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 243.
[6] .Hachette littérateur , les communication de mass , op-cit , p 260.

كلّ من لزارسفيلد وجوديت وبرلسون حول الحمله الانتخابيه سنه 1940 بولايه اوهايو، بين المرشح الجمهوري "ويندل ويلكي" و"روزفلت" المرشح الديمقراطي، لعينه متكونة من 600 فرد، خلال الفترة الممتدة من شهر يونيو إلى نوفمبر، بالإضافه إلى دراسات "كلابر"، "برلسون" وغيرهم، وكانت من اهم نتائج هده الدراسات :

- ان الانتماءات الفنويه مثل: السن، الجنس، الانتماء الحزبي، الانتماء الديني، التوجه السياسي، الدخل، المهنه، المستوى التعليمي ..، ادت إلى قرارات مبكرة بخصوص التصويت لاحد المترشحين.
- ان العلاقات غير الرسميه مصدر التاثير الشخصي لها وزن كبير في تحديد اتجاهات الناس.
- ان هناك تدفقا غير مباشر للمعلومات عن طريق قادة الراي الدين لم يكونوا ناقلين محايدين للمعلومه.
- وسائل الإعلام ليست عادة السبب الكافي والضروري لإحدات التاثير على الجماهير.

كان الاعتقاد السائد لدى "لزار سفيلد" ومعاونيه ان الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام يفترض ان تؤخذ كلها او تترك كلها (a prendre ou a lisser) في عمليه اتصال عموديه (verticale) من الاعلى إلى الاسفل (de haut en bas)، إلا انه اتضح فيما بعد ان عمليه الاتصال إنما هي في واقع الامر عمليه افقيه كذلك، اي فيما يتعلق بالجماعات الاوليه وقادة الراي الدين لم يكونوا ناقلين محايدين للمعلومات بل كانوا يلعبون دورا هاما في تشكيل النوايا الانتخابيه.

وعلى عكس ما سطر له كانت لدى الافراد ميولات كامنه للتصويت في اتجاه معين بسبب الانتماء لفئه اجتماعيه معينه، فبلورت رسائل الحمله تلك الميول، وكان اخرون قد شكلوا رايهم تقريبا في مرحله مبكرة من الحمله، وما فعلته الحمله الانتخابيه عبر وسائل الإعلام لم يتجاوز تعزيز وتقويه هده الاراء.

وتوصل لزار سفيلد اخيرا إلى ان الفرد متموقع اجتماعيا من خلال العلاقات غير الرسميه التي تفرض عليه الخضوع الموافق للمجموعه، فيكون بدلك فعل التصويت

فعلا جماعيا (l'acte de voter est un acte collectif)[1]، وتشكل تجربه المجموعه (l'expérience de groupe) عاملا مهما في عمليه التاثير، حيث يقول لزار سفيلد "هناك حظوظ كبيرة بخصوص الاشخاص الدين يعملون او يعيشون مع بعض، واكثر من دلك يتقاسمون وقت فراغهم، انهم يصوتون لنفس المترشحين "[2].

الدراسه الثالثه:

لقد قامت إحدى الدراسات البريطانيه بنشر استجوابين احدهما حقيقي والاخر مزيف، في كلّ من صحيفه "دايلي تلغراف"، وإذاعه "البي بي سي" BBC واخيرا في التلفزيون، وكان الهدف من هده الدراسه معرفه اكثر هده الوسائل قدرة على تضليل المستقبل، حيث تم تعريف افراد العينه بوجود نسختين إحداهما اصليه والثانيه مفبركه وطلب منهم اكتشاف النسخه الكادبه منهما.

وكانت من اهم النتائج التي توصلت إليها هده الدراسه ان الاختلافات بين الوسائل الثلاث كانت معتبرة حيث وجد:

- ان نسبه الدين تعرفواعلى النسخه المفبركه كانت74.3% من مستمعي الإذاعه، و64.2% من قراء الصحيفه وكانت ادنى نسبه 51% بالنسبه لمشاهدي التلفزيون، ما معناه ان المستمعين والقراء كانوا اكثر قدرة من مشاهدي التلفزيون على اكتشاف التحايل الدي قام به الباحثون، وتوصلوا إلى ان التلفزيون كوسيله إعلاميه يعد اكثر قدرة على التضليل والتلاعب بالمعلومات، وقد ارجع الباحثون هده النسب إلى اسباب تتعلق بعدم تركيز المشاهدين اثناء استقبالهم للبث التلفزيوني او قيامهم بوظائف اخرى في نفس الوقت، بالإضافة إلى إمكانيات الصورة والالوان على جدب الانتباه ما يجعل المشاهد اقل تركيزا على مضمون الرساله.[3]

---

[1] . Gregory Derville , le pouvoir des medias ; op-cit , p 17

[2] Francis Balle , media et société ; op-cit p 08.

[3] http// :www.pouvoir.med.com/14735.etude/interview.02.05.2000/journ.htm.consulté le 02/03/2006.

الدراسه الرابعه

اهتم "دومينيك باسكيي" Dominique Pasquier بدراسه المسلسلات التلفزيونيه وفعل الاستقبال لدى فئه المراهقين في فرنسا، حيث تناول سلسله (Hélène et les garçons)، معتمدا على ثلاثه طرق منهجيه لجمع المعلومات :

تحليل البريد / توزيع الاستبيان /الملاحظه في اوساط العائلات.

وكانت من اهم تساؤلات هذه الدراسه :

- ما هي المكانه التي يحظى بها التلفزيون لدى فئه المراهقين ؟.
- كيف تؤسس علاقات هؤلاء مع الشاشه ؟.
- ما نوع الروابط التي يقيمونها مع الشخصيات الخياليه للمسلسل التلفزيوني ؟.

بينما كانت اهم النتائج التي توصل إليها:

- ان استقبال الرسائل التلفزيونيه هو قبل كل شيء عبارة عن تجربه جماعيه ووسيله رائعه للتفاعل مع الاخرين داخل المنزل، مع افراد العائله او في المدرسه او في الخارج.
- ان هذه السلسله تقترح نموذجا للهويه والسلوك والتعلم الاجتماعي وتشجع على الاستهلاك السلبي للرسائل.
- لا يمكننا ان نحلل تاثيرات الشاشه دون الاخذ بعين الاعتبار السياق الاجتماعي المحيط بعمليه الاتصال.

5.0 صياغة الإشكاليه

يجري الاختلاف بين الاكاديميين ورجال السياسه ومنظري المجتمع حول اهميه التكنولوجيا وعلاقتها بالإديولوجيا، وكون وسائل الإعلام والتكنولوجيا مدمرة للحضارة الإنسانيه والمعايير الاجتماعيه والقيم الاخلاقيه "التكنوفوبيا"، ام انها فعاله للارتقاء بها وتحقيق الديمقراطيه "التكنوفيليا" ؟.

لقد اعتبر الاتجاه التقليدي في الدراسات الإعلاميه المرسل هو الفاعل الوحيد في عمليه الاتصال والمتلقي لا يفعل سوى امتصاص الرساله بطريقه سلبيه، حيث ان تيار "الحقنه تحت الجلد" اعتبر المرسل فاعلا يمكنه ان يحقن الفكرة التي يريد، بمعنى ان المتلقي دائما تحت رقابه المرسل، هدا ما يسميه Revault :"فرضيه الضحية"[1]، وتساءل Christophe Carré من جهته: إدا كنت مشاهدا للتلفزيون، هل انا غبي ؟[2]

إن النظرة التقليديه لتاثير وسائل الإعلام كانت سادجه تناولت عمليه التاثير على المدى القصير، في حين اثبتت الدراسات المتقدمه غير دلك، حيث يقول "دانيال بونيو" Daniel Bougnoux في مقال له "les territoires de la communication":

"المستقبل لم يكن ابدا سلبيا"[3]، يعني دلك كله ان الاتجاه التنظيري حول العلاقه التاثيريه بين وسائل الإعلام والمجتمع توجه نحو انتقال المعلومات على مرحلتين او نظريه قائد الراي، ودلك ما دهب إليه "تارد"، حيث يقول ان هناك اتجاهين :

* الاتجاه الاول يقول ان جمهور التلفزيون رديء في اقتناء المعلومات، غير حدر، خاضع، غير سياسي ولديه القابليه للهجوم عليه.

* في حين ان الاتجاه الثاني يرى ان المشاهد حدر، يتعلم جيدا، ينتمي إلى مجموعه اجتماعيه قادرة على إعادة تشكيل الرساله والدخول في عمليه نقد لوسائل الإعلام وقادرة على التاثير بشكل مباشر لتشكيل الراي العام.

ضف إلى دلك الدراسات حول التنظيم الاجتماعي والانموذج (البرت باندورا)، التي ركزت على علاقه الفرد بالمجموعات والزمر التي ينتمي إليها وتاثير هده الاخيرة على سلوكه الانتخابي والاستهلاكي وطريقه تفكيره بالدرجه الاولى، ما يمثل حلقات تشويش و"فلترة" لاديولوجيا "انتلجسيا" قادة العالم والتكنولوجيا والإعلام وهو ما تمثل كثيرا في حالات تمرد الشعوب على حكوماتها والعصيان المدني، ما يعني ضرورة انتهاج خطوات استراتيجيه نحو عزل الفرد عن المجموعه من خلال التربيه التكنولوجيه التي

---

[1] . Lucien Sfez , critique de la communication , op-cit , p 116.
[2]. Christophe Carré , halte aux manipulateurs , op-cit , p 02.
[3] . Daniel Boungnoux , « les territoires de la communication » ,Coordonné par Phillipe Cabbin , la communication , état des savoirs , op-cit , p 13

تسوق باسم الموضه ومراقبه الافراد على المستوى العالمي (شرائح RFID و VERISHOP) لحفظ الامن ومكافحه الإرهاب الدولي.

فإذا كانت وسائل الإعلام تمثل نموذجا رائعا للتلقين المذهبي والاديولوجي وحلا سحريا لاغراض السيبرنطيقا الاجتماعيه والسياسيه (نظريه السبرنطيقا التي جاء بها وينر يعنى بها نظريه التحكم الاجتماعي (pilotage sociale)، حيث يعرفها على انها فن مراقبه المعلومات)، فإن "الارقام والاضواء" والتكنولوجيا الحديثه مكنتها من التلاعب بالأخبار والافلام والشرائط والصور بطريقه دقيقه للغايه تحيل اشباه الحقائق إلى حقائق ونتحدث هنا بصفه اكبر عن التلفزيون من حيث انه اداة جبارة للهيمنه حسب ما يقول بيار بورديو، إذ اثبتت إحدى الدراسات ان الجمهور إذا خير بين حرمانه من التلفزيون والثلاجة والغساله فإنه سيختار امتلاك التلفزيون اولا، ويشير "ماك لوهان" من خلال نظريته (الحتميه التكنولوجيه)، إلى ان الناس يشاهدون التلفزيون مهما كانت البرامج بحكم انه يفرض سيطرته عليهم[1]، وكما يقول "كايرول" Cayrol " التلفزيون وسيله اتصال جيدة بين قادة الراي السياسيين والناخبين الذين لا يتعرضون له"[2] ، ومن خلال العرض الخاطف والبراق للصورة الذي يؤدي إلى استهلاكها لا قراءتها، اصبح هذا الجهاز المرئي بمثابه "الوالد" الثالث من حيث التنشاة الاجتماعيه والتاثير على الشباب والمراة والطفل.

لقد ادركت "الانثلجسيا الفوقيه" اهميه عرض الظلال الافلاطونيه (قصه افلاطون عن اهل الكهف) وتاثيرها على الافراد وجعلهم سهلي الانقياد بدل الاساليب التقليديه المتمثلة في الإجراءات الردعيه والديكتاتوريه وكانت مثلها الإدارة الامريكيه قد ادركت ذلك حيث تتبع استراتيجيا الدعايه الامريكيه طريقه التحكم في المواطن عن طريق التعليم والتثقيف والتوعيه وفقا لاعتبارات "فوقيه"، ترتكز على ميكانيزمات التضليل وخداع الراي العام، لذلك يقول كريستوف كاري ان "التضليل الإعلامي اصبح يمثل بالنسبة للمفكرين والسياسيين، سلاحا ابيضا جديدا"[3]، واصبح التحكم في وسائل الإعلام وضبط

[1] . فضيل دليو ، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري ، مرجع سبق ذكره ، ص 148.
[2] Gregory Derville , le pouvoir des médias , op-cit , p 57.
[3] Christophe Carré , halte aux manipulateurs, op-cit , 2004, p 24.

اجندتها وفق الرؤى الحاكمه كفيل بتلقين الشعوب وتعويدهم على قول كلمه "نعم" دون اي تفكير لان اليات المعارضه وميكانيزمات العقل النقدي قد عطلت من خلال النماذج التفافيه التي تعرضها وسائل الإعلام في ظل سيناريوهات عزل الافراد ومراقبتهم وحلول العلاقات الافتراضيه بدلا من العلاقات الحقيقيه الملموسه لتصبح العائله شكلا افلويا، وهدا ما دهب إليه "لوسيان سفيتز" من خلال مفهوم التوتيزم (كما وضحناه سابقا).

وبالربط بين كل هده المتغيرات الحبلى بالتساؤلات : بين الاستراتيجيا الكونيه لقادة العالم، التكنولوجيا والاعلامجيين، السبرنطيقا والتحكم الاجتماعي من جهه وبين مسار التكنولوجيا الدي يتجه نحو تفكيك الافراد وإقصاء النسيج الاجتماعي والفضاء العمومي، وميكانيزمات التضليل الإعلامي والتلاعب بالعقول وخلق الوعي المزيف من جهه اخرى، تتبلور لدينا الإشكاليه التاليه :

* هل تشجع الاستعمالات "الميديانيه" الحديثه على الانغلاق على الدات والاستهلاك السلبي ام على نمادج جديدة "للجماعاتية" والترابط الاجتماعي؟
* هل سيختفي الاتصال المباشر الحقيقي في ظل الاتصال "الميدياني" من خلال الاله ؟

ما هي العلاقه بين "توتيزم سفيتز" (le tautisme de lucien Sfez) والتضليل الإعلامي (la manipulation médiatique) في ظل "الايديولوجيا الفوقيه"؟

فرضيات الدراسه

1 . التلفزيون يمارس اساليب التضليل وخلق الوعي المزيف ولكن بنسبه اقل لدى المجموعه.

2 .تتعزز إمكانيه التضليل الإعلامي وبنسبه كبيره في حاله عزل الفرد عن المجموعه و تصبح دات فعاليه ونجاعه اكبر من تلك التي تحدث في الصيغه الجماعاتيه.

3 .عزل الفرد عن الجماعه وخلق الوعي المزيف احد اهم ركائز الاستراتيجيا الكونيه لقادة العالم و قادة التكنولوجيا والإعلام (cybercontrole).

الجانب التطبيقي :

ارتاينا في الجانب التطبيقي ان نسلك الاتجاه الإمبريقي في محاوله لتقصي الحقائق بطريقه تجريبيه محضه تفضي إلى نتائج علميه ودقيقه، ودلك من خلال تطبيق المنهج التجريبي.

من خلال ما وضحناه سابقا، وعلى اساس هده المعطيات التجريبيه لدينا مشروع القيام بتجربه في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعه وهران، وبالتالي فإن مجتمع البحث سيكون طلبه السنه اولى علوم الإعلام والاتصال، السنه الجامعيه 2005-2006، ومن تم سنختار العينه التي سنقيم عليها عمليه التجريب (المجموعه التجريبية)، ومن جانب اخر نحدد المجموعه الضابطه وفقا لمعطيات البحث.

سنقوم بانتقاء شريط سمعي بصري مفبرك تم إنتاجه على اساس تزييف الوقائع والحقيقه، تكون مدته في حدود 50 دقيقه، وقد وقع اختيارنا على شريط وثائقي متعلق بموضوع "صعود الامريكيين إلى سطح القمر" من إنتاج وليام كارل (opération lune) على "افتراض" انها نسخه مفبركه تعتمد برهنه علميه وخدعا بصريه وتقنيه قصد تكذيب فكرة صعود الامريكيين إلى القمر ودلك بسبب ما اثير من جدل بشان صحه الفيلم، وبالمقابل تكون لدينا نسخه اصليه حقيقيه لنفس الشريط، تم نقوم بالتجربه (بعد القيام بعمليه التصنيف واختيار العينة).

تقتضي هده التجربه وجود مجموعتين تجريبيتين "ا" مجتمعين و"ب" متفرقين ومجموعتين ضابطتين، مجموعه "ج" مجتمعين و"ج1" فرد ضابط، حتى يكون التشابه في الظروف ويكون المتغير الوحيد المتحكم في تغير النتائج هو"التفرد والانعزال" وفقا لطريقه الاتفاق حسب جورج ستيوارت، حيث يكون بالإضافه إلى مجموعتين "ا1" و"ا2 " للقيام بالتجربه ثلاث مرات بغرض التحقق من النتائج واما بالنسبه للمجموعه التجريبيه "ب" فلا نحتاج مجموعات إضافيه "ب1" و"ب2" لاننا نقوم بتكرار التجربه مع "افراد" المجموعه الاولى "ب" وهو ما يسمح بالتحقق من صدق نتائجها، على ان يتم في:

المرحله الاولى:(لاختبار الفرضيه الاولى).

1. التلفزيون يمارس اساليب التضليل وخلق الوعي المزيف ولكن بنسبه اقل لدى المجموعه.

- عرض الشريط المفبرك على المجموعه التجريبيه "ا" (مجتمعين) مع تحفيز كل العلاقات التبادليه بين افراد المجموعه التي تتمثل في التفاعل والنقاش بخصوص الموضوع، ومن الافضل ان يكون الانتقاء الاولي لافراد هده المجموعه على اساس

وجود علاقات اتصاليه سابقه بين افرادها حتى لا يمثل زمن التجربه المرة الاولى لاجتماعهم او تعارفهم ما قد يسبب عوائق اتصاليه بينهم، تم نقوم بتوزيع جمله من الاسئله الاختباريه التي لها صله بموضوع الاختبار.

- عادة نفس التجربه في نفس الظروف عدة مرات للتحقق من إعطاء نفس النتائج.
- المقارنه بين النتائج المحصل عليها في التجربه الاولى "ا" ونتائج التجارب اللاحقه "ا1" و"ا2".
- تم نقوم بتوزيع نفس الاسئله الاختباريه المقترنه بموضوع الاختبار على المجموعه الضابطه "ج" مجتمعين، وبعد دلك نقوم بتحليل إجابات كلتا المجموعتين والمقارنه بينهما.

المرحله التانيه (اختبار الفرضيه التانيه).

2.تتعزز إمكانيه التضليل الإعلامي في حاله عزل الفرد عن المجموعه وتصبح دات فعاليه ونجاعه اكبر من تلك التي تحدث في الصيغه الجماعاتيه.

- نقوم في هده المرحله بعرض الشريط المقبرك على المجموعه التجريبيه المختلفه عن الاولى "ب" ولكن منفردين، ودلك باستعمال قاعه خاصه يتعرض فيها عضو الاختبار للشريط بمفرده، وهكدا تتوالى العمليه مع كل الافراد، تم نقوم كدلك بتوزيع اسئله اختباريه على كل فرد على حدى بعد انتهاء زمن العرض مباشرة، ويشترط ان تكون الإجابه فوريه، ودون ان يسمح لتدخل اي علاقه خارجيه، ونكرر التجربه عدة مرات للتحقق من صدق النتائج.
- تم نقوم كما سبق لنا دلك في المرحله الاولى بتحليل ومقارنه اجوبه المجموعه التجريبية "ب" مع إجابات الفرد الضابط "ج1" بعد ملئ استمارة الاسئله منفردين.
- كمرحله اخيرة نقوم بمقارنه النتائج المحصل عليها من خلال الفرضيه الاولى "المجموعه التجريبيه (ا)" ونتائج الفرضيه التانيه "المجموعه التجريبيه (ب)" لتحقيق الفرضيه التالته.

المرحله التالته :

3 .عزل الفرد عن الجماعه وخلق الوعي المزيف احد اهم ركائز الإستراتيجيه الكونيه لقادة العالم وقادة التكنولوجيا والإعلام (cybercontrole).

من خلال النتائج المحصل عليها في التجربتين يمكننا استنتاج المعالم الكبرى للاستراتيجيه الكونيه المتبعه من طرف قادة العالم والتكنولوجيا والإعلام.

La stratégie planétaire des maîtres du monde , maîtres de technologie et de massmédialogues.

سنحاول ان نخوض في غمار هدا البحث استنادا إلى هيكل منهجي مقسم إلى اربعه فصول، حيث يتناول الفصل الاول نظريه السبرنطيقا كنظريه اتصال جديدة إضافه إلى نظريات التاثير المتعلقه بتاثيرات وسائل الإعلام على الجمهور والافراد حتى يتسنى لنا التحليل السليم وفق رؤيا نظريه تعتبر رصيد بحوث الإعلام منذ البدايات الاولى إلى غايه الدراسات الحديثه، وقبل دلك نتناول مفهوم الدعايه باعتباره اول مفهوم يدخل مخبر الدراسه وكان بمتابه حجر الاساس لبناء دراسات الإعلام.

واما عن الفصل الثاني فسيكون عن "مجتمع فرانكنشطاين" كنايه عن العلاقه التي تربط الإنسان بالاله وتطور مفاهيم هده الثنائيه مع مرور الزمن، وفي الفصل الثالث سنقدم بعض التحليلات عن علاقه التكنولوجيا بالاديولوجيا وهنا يظهر جليا مفهوم لوسيان سفيتز "التوتيتزم" وعلاقته بـــ"التضليل الإعلامي" بمعنى ان هنالك تسلسلا زمنيا ومنطقيا وتدرجا لهدا البحث من حيث اننا انطلقنا من اخطر نظريه في التحكم الاجتماعي وتسيير الاعلى للادنى "نظريه السيبرنطيقا" نحو علاقه الإنسان بالاله والتكنولوجيا كمرحله ثانيه إلى غايه ادلجه هده التكنولوجيا وفقا لرؤى "الفوق" الإمبراطوري سعيا او من زاويه اخرى تطبيقا لمبادئ السيبرنطيقا الاولى، لنصل اخيرا إلى الفصل الرابع وهو التطبيقي الدي سنحاول من خلاله التحقق من صحه فرضيات هدا البحث.

1 . السيبرنطيقا: نظريه الاتصال الجديده

0.1 تمهيد

هناك العديد من الصعوبات التي تواجه الباحثين عند محاولتهم تقصي تاثيرات وسائل الاتصال الجماهيريه، وقد كان "قابريال تارد" Gabriel Tarde من الاوائل الذين تحدثوا عن اهميه نشر الصحف على نطاق واسع وتاثيرها على الافكار التي تنتشر في المجتمع من خلال كتابه "l 'opinion et la foule" سنة 1901[1]، وسنحاول في هدا الفصل الإلمام بعديد النظريات التي تناولت تاثير وسائل الاعلام على الجمهور وتطوراتها استنادا إلى النزعه الفكريه للمدارس والباحثين السوسيولوجيين والإعلاميين حتى نتمكن من وضع الاطار التحليلي والنظري المناسب لنتائج الفرضيات التي نسعى لتحقيقها، ولكن قبل دلك علينا ان نستعرض مفهوم الدعايه التي كانت حقلا خصبا حفزت ظهور الدراسات الإعلاميه الاولى منها دراسات هارولد لازويل، لزارسفيلد وغيرهم.

1.1 الدعايه

يعرف الكاتب الامريكي "وتر ليبمان" الدعايه بانها: "محاوله التاثير في شخصيه الافراد والسيطرة على سلوكهم لاغراض تعتبر علميه او دات قيمه مشكوك فيها في مجتمع ما، في زمن بالدات"[2]، في حين يعرفها الباحث الامريكي "يونغ" بانها: "استخدام الرموز على نحو متعمد، منظم ومخطط له، من خلال الإيحاء اساسا وما يتصل به من تكنيكات نفسيه، بقصد تغيير وضبط الاراء والافكار والقيم وتغيير الافعال الظاهرة في نهايه الامر عبر خطوط حددت سلفا، وقد تكون الدعايه واضحه والقصد منها معلنا، او قد تستخفي بمقاصدها، وهي تقع دائما في نطاق اجتماعي ثقافي لا يمكن بدونه ان تفهم ملامحها النفسيه او الثقافيه"[3].

---

[1] Rémy Rieffel , Sociologie des medias ,op-cit , p 22.

[2] عامر مصباح، *الإقناع الاجتماعي خلفيته النظرية والياته العملية*، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،2005، ص 31-32.

[3] إسماعيل علي سعد،س،الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية،1996، ص135.

استعملت كلمه الدعايه لاول مرة في فرنسا في القرن 17 من طرف الراهب الديني الاب "15 Grégoire" بمعنى نشر المذهب الديني، إذن كانت الدعايه في البدايه تعني نشر الافكار والتعريف بها خاصه افكار ومواقف الكنيسة[1]، لكن حقلها الدلالي بدا في الاتساع تدريجيا مع نهايه القرن 19، وبدت سلبيه للغايه في القرن 20 حيت اصبحت تدعو إلى الدفاع عن افكار ومبادئ اساسيه واديولوجيا معينه لحزب، او تيار او دوله ما ونشرها، وبالمقابل إقصاء الافكار المعارضه، ومن اجل دلك كله تستخدم تقنيات واساليب واستراتيجيات متعددة ومتكامله من اجل إحدات التاتير والإقناع، او من اجل صناعة الراي العام، ما جعل Goebbels يقول :"نحن لا نتكلم لنقول شيئا ما ولكن لإحدات نتيجه معينة"، في حين دهب Jean Marie Domenach من خلال كتابه (la propagande politique) سنة 1959 إلى تحديد القوانين الخمسه للدعايه[2] ، ويرجح ان الهدف من الإعلام الدعائي هو "النجاح في فن قيادة الجماهير والجماعات لاعتناق فكرة ما او للاخد براي معين، حيت تستخدم فنون الدعايه واساليبها مبادئ علم النفس كالإستهواء او الإيحاء والإقناع واستغلال الميولات الخاصه بالتقليد والمحاكاة تحت ضغط التكرار والاستمرار في برامج الدعايه وتركيزها على بؤرة الانتباه لتكوين الاتجاهات او تعديل الاراء وتغيير انماط السلوك"[3].

قد يبدو انه بزوال الديكتاتوريات قد زالت الدعايه لكن هده الاخيرة تصاحب الديمقراطيات كما كان العنف يصاحب الديكتاتوريات (Noam Chomsky)، حيت تعد الطريقه الوحيدة المناسبه للاديولوجيا او الفكر "الفوقي" او خدمه مصالح النخبه، إلى درجه ان سماها Pierre Bordieu بالسلطه الرمزيه او العنف الرمزي.

Jack Ellul تحدث ايضا عن الدعايه الاجتماعيه واستخدام تقنيات العلاقات العامه بصفتها تقنيه او رهان القرن تستمد فاعليتها من معارف علميه سوسيولوجيه

[1] Patrick Farbiaz , comment manipuler les médias , 101 recettes subversible , op-cit , p 53.
[2] Francis balle , médias et société , op cit , p 720.721.
[3] قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال دراسة في الإعلام واتجاهات الراي العام الإسكندرية، منشاة المعارف،1984، ص433.

وبسيكولوجيه بالدرجه الاولى فيما يتعلق بالحاجات والرغبات والميكانيزمات النفسيه للفرد ومعرفه المحيط الذي يعيش فيه والافتراضات الجماعيه المسبقه والاعتقادات و الاساطير والاديولوجيا المهيمنه.

يشير Katz إلى انه يمكن تقسيم الدراسات الامبريقيه إلى ثلاثه مجالات:
دراسات الجمهور، دراسات المضمون ودراسات التاثير.

وتقسم دراسات التاثير إلى اتجاهين تقليديين في البحث في الفترة الممتدة ما بين 1940-1960، يخص الاتجاه الاول التيار الامبريقي الذي يركز على التاثير قصير المدى لوسائل الاعلام "التاثيرات المحدودة وغير المباشرة"، ويخص الاتجاه الثاني التيار النقدي ممثلا في مدرسه "فرانكفورت" وانتقادها للتاثير القوي لوسائل الاعلام على سلوكات ومواقف المستقبلين وربط كل ذلك بالنخبه المسيرة التي تراقب وسائل الاعلام (خضوع الافراد لنمادج الصناعه الثقافيه).

بعد سنه 1960 انحرف مسار البحث في تاثيرات وسائل الاعلام نحو:

- دراسات الاستعمالات.
- البعد الرمزي والسوسيوسياسي لوسائل الاعلام ممثله في مدرسه "Birmingham" ببريطانيا حيث اقترح اهم روادها Roland Barthes, Richard Hoggart, Stuart Hall نموذجا لتحليل العلاقات بين هياكل السلطه السياسيه والاقتصاديه والاديولوجيا التي تنقلها وسائل الاعلام واشكال الثقافه الشعبيه، وكانت بحوث هؤلاء الاولى ترتكز على اهميه القوى السياسيه والاقتصاديه، وعلاقه السلطه بالرسائل التي تؤطر الحقائق اليوميه للافراد من خلال فعل "الاستقبال".

2.1 نظريات التاثير

النموذج السلوكي *modéle de comportement*

يمثل هدا النموذج البدايات الاولى التي تبنت نظريات الاتصال في جانبها التاثيري على المستوى السلوكي، اي فيما يتعلق بعلاقه وسائل الإعلام بالجمهورالمستقبل، ويتميز هدا النموذج بانه دو نزعه امبريقيه تجريبيه.

الاتجاه الامبريقي empirique

يعتبر هدا الاتجاه القياس الكمي ضروريا إدا اراد العلم ان يقدم تحليلا اكثر دقة للظاهرة محل الدراسه، اد يقول "لايد بورع" في كتابه "البحث الاجتماعي"[1] ان الاهتمام الشديد بالإمبريقيه قد صاحبه ابتعاد ملحوظ عن إقامه النظريات التفسيريه التاريخيه.

وقد صاحب النزعه الإمبريقيه نزعه تطبيقيه او بالاحرى تطبيق نتائج الدراسات على الواقع الاجتماعي المحسوس او بمعنى اخر تحويل الدراسات الاكاديميه الخالصه إلى بحوث تطبيقيه، فتطورت بدلك الدراسات الميدانيه والمسوح، واصبحت دات باع في البحوث السوسيولوجيه والبسيكولوجيه والاتصاليه البحته، وتبعا لدلك استطاعت البحوث الاجتماعيه الغربيه ان تتقلد درجه عاليه من العلميه الموضوعيه والدقيقه بفضل التجربه الإمبريقية.

بعد الحرب العالميه الاولى ظهرت الحاجه ماسه إلى إجراء دراسات ميدانيه فعليه تتناول تاثيرات وسائل الإعلام على جمهور المشاهدين ،المستمعين والقراء لاغراض سياسيه بالدرجه الاولى حيت كانت الدعايه تمثل رهانا يتحكم في موازين القوى بين الحلفاء والخصوم إلى جانب القوة العسكريه، خاصه في ظل التطور السريع في "التقانه الميديائيه" بعد اكتشاف الكهرباء، حيت يقول باتريس فليشي Patrice Flichy[2] في كتابه " une histoire de la communication moderne –espace public et vie privé-" انه قد ظهرعلى مستوى المجال التقني نظامين قاعديين في

[1] جيهان أحمد رشتي ، الأسس العلمية لنظرية الإعلام ، الطبعة الثانية ، دار الفكر العربي ، سنة 1978، ص .123.

[2] PATRICE FLICHY, UNE HISTOIRE DE LA COMMUNICATION MODERNE –espace public et vie privé -édition la casbah,2000,p10

القرن 19 و20 هما الكهرباء والإلكترونيك (اي الانتقال من مجرة جتنبرع إلى مجرة ماركوني حسب تعبير ماك لوهان)[1]، هدا ما جعل وسائل الإعلام تبدو كالعصا السحريه لقيادة "قطعان الجماهير" وكانت من اهم الاسئله التي طرحت في تلك الفترة:

0 ماهي الاثار الناتجه عن استخدام وسائل الإعلام على سلوك الافراد وارائهم، خاصة فيما يتعلق بفعل التصويت وعمليه الشراء؟

0 هل هناك إمكانيه التعديل المنتظم لمحتويات الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام بهدف إقناع الجمهور بطبيعه مختلفه لتبني السلوك .ا. وعدم تبني السلوك .ب.؟

و من رواد هدا الاتجاه:

0 هارولد لازويل: باحث امريكي تابع ابحاثه حول الدعايه ووسائل الاتصال نظرا لارتباطه الشديد بميكانيزمات الاتصال في المجال السياسي.

0 لزار سفيلد: عالم نمساوي يعد المؤسس الحقيقي للاتجاه الامبريقي في بحوث الاتصال، اسس مكتب البحوث التطبيقيه الدي تحول فيما بعد إلى مركز هام للبحوث الامبريقيه المتعلقه باثار وسائل الإعلام على المواقف والاراء والسلوك الانتخابي على المدى القصير.

وبفضل الدعم المالي الدي تلقاه كل من "لازويل"، "لزارسفيلد" و"كاتز" من طرف شركه "روكفلر فونداسيون " استطاعوا إنشاء اول مركز يعنى بدراسه اهميه الإداعه لدى المستمعين، تم اسسوا بعد دلك اول مركز للابحات على الراديو ليستقر سنة 1940 في جامعه كولومبيا تحت اسم "مركز البحوث الاجتماعيه التطبيقيه".[2]

سنحاول في هدا الفصل ان نستعرض اهم الدراسات والنظريات حول تاثيرات وسائل الإعلام، والتي تعتبر مصب اهتمام المدرسه السلوكيه واعتمدت كثيرا على الإمبريقيه، حيث تقسم هده الدراسات على ثلاث فترات زمنيه، تغيرت خلالها الرؤيا لتاثيرات وسائل الإعلام، وشهدت كل فترة العديد من النظريات والنمادج اختلفت وفقا

[1].HACHETTE LITéRATEURE, LES COMMUNICATION DES MASS ,op-cit , p172.

[2] . Phillipe Breton , Serge Proulx , l'explosion de la communication , ALGER , Casbah édition , 2000, p 157 .

للمحيط والمعطيات السوسيولوجيه، ووفقا للتطور التقني كذلك لوسائل الإعلام، إذ يشير فرانسيس بال Francis Balle من خلال كتابه"وسائل الإعلام والمجتمع" (media et societé) إلى ثلاث مراحل مهمة:[1]

. 1940-1960.

. 1960-1980.

. 1980-……

➢ 1.2.1 المرحله الاولى : 1940-1960

كانت من اهم الاسباب التي ادت إلى الاهتمام بابحاث الاتصال في هذه الفترة:[2]

1. زيادة الاهتمام بالدعايه (وكانت قد حظيت باهتمام كبير لدى اليونانيين حسب فيليب تايلور، وزاد الاهتمام بها بظهور وسائل الإعلام)[3].
2. القلق المتزايد من تاثير وسائل الإعلام على الجماهير من خلال ما حدث في المانيا، ايطاليا والاتحاد السوفياتي، اثر محاولات ترسيخ اوامر السلطه السياسيه.
3. رغبه الصناعيين في معرفه (او توجيه) نمادج الاستهلاك.
4. حاجه الحكومات إلى التعرف على اهم العوامل المتحكمه في صياغه الراي العام.
5. تنافس وسائل الإعلام على جلب اكبر قدر ممكن من الإعلانات (حيت ان دراسه ثقافه وقيم واتجاهات ودوافع ورغبات وسلوكيات العملاء وتحليل سلوكيات المنافسين تعد جد مهمه لضمان البقاء والاستمرارللوسيله الاعلاميه)[4].
6. دور وسائل الإعلام وقادة الراي والاتصال الشخصي في الاتصال السياسي والحملات الانتخابيه.

---

[1] FRANCIS BALLE , MEDIA ET SOCIETE ,presse, audiovisuelle ,télécommunication ,multimédia télématique, op-cit, p 05.

[2] جيهان أحمد رشتي ، الأسس العلمية لنظرة الإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 20 .

[3] ألفن و هايدي توفلر ، أشكال الصراعات المقبلة ، حضارة المعلوماتية و ما قبلها ، تر صلاح عبد الله ، الطبعة الأولى ، بيروت ، دار الأزمنة الحديثة ، سنة 1998 ، ص 222.

[4] أحمد يوسف مصطفى ، تحديات العولمة و التخطيط الاستراتيجي ، الطبعة الثالثة ، سنة 2000 ، ص 182.

7. زيادة الاهتمام بالتلفزيون وتاثيره على الطفل من خلال بته لتفاقه الجريمه والعنف في المجتمع.
8. القيام بمثل هذه الدراسات لغايات علميه.

*** سيطرة المرسل la domination de l'emetteur**

اتجهت كل ابحاث الاتصال في بداياتها الاولى نحو الافتراضات النفسيه التي تعتبر ان الافراد تحركهم عواطفهم وغرائزهم التي ليس بمقدورهم السيطرة عليها بشكل إرادي، فإذا ما استطاعت وسائل الاعلام حقنهم بافكار معينه تخاطب هذه الغرائز فإنهم سيتاثرون مباشرة بهذه الحقنه الاتصاليه ويستجيبون لها فورا، واما عن الافتراضات الاجتماعيه فاعتبرت الافراد في المجتمعات الجماهيريه الصناعيه مخلوقات سلبيه ومعزوله عن بعضها البعض نفسيا واجتماعيا، ولا توجد بينهم روابط قويه تجمعهم، بمعنى انها ستكون فريسه سهله لتاثير وسائل الاعلام.

لقد اهتمت سوسيولوجيا الاتصال حسب روبرت اسكاربيت Robert Escarpit بمعرفه "كيف تتحكم وسائل الإعلام في الملايين من الرجال والنساء الذين يتواجدون خلف الكاميرا او الميكروفون"[1]، وكان "جلبرت سلدوز" يرى ان وسائل الإعلام والإعلان سوف تخلق امه من البشر يستجيبون متلما يستجيب الإنسان الالي[2]

تبنت هذه الفترة نظريه التاثير المباشر او القذيفه السحريه : استنادا إلى نظريه فرويد (نفس المثير يؤدي إلى نفس الاستجابه) "اليه الحافز والاستجابه " (S / R– release /suspense)، التي ترتكز على المدخل البيولوجي العصبي[3]، حيث افترض فرويد ان الإنسان تحركه قوى فطريه غير واعيه وغير رشيدة، ويتحكم فيه العقل الواعي بشكل جزئي.

[1] Robert Escarpit , l'information et la communication , théorie générale ; 1 édition , librairie hachette , 1991, p 170.

[2]. جيهان أحمد رشتي ، الأسس العلمية لنظرية الإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 516 .

[3]. ملفين ديفلور ، ساندرا بول ، روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 62 .

المنظور البيولوجي للاتصال

يوجد في المخ ما بين 50-150 الف خليه عصبيه، تتميز في تركيبها عن باقي خلايا الجسم لا يزيد عددها و لا تتجدد في حاله الشيخوخه، في حين توجد خلايا حسية تستقبل الإحساس وتنقل المعلومات إلى الجهاز العصبي في صورة دفعات كهربائيه (اتصال كهربائي)، ويتم التنبيه للاعضاء الحسيه عن طريق الضوء، الصوت، اللمس، الشم والذوق[1]، وتسبق فعل السلوك لدى الإنسان المراحل التاليه:

. **استقبال المعلومات**: عن طريق الخلايا الحسية (التنبيه او المثير).

. **نقل المعلومات إلى منطقه الإدراك والمنطق**: حيث تتم المقارنه بينها وبين المعلومات السابقه المخزنة، وللإدراك اهميه كبيرة في عمليه الاتصال إذ "التنبؤ بتاثير رساله ما على اتجاه فرد معين، مرتبط بمعرفه كيف يدرك الفرد هده الرساله"[2]

. **تحليل المعلومات**.

. **عمليه اتخاذ القرار**: حيت يتجه العقل اللاواعي إلى تخزين الذاكرة التي تحتوي على القيم، العادات، الاعتقادات والثقافه، لينقلها إلى العقل الواعي، وعلى اساس هده المعلومات يتم اتخاذ القرار والتصرف بطريقه معينة، وتتم كل هده العمليه بسرعه اكبر من سرعه الضوء.

سميت هده النظريه ايضا بالإبرة تحت الجلد -piqure hypodermique-، بمعنى ان وسائل الإعلام تؤثر بشكل قوي على الجمهور، فالرساله الدعائيه تسري في المتلقي كما يسري مفعول الحقنه في الدم.

يقول Lucien Sfez في كتابه " Critique de la communication"، ان النموذج السلوكي - modéle Behavioriste – يمثل منعكسا (مؤثر خارجي/استجابه) مؤسسا على فكرة سيطرة من يحث او يبعث الرساله، ويضيف ان المرسل او المصدر في حاله قويه، وهو من يبعث "كرة البلياردla boule de billard".

---

[1] . سلوى عثمان الصديقي ، هناء حافظ بدوي ، أبعاد العملية الاتصالية ، رؤية نظرية و عملية وواقعية ، بدون طبعة ، مصر ، المكتب الجامعي الحديث ، ش دينوقراط / الأزاريطة ، سنة 1999 ، ص 85.

[2] شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الراي العام، ط1،القاهرة:الدار المصرية اللبنانية،2004،

.: نظريه كره البلياردو

يفترض "لوسيان سفتز" في قيام العمليه الاتصاليه وجود المرسل، المستقبل، الرساله والوسيله، وإضافه إلى ذلك الاتفاق على مستوى المخزون اللغوي والاشتراك في نفس الحقل السيميائي فيما يخص "وضع الكود" و"فك الكود"، ويسميها بالاله السيميائيه. la machine simiotique

تفيد هذه النظريه انّ المرسل يقرّر والمستقبل يقبل القرار" l'emetteur décide et le recepteur accepte"، بمعنى انّ الرساله التي "تضرب" او يتلقاها المتلقي سواءا كانت موجبه او سلبيه تعطي السلطه للمرسل ان يقرّر الاخر او من اجل الاخر"entend décider l' autre ou pour l'autre"، وعلى المرسل ان يزيل كل الصعوبات من اجل قبول المتلقي للرساله.

دراسه سارج تشاكوتين Serge Tchakotine

استمدّ Serge Tchakotine افكاره من تركه Gustave Le Bon (التفكير الغريزي للجماهير) واعمال Ivan Pavlov، استطاع من خلالها ان يصوغ نظريه تفسيريه للدعايه، حيث حدّد اربعه محاور للغريزة الإنسانيه :

الغرائز الصراعيه /غرائز التغذيه /غرائز الجنس/غرائز الاهل او الولي[1] المذكورة في كتابه"le viole des foules par la propagande politique" سنة 1939، ومن خلال دراسته للدعايه الالمانيه ذكر تشاكوتين اهمّ الميكانيزمات التي تستعملها الدعايه للتاثير على الراي العام باستعمال وسائل الإعلام، وكانت من اهمّ الاسئله التي طرحتها دراسه تشاكوتين :

- كيف يمكن إضعاف الجماهير بواسطه وسائل الإعلام؟ - كيف يتمّ تحويل المجموعه إلى حاله "الاتمته" "état d'automate" ؟ او إلى الات حيّة "des robots vivants"؟ من خلال الاستعباد النفسي "l'esclave psychique"[2]) حيث ترتكز الدعايه على فكرة جمهرة الراي او المذهب (التحشيد وغصب الضمائر)[3]، ويذكر تشاكوتين انّ "جوبلز"

[1] Rémy Rieffel , Sociologie des médias , op cit , p 44.
[2] Gregory Derville , le pouvoir des medias , op-cit p 12 .
[3] .Hachette littérature, les communication de mass ; op-cit , p 330.

وزير الدعايه الالمانيه كان قائد الاوركسترا، اعتمد على نظريات المنعكس الشرطي لبافلوف (متير/استجابه)، مضيفا ان ميكانيزمات الدعايه كانت بمتابه "غصب بسيكولوجي حقيقي لسيكولوجيات الجماهير جعلتها تنقاد بسهوله من خلال اجهزة الاستقبال (الراديو)"، كما تناول "تشاكوتين" مفهوم التضليل الإعلامي(la manipulation) من خلال ممارسه الدعايه لخداع الراي العام.[1]

دراسه بول لزار سفيلد

كانت اول محاوله له سنه 1940 من خلال كتاب " radio and the printed page "، حيت درس القدرات المعتبرة لوسائل الإعلام على التاثير، وفي سنه 1941 قامت "HERZOG HERTA" -احد معاونيه- باستجواب عينه تتكون من 2500 فرد، عن اسباب ميلهم الى نوع محدد من البرامج الإعلاميه[2]، وكان نشر "لزار سفيلد" لكتابه المشهور" how the voter make up his minde in a –choice peoples presedential compaign"[3]، انطلاقا من تساؤل هام: مادا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام ؟[4].

وعلى عكس ما سطر له كانت لدى الافراد ميولات كامنه للتصويت في اتجاه معين بسبب الانتماء لفئه اجتماعيه معينه، فبلورت رسائل الحمله تلك الميول، وكان اخرون قد شكلوا رايهم تقريبا في مرحله مبكرة من الحمله، وما فعلته الحمله الانتخابيه عبر وسائل الإعلام لم يتجاوز تعزيز وتقويه هده الاراء.

لقد اعطي في هده الدراسه الاهتمام القليل للدور المحتمل للعلاقات الاجتماعيه غير الرسميه مثل الجماعات الاوليه، فقد كان الاعتقاد السائد ان هدا النوع من العلاقات اخد في الاضمحلال بنشوء المجتمع الحضري الصناعي (تونيس: المجتمع غير التعاقدي "جيمنشافت" والمجتمع التعاقدي "جيزلشافت"[5])، وفي الواقع كان زهاء 10% من الناس

---

[1]. Hachette littérature, les communication de mass ; op-cit, p 169-17
[2] .FRANCIS BALLE , MEDIA ET SOCIETES ;op- cit , p 05
[3]. ملفين ديفلور ، ساندرا بول ، روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 243
[4] Hachette litterateure , les communication de mass , op-cit , p 260
[5] . ملفين ديفلور ، ساندرا بول ، روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 231.

يدخلون في نوع من التبادل غير الرسمي في اليوم مع اشخاص اخرين يبادلونهم الافكار اكثر من تعرضهم لوسائل الإعلام.

وفي منتصف الدراسه راجع الباحثون الثلاثه استراتيجيتهم في "المقابلات" وبداوا يتحرون باسلوب اكثر انتظاما تلك الاتصالات غير الرسميه كمصدر للتاثير الشخصي، وكانت النتائج الاوليه ان :[1]

- 35% من افراد العينه دعمت اتجاهاتهم.
- 26% تحولوا من الولاء لحزب معين إلى عدم التقرير.
- 05% فقط تحولوا فعلا من حزب إلى حزب اخر.
- ان اتجاهات 96% من افراد العينه نحو المرشحين تتفق مع اراء عائلاتهم، وان 4% منهم فقط صوتوا لصالح مرشح لاتؤيده العائله"[2].

وفاز "روزفلت" بالانتخابات ضد نظيره "ويندل ويلكي" رغم معارضه الصحافه له، ما قلب موازين السلطه التي حددتها التوجهات الفكريه الاولى بناء على جمله من الدراسات والتراكمات البحتيه.

لقد كان الاعتقاد السائد لدى "لزار سفيلد" ومعاونيه ان الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام يفترض ان تؤخذ كلها او تترك كلها (a prendre ou a lisser) في عملية اتصال عموديه (verticale) من الاعلى إلى الاسفل (de haut en bas)، إلا انه إتضح فيما بعد ان عمليه الاتصال إنما هي في واقع الامر عمليه افقيه كذلك، اي فيما يتعلق بالجماعات الاوليه وقادة الراي الدين لم يكونوا ناقلين محايدين للمعلومات بل كانوا يلعبون دورا هاما في تشكيل النوايا الانتخابيه.

وتوصل لزار سفيلد اخيرا إلى ان الفرد متموقع اجتماعيا من خلال العلاقات غير الرسميه التي تفرض عليه الخضوع الموافق للمجموعه التي ينتمي إليها، فيكون بذلك فعل التصويت فعلا جماعيا (l'acte de voter est un acte collectif)[3]، وخصوصا تجربه المجموعه (l'expérience de groupe)، حيث يقول لزار سفيلد: "هناك

---

[1] . جيهان أحمد رشتي ، الأسس العلمية لنظرية الإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 613.

[2] علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط2، القاهرة، عالم الكتب، 2003، ص43.

[3] Gregory Derville , le pouvoir des medias ; op-cit , p 17

حظوظ كبيرة بخصوص الاشخاص الذين يعملون او يعيشون مع بعضهم، واكثر من ذلك يتقاسمون وقت فراغهم، انهم يصوتون لنفس المرشحين"[1].

وقد ورد في مقال لـــ: Jean-louis Missika بعنوان: " l'mpact des medias les modeles theoriques " ; ان لزار سفيلد اكد انطلاقا من النتائج التي توصل إليها ان الفرد يملك وسائل دفاعيه وترشيحيه " des outils de défense et de filtres"[2] ضد تاثيرات وسائل الإعلام :

ω مبدا الاهتمام او التعرض الانتقائي: l'exposition selective

يفيد هدا المبدا ان هناك كما هائلا من الرسائل الإعلاميه مما يجعل الفرد بعيدا عن الاهتمام بها كلها، او حتى التعرض لها كلها، مما يستوجب وضع مرشحات عقليه يتم على اساسها انتقاء الرسائل او البرامج حسب اهتمام الفرد ووفقا لإهتمامات الفئه الاجتماعيه التي ينتمي إليها والتي يقيم علاقات قويه مع افرادها.

ω مبدا الادراك الانتقائي: la perception selective

إن الفوارق الموجودة بين الافراد والمتصله بالاهتمامات وعمليات الفهم والمعرفه تؤدي إلى الاختلاف في عمليه الإدراك (الإدراك هو النشاط النفسي الدي ينظم من خلاله الفرد التفسيرات دات المعنى الناتجه عن المؤترات والمنبهات الحسية)، اي الانطلاق من نموذج معين ليؤدي إلى تفسير نفس المضمون بطريقه مختلفه، ويضم هدا النموذج: الاهتمامات، العقائد، المعرفه السابقه، المواقف، الحاجات، القيم، الانتماءات والعلاقات الإتصاليه.

ω مبدا التذكر الانتقائي: la memorisation selective

إن تذكر الرسائل الإعلاميه قد يتم لمدة طويله او قد يتم نسيانها في الحال، لذلك فإن عمليه التذكر مرتبطه بالمتغيرات الاجتماعيه والنفسيه للفرد، كعلاقه الفرد بالانتماءات الفئويه والبنى المعرفيه والروابط الاجتماعيه.

---

[1] .Francis Balle , media et société ; op-cit p 08

[2] . Jean Louis Missika , l ' impact des médias , les models théoriques , coordonné par Philippe Cabin , la communication ; état de savoirs , op-cit , p 309 .

ω مبدا التصرف الانتقائي: **le comportement sélective**

يعد السلوك الحلقه الاخيرة في السيرورة الاتصاليه، فالفرد يتعرض للرساله وفقا لاهتمام معين، يدركها، يتذكرها، ثم يتصرف على اثر هذه السلسله المعرفيه وينتهج سلوكا معينا.

دراسه هارولد لازويل: Harold Lasswell

اعتمد "لازويل" تحليل المضمون في دراسته للدعايه السياسيه والراي العام في امريكا سنه 1936، حيث نشر دراسه بعنوان " the communication of ideas " سنة 1948[1]، طرح من خلالها انموذجا للاتصال يتمحور في جمله الاسئله التاليه:

من؟، يقول ماذا؟، لمن؟، باي وسيله؟، وباي تاثير؟,

Qui ? dit quoi ? a qui ? par quel canal ? et avec quel effet ?

ويصف "لازويل" الدعايه بانها "المطرقه الجديدة وسندان الترابط الاجتماعي"[2]، ليؤكد من خلال هذا النموذج سيطرة المرسل (la domination de l'emetteur) وهو ما اشار إليه HULL قائلا:"المتلقي دائما تحت رقابه المرسل"[3].

دراسه Paul Lazarsfeld ; Bernard Berlson et William N Mcphee: بعنوان " voting ; a study of opinion formation in a presedential compaign "[4]، نشرت هذه الدراسه سنة 1948، حيث تناولت عينة من 1000 شخص في مدينه "الميرا" بنيويورك بخصوص اثار وسائل الإعلام على الناخبين، وكانت من بين اهم النتائج :

* ان الناخبين المترددين كانوا من الاشخاص الاقل تعرضا للموجات الإذاعيه.
* ان التعرض لبرامج الراديو بالإضافه إلى انه كان بدرجه ضعيفه، كان كذلك انتقائيا.

---

[1] . Francis Balle , médias et société , op- cit , p 10

[2] ibid, p11.

[3] . Lucien Sfez , la communication ; troisième édition , presses universitaires de France , 1991 , p 42 .

[4] Francis Ball , medias et société ; op- cit , p 09

* هناك علاقه ايجابيه بين راي الجمهور واختياراتهم للبرامج الإداعيه، اي ان معظم الافراد يتعرضون بصفه اولويه للرسائل الإعلاميه بما يتوافق مع معتقداتهم وارائهم السابقه.

* الافراد الاكثر حذرا من الحمله الإداعيه هم الافراد الاقل ترددا.

دراسه كلود شانون وويفر: Claude Shanon et weiber

من خلال مقالين رئيسيين نشرا سنه 1948 عن دراسه لصالح شركه "بال" للهاتف[1] " A Mathimatical theory of communication " "communication in the presence of noise"، جاء نموذج شانون بمفهوم التشويش الدي يؤدي إلى عدم التطابق بين الرساله التي تدخل جهاز الإرسال والتي تخرج منه.

التشويش

يمثل العائق الدي يحول دون القدرة على الارسال او الاستقبال، او هو اي شيء يدخل في حلقه الاتصال لا يكون في نيه المرسل ان يضعه.هدا التشويش قد يكون ميكانيكيا، فنيا يتعلق بالقناة، او دلاليا يتعلق بالمعنى، اي عدم قدرة المستقبل تفسير الرساله تفسيرا صحيحا بسبب استعمال مفردات غير مالوفه او التفاوت في الاطار الدلالي، ومن خلال نظريته جاء شانون بمفهومين اساسين :

الانتروبي:l'entropie.

الحشو والتكرار: le redondance.

حيث يقول "روبرت اسكاربيت" ان "الانتروبي" هو درجه عدم اليقين، تقاس بـ"البايتس" (bits)، وترتبط بالرساله المبعوثه من طرف المصدر[2]، وكلما كانت المعلومات اكثر، كلما كانت نسبه الانتروبي اكبر[3].

من خلال هدا النموذج نلاحظ ان شانون اهتم بالدال (signifiant) من حيث مقاومته للتشويش، سهوله ترميزه وتفكيكه (codage /décodage) وسرعه التحويل،

---

[1] [1]. Robert Escarpit , l'information et la communication , théorie générale , op-cit , p 11
[2] . Ibid; p 204
[3] . Lucien Sfez , la communication ; op-cit , p 24

لذلك يقول Thayer: "علينا الا ننسى ان شانون كان يفكر في عمليه تحويل وافتناء الإشارات الالكترونيه"[1]، ويقول احمد يوسف ان النظريه الرياضيه اهتمت بالشكل واهملت المعنى[2]، اما ابراهيم ابو عرقوب فيعتبر التشويش خطرا قد يسبب ضياع كل الرساله او جزءا منها، ويصنفه ضمن عوائق الاتصال، مضيفا ان هناك تشويشا على عدة مستويات[3]:

* ***على مستوى المرسل***

فظاظه وتعالي المرسل، الحاله النفسيه للمرسل، عدم مخاطبه المستقبل بلغته، عدم الفصاحه في الكلام او الكتابه، رداءة الإخراج او الإنتاج السمعي البصري.

يقول ابن العربي "فقد يطابق الخيال الخيال، خيال السامع مع خيال المتكلم وقد لا يطابق ، فاذا طابق سمي فهما عنه، وإن لم يطابق فليس يفهم"[4].

* ***على مستوى الرساله:***

الحشو الزائد يؤدي إلى تشتيت تركيز المتلقي، عدم الإلمام بكافه المعلومات المتعلقه بالموضوع، عدم احترام الوقت المناسب لإرسال الرساله.

* ***على مستوى الوسيله***

التشويش المادي الميكانيكي او التقني، عدم توفر وسائل الاتصال والتكنولوجيا المناسبه، عدم مراعاة طبيعه الجمهور المستهدف عند اختيار الوسيله، الرقابه على وسائل الاتصال مثل التلفزيون.

* ***على مستوى المستقبل***

الفهم الخاطئ للمعنى بسبب التفاوت في المستوى التعليمي او الثقافي، عدم الثقة في المرسل، دور الجماعات الاوليه، قادة الراي.

---

[1] . Lucien Sfez , critique de la communication , op-cit , p 116

[2]. أحمد يوسف ، سيميائيات التواصل و فعالية الحوار ، المفاهيم و الآليات ، مرجع سبق ذكره ، ص 101.

[3]. إبراهيم أبو عرقوب ، الاتصال الإنساني و دوره في التفاعل الاجتماعي ، مرجع سبق ذكره ، ص 140 .

[4] . أحمد يوسف ، سيميائيات التواصل و فعالية الحوار ، المفاهيم و الآليات ، مرجع سبق ذكره ، ص 103.

دراسه كاتز ولزارسفيلد: Katz et Lazarsfeld 1947-1946

كانت عينه هده الدراسه مجموعه من النساء، حيث طلب منهن كل من كاتز ولزارسفيلد تحديد ما يلي:

- الاشخاص الدين يعتبرنهن محلّ ثقه، وعلى قدر كبير من المعلومات فيما يتعلق بالشؤون العموميه.
- الاشخاص الدين يتحدثن معهم غالبا بخصوص ما سمعنهن في الراديو او ما قرانهن في الجرائد.

وكانت نتائج هده الدراسه ان 50% من افراد العينه لم يعطين اي اسم لاي شخص، اما عن البقيه فقد اعطين اسما لفرد من افراد عائلاتهن (الزوج، الاب ..).

وفي سنه 1955 نشرت دراسه لكاتز عن التاثير الشخصي ومادا يمكن ان تفعل وسائل الإعلام بالجمهور[1]، حيث توصل "إليهو كاتز" إلى ان قائد الراي هو بمثابه حاجز او حارس نشيط او بالاحرى مترجم لمضامين وسائل الإعلام، لكن هده الترجمه لا تكون وفية غالبا. وكانت من اهم النتائج:

- ❖ ان قائد الراي لا يبحث عن التاثير على الاشخاص، اي ان كونه مؤثرا وقائدا للراي غير قصدي، ولكن تتوفر فيه بعض الشروط حسب كاتز: [2]

القيم الاجتماعيه/ القدرات / الوضعيه الاجتماعيه الاستراتيجيه (علاقات شخصيه عديدة).

- ❖ الاتصال الشخصي يكون غالبا تلقائيا وفجائيا يصعب تجاهله، بينما يكون التعرض لوسائل الإعلام انتقائيا.
- ❖ يتميز الاتصال الشخصي بالمرونه، فمثلا إن وجد المرسل مقاومه من المتلقي فإنه يستطيع تكييف رسالته.
- ❖ الاتصال الشخصي ينتج عنه الرضا والمكافاة المعنويه، كما ينتج عنه عدم الرضا او العقاب إدا لم تحدث الاستجابه المتوقعة.

---

[1] . Lucien Sfez , critique de la communication , op-cit ; p 13.
[2] . Gregory Derville , le pouvoir des medias ; op-cit , p 22

❖ الافراد عادة ما يتفون في احكام الدين يعرفونهم ويحترمونهم، لذلك يقول Gregory Bateson انه "ينبغي دراسه الفرد من خلال مضمونه الاجتماعي"[1].

دراسه كلابرسنة1960 Klaper

قام "كلابر" بالتفريق بين وسائل الاتصال الجماعي، حيت يرى ان لكل وسيله خصائص تميزها عن الاخرى، ومن خلال دراساته الامبريقيه توصل إلى عدة نتائج من بينها:

- عرض المعلومات بطريقه مزدوجه (الصوت والصورة) يعد اكتر تاتيرا في مجال الوعي والتذكر.
- وسائل الإعلام ليست عادة السبب الكافي والضروري لإحدات التاتير على الجماهير.
- طبيعه العناصر الوسيطه تجعل وسائل الإعلام عنصرا مساعدا، وليست السبب الوحيد في تدعيم او تقويه الاتجاهات.
- الاتصال وجها لوجه هو اكتر الوسائل فعاليه فيما يتعلق باتار الإقناع إدا ما قيس بوسائل الاتصال السمعيه البصريه التي هي بدورها اكتر فعاليه من الوسائل المطبوعه.

يرى "كلابر" ان النظرة التضخيميه لوسائل الاتصال الجماعي، نظرة تقليديه (نظريه القديفه السحريه)، ويعتبر الاتجاه الحديت لدراسه اتار الاتصال موجها للنظرة التقليديه، حيت يتطرق الاتجاه الحديت إلى عوامل ومتغيرات اخرى بسيكولوجيه وسوسيولوجيه تتدخل في عمليه التاتير.

لقد اعتبر الاتجاه التقليدي المرسل هو الفاعل الوحيد في عمليه الاتصال والمتلقي لا يفعل سوى امتصاص الرساله بطريقه سلبيه، إد ان تيار "الحقنه تحت الجلد" اعتبر

[1] .Gregory Bateson , Jurgen Ruesh , communication et société , op-cit, p 15 .

المرسل فاعلا يمكنه ان يحقن الفكرة التي يريد، بمعنى ان المتلقي دائما تحت رقابه المرسل، هدا ما يسميه Revault :"فرضيه الضحيه"[1].

إنّ النظرة التقليديه لتاثير وسائل الإعلام كانت سادجه تناولت عمليه التاثير على المدى القصير، في حين اثبتت الدراسات المتقدمه غيردلك، حيث يقول Daniel Bougnoux في مقال له " les territoires de la communication ": "المستقبل لم يكن ابدا سلبيا"[2]، ويعتبرRichard Hoggart من جهته انّ النموذج الخطي كان قاصرا حيث تكون مقاومه المستقبل اكثر للرسائل المقترحه من طرف المرسل ويفقد المرسل سلطته على المتلقي بظهور دور الوسطاء.

➢ 2.2.1 المرحله الثانيه :1960 -1980

من الاتصال الخطي إلى الاتصال الدائري: المرسل يفقد سيطرته

اي الانتقال من السؤال: مادا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى السؤال: مادا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام ؟، سنحاول فيما يلي إختصار اهمّ النظريات كالاتي:

نظريه الفروق الفرديه:

تركز هده النظريه على التعليم كمصدر من مصادر الفروق بين الافراد في استجابتهم لوسائل الاتصال الجماهيريه، وتعتبر انّ التاثير يخضع للمكونات الشخصيه للفرد.

نظريه الفئات الاجتماعيه

إنّ انتماء الافراد إلى المجتمع يجعلهم "يتعنقدون" في فئات او شرائح او طبقات اجتماعيه معينه من حيث تشابههم في نفس الخصائص (الدخل، نمط العيش، العقيدة، الحزب، المهنه...إلخ)، وتختلف الاستجابه لوسائل الاعلام وفقا للفئه الاجتماعيه التي ينتمي إليها الفرد.

---

[1] . Lucien Sfez , critique de la communication , op-cit , p 116
[2] Daniel Boungnoux , les territoires de la communication ,Coordonné par Philippe Cabbin , la communication , état des savoirs , op-cit , p 13

نظريه تدفق المعلومات على مرحلتين

وتعرف بنظريه "قائد الراي"، كانت فرضياتها كالتالي[1]:

* لا يمكن اعتبار الافراد مدرّرين ومنعزلين في النسيج الاجتماعي، بل لهم علاقات ارتباطيه بجماعات اوليه واخرى تانويه.

* وسائل الاعلام لا تمارس تاثيرا مباشرا على الافراد، ولكن تاثيراتها تنقل من خلال العلاقات الاجتماعيه.

* توجد مجموعه من الافراد داخل المجموعه خصوصا "القادة"، يتعرضون لوسائل الاعلام اكثر من الاخرين، يقومون بفلترة الرسائل قبل نقلها للاخرين.

ومن خلال دلك كله يتساءل Jean Charron: هل تصنع وسائل الإعلام الراي العام ؟[2].

يفترض هدا النموذج مرور المعلومه بمرحلتين:

1. من وسائل الإعلام إلى قادة الراي.
2. من قادة الراي إلى باقي الجمهور.

اي الانتقال من الاتصال على مستويين إلى الاتصال على عدة مستويات حسب كاتز ولزار سفيلد.[3]، ووفقا لما يقوله Cayrol فإن "التلفزيون هو وسيله اتصال جيدة بين قادة الراي السياسين والناخبين الدين لا يتعرضون له"[4]، ويتميز قادة الراي بانهم:

- اعضاء في مختلف الشرائح الاجتماعيه (يتقاسمون رغبات، انتظارات وانشغالات من ينتمون إليهم).
- يشغلون مواقع اجتماعيه استراتيجيه.
- يتسمون بالفطنه وكثرة الاهتمام والنشاط سياسيا.
- يحتكون بوسائل الاتصال الجماهيريه ا كثر من غيرهم.

---

[1] Judith Lazar , la science de la communication , op cit , p 118.

[2] Daniel Boungnoux , les territoires de la communication ,Coordonné par Philippe Cabbin la communication , état des savoirs , op-cit; p 322

[3]. Coordonné par Philippe Cabin , la communication , états de savoirs , op-cit , p 346

[4]. Gregory Derville , le pouvoir des médias , op-cit , p 57

- يعالجون ويتدخلون فيما يحصلون عليه من رسائل بشكل او باخر ليعيدوا نقلها إلى من يحتكون بهم ويؤثرون عليهم.

نظريه الانموذج: البرت باندورا سنه 1960

تركز هذه النظريه على عمليه التعلم الاجتماعي كحلقه اساسيه في تكوين السلوك، بمعنى انّ إسقاط تجارب الاخرين واتخاذ النموذج الرمزي يتحكم بشكل كبير في تكوين راي عام وفي تبني سلوك معيّن، حيث يقول Gustave le Bon في كتابه " l'ame sociale": "عن طريق الفعل وحده، الافراد يتحولون إلى زخم، يملكون روحا جماعيه تجعلهم يحسون، يفكرون ويفعلون بطريقه مختلفه تماما عن تلك التي سيحس، يفكر ويفعل كل واحد منهم بمفرده"[1].

0 نظريه التنظيم الاجتماعي

بما انّ الفرد عضو في المجتمع يؤثر ويتاثر فإنه يتصرف وفقا لما يتوقعه الاخرون منه، ووفقا لمعيار الاستحسان او الاستياء، يكون الفرد في حاله قلق دائم حول ما يعتقده الاخرون حيال تصرفاته، ولتخفيض نسبه القلق الداخلي فهو يتصرف دائما بحذر ووفقا للمعايير الثقافيه والاجتماعيه المشتركه، لذلك يقول تشارلز كولي: "انّ التصورات التي لدى الناس عن بعضهم البعض هي الحقائق الراسخه في المجتمع"[2]، او كما يقول Solmon Asch : "نحن لا نثق في حواسنا، لننضمّ إلى الاغلبيه"[3].

نظريه حارس البوابه

او نظريه انتقاء وترشيح الاخبار لـ"دافيد مانج" التي طورها فيما بعد "كرت لوين"، حيث تمرّ المعلومه قبل ان تصل إلى المتلقي النهائي بعدة مراحل يتمّ من خلالها عمليه فلترة المعلومات وفقا لشروط معينه وتسمّى كلّ مرحله بحارس البوابه:

---

[1] . Valérie Devillard , les précurseurs , cours théorie de la communication, op -cit , p 138

[2] . ملفين ديفلور ، ساندرا بول ، روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 307 .

[3] .Christophe Carré, Halte aux manipulateurs , op-cit , p 89

معلومه ← فك الكود ← وضعها في كود.

إن فقدان التفه الموضوعه في وسائل الإعلام بحكم عدم التطابق بين الرسائل الاوليه والرسائل الاستهلاكيه (اي التي تصل فعلا إلى المستقبل)، اتاح المجال للاتصال الشخصي وفائد الراي كمراقب يكمل النقص ويكشف عمليات الديماغوجيه والتلاعب بالعقول.

دراسه Vance Packard

من خلال كتابه "la persuasion clandestine" سنة 1958، يرى "فانس" ان وسائل الإعلام لها تاثير مباشر على الفرد، إذ تصبح نمادج الضمائر مصنوعه من طرف وسائل الإعلام من خلال الإشهار الدي يجعل من الناس ضحايا سهله للغايه، فيقول ان: "هناك اشخاصا يعيشون على مستوى عال وبمجهودات ناجحه من اجل تكوين عاداتنا غير الواعيه وتوجيه قراراتنا نحو مادة الشراء، هده هي سيرورة فكرنا"[1].

انموذج ملفين ديفلور

يقسم ديفلور المضامين الإعلاميه إلى ثلاثه انواع [2]:

* *المضمون دو الدوق الهابط*: وهو محتوى إعلامي تم توزيعه على نطاق واسع، بحيث يصل إلى كل الجماهير مثل دراما الجرائم التلفزيونيه او الميلودراما الموحشه (وحشي العنف والجنس).

* *المضمون الدي لا يثير الجدل*: هدا النوع من محتوى وسائل الإعلام تم توزيعه على نطاق واسع، ولكن ينتقد كثيرا مثلا: تقارير الطقس، الاخبار، المضامين التي تركز على اهتمامات متخصصة (الصحة مثلا).

---

[1]. Gregory Derville , le pouvoir des medias , op-cit , p 12

[2] . جيهان أحمد رشتي ، الأسس العلمية لنظرية الإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 148 .

* *مضمون الذوق الرافي*: يتم توزيعه على نطاق واسع، لكن لا يشترط بالضرورة مشاهدته حيث يقع ضمن الذوق الافضل ويرقى بالاخلاق والقيم والتعليم مثل المناقشات السياسيه، الحصص الدينيه، الدراما المعقدة والموسيقى الجادة.

وفي نفس السياق جاء ابراهام مولاس بمفهوم الثقافه الفسيفسائيه تعبيرا عن الثقافه الخليطه ذات المستوى الردئ، هذا النوع من الثقافه الذي اثار جدلا كبيرا خاصه لدى مدرسه فرانكفورت.

الاتجاه النقدي (مدرسه فرانكفورت)

اهتم الباحثون في مجال الاعلام إلى غايه سنه 1940 بغض النظر عن توجهاتهم السياسيه، بالتاثير القوي الذي يمكن ان تفعله وسائل الاعلام بالجماهير وقدرتها على تحديد المواقف والسلوكات للافراد كناخبين او مستهلكين، وكانت المدرسه الاوروبيه النقديه ذات باع كبير في ذلك حيث تركز هذه المدرسه على انه لا يمكن لاي نظريه إعلاميه ان تكون ذات معنى من دون نظريه شموليه حول المجتمع، وتعرف الاتصال على انه تظافر مجموعه من الشروط من اجل إنتاج حقيقه اجتماعيه وسياسيه.

من اهم روادها تيودور ادورنو وهوركايمر، حيث تناولا من خلال مؤلفهما (la dialectique de la raison) سنة 1947 مفهوم الصناعه الثقافيه[1] وسقوط الثقافه في التسلع والتنميط والهيمنه الاديولوجيه، إذ يصف كلّ من هوركايمر وادورنو "الثقافه الجماهيريه" انها تمثل نموذجا رائعا لإفلاس الثقافه وسقوطها في التسلع.

رغم الثورة التي احدثتها مطبعه جتنبرع إلا ان احتكار الثقافه والاعلام استمر من طرف الطبقات العليا في المجتمع إلى غايه القرن 17 (Jean Charon)، وبظهور الثورة الصناعيه في اوربا في القرن 18 شملت حركه التصنيع مجال الثقافه والاعلام، وكان عاملا محفزا لتحريرهما من القبضه البرجوازيه.

إن تصنيع الثقافه ادى إلى دمقرطتها، فبعدما كانت المسرحيات الشهيرة والسمفونيات العالميه واللوحات الفنيه حبيسه الاذواق البرجوازيه، اصبحت في متناول الجميع تسوق على اساس سلعه تجاريه الهدف منها تحقيق الربح، لذلك اتجهت الثقافه الجماهيريه نحو

[1]. Valérie devillard , le courant critique , cours théorie de la communication ,op-cit , p 236

التنميط والمشابهه لتصنع افرادا متشابهين في التفكير والسلوك، حيت يقول نصر الدين العياضي في مقال له بعنوان "علم اجتماع الميتودولوجيات وميتودولوجيات علم الاجتماع" عن جمهور وسائل الإعلام، "هدا الوحش دو المائه ادن والمائه عين إنما هو وليد الوحش دو المائه وجه والمائه فم (التلفزيون)، ويضيف ان التشابه بين الافراد اصبح مثل افقال "يال" yale متشابهه في الشكل مع فروق بسيطه جدا[1]، فوسائل الإعلام تجبر الافراد المحتشدين على التلقي الجماهيري الساكن والسلبي والهادئ للرسائل التي يجب تصديقها.

انموذج ويستلي و ماكلين: Westely et Maclean

يفيد هدا الانموذج ان الرسالة التي يحولها ناقل الرساله "ب" إلى المستقبل "ج"، تمثل في الحقيقه رسالتين في وقت واحد، الاولى القادمه من "ا" المرسل منتقاة من "ب"، والثانيه موجهه من "ب" نحو المستقبل "ج"، ويمكن ان يكون المرسل "ا" بريئا تماما من الرساله النهائيه التي تصل إلى "ج" المتلقي، حيت تشير هده النظريه إلى ان رد الفعل يكون معقدا، يتجه من "ج" المتلقي نحو "ا" المرسل مرورا بـــ : "ب" الناقل، لدلك فإن فك الكود حسب ويستلي وماكلين من خلال سيرورة الاتصال يقتضي ان :

"ا" المرسل و"ب" الناقل يحولان الرساله المبدئيه، معناه ان هناك سلطه تحويل للمرسل.

المتلقي "ج" يحتوي الرساله ويحتفظ بها دون ان يبدعها، بمعنى ان المرسل هو المبدع الوحيد للرساله[2].

انموذج Riley et riely

لقد كان كل من J.Riely و M.Riely من الباحتين الاوائل الدين صاغوا انموذجا للاتصال ياخد بعين الاعتبار دور المحيط والبيئه الاجتماعيه في سيرورة الاتصال والنظام الاتصالي كنظام من باقي الانظمه في المجتمع.

---

[1] . نصر الدين العياضي ،علم اجتماع الميتودولوجيات و ميتودولوجيات علماء الاجتماع ، مجلة انسانيات ، عدد 11 ، ماي – أوت 2000 ، مركز البحوث في الأنثروبولوجيا الاجتماعية ، وهران ، crasc ، ص 121 .

[2] . جيهان أحمد رشتي ، الأسس العلمية لنظرية الإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 148 .

ومن خلال البحوث التي قام بها هدان الباحثان تبين ان الافراد رغم انهم قد يستقبلون رسائل إعلاميه ويتعرضون لوسائل الإعلام بصفه منعزله إلا انه لا يمكن اعتبارهم كذرات منفصله ولكن تربطهم علاقات بجماعات اوليه (العائله، مجموعه العمل،...إلخ) وجماعات مرجعيه يتقاسمون معهم نفس القيم ونفس السلوك تقريبا، وتساعد هده الجماعات الفرد على تحديد المواقف وتعريف القيم.

انموذج وضع الاجندة McComb et Shaw سنة 1972

يقول كل من Lang و Lang ان وسائل الاتصال هي التي توجه اهتمام الجمهور نحو قضايا بعينها، وهي التي تطرح الموضوعات عليه، وهي التي تقترح ما الدي ينبغي ان يفكر فيه وما الدي ينبغي ان يعرفه او ان يشعر به، إذ اصبح للمحررين والمبرمجين دور كبير ومهم في تشكيل الحقيقه الاجتماعيه من خلال انتقاء وترتيب المعلومات.

اهتم هدا النموذج بالتاثيرات طويله المدى، حيت اثبتت دراسه لماكسويل، ماكومبز ودونالد شوفي لحمله إنتخابيه اثناء الانتخابات الرئاسيه لعام 1968 في مدينه شابيل هيل[1] وكيفيه تناولها في وسائل الإعلام ان هناك توافقا كبيرا بين الموضوعات التي عرضتها وسائل الإعلام وبين الاهميه التي يوليها الافراد لهده الموضوعات[2]، اي ان "هناك علاقه ايجابيه بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينه وبروز نفس المواضيع لدى الجمهور المتلقي"[3].

ومن اهم ما جاء به هدا الانموذج:

- ان وسائل الإعلام قد لا تنجح كل الوقت في تعريف الناس كيف يفكرون، لكنها تنجح بكفاءة في تعريفهم فيما يفكرون (Cohn).[4]

---

[1] مختار التهامي واخرون، الراي العام، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، سنة 2000، ص 22.

[2] . ملفين ديفلور ، ساندرا بول ، روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، مرجع سبق ذكره ، ص 368 .

[3] بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسية، دراسة في ترتيب الاولويات، القاهرة، دار نهضة الشروق، سنة 1997، ص 29-31.

[4]. Gregory Derville , le pouvoir des medias , op-cit , p 61

- هناك علاقه إيجابيه قويه بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينه، وتركيز او بروز نفس الموضوعات لدى الجمهور المتلقي.
- وسائل الإعلام تتجه نحو إنشاء عالم متشابه.

كانت فرضيات هده النظريه ان وسائل الإعلام اثناء الحمله الانتخابيه، تاجند المواضيع حسب اهميتها بما يتوافق مع القائمين بالإعلام، بحيث تؤثر على مواقف الناخبين، وقام هؤلاء الباحثين بتجربه على عينه تتكون من 100 فرد في مدينه Chapel Hill بكارولينا الشماليه اثناء الانتخابات الرئاسيه سنه 1968، بينما كانت الوسائل الاعلاميه التي انتقيت لإجراء التجربه هي: الراديو، جريدتان اسبوعيتان ونشرتان اخباريتان متلفزتان، وكانت من اهم نتائج هده الدراسه ان هناك علاقه قويه بين المواضيع التي اعطتها الوسائل الخمسه اهميه وإهتمامات الناخبين، وان الناخبين المترددين كانوا اكثر اهتماما بالحصول على المعلومات[1].

وكدا الامر بالنسبه للانتخابات التشريعيه في فرنسا سنه 1986، إذ لاحظ الباحثون ان المسافه ما بين المواضيع المعالجه من طرف رجال السياسه والمواضيع التي حظيت بانشغال الناخبين (المستلهمه من نتائج سبر الاراء) كانت مهمه جدا، استطردت نسب التباعد والخلاف الكبيرة، وقد اكد تيودور وايت في كتابه "صناعه الرئيس" :"إن قوة الصحافه في امريكا قوة اساسيه، فهي تضع برنامج المنافسه العامه، وهده القوة السياسيه الكاسحه لايقيدها القانون، بل تحدد ماسيتحدث عنه الناس وماسيفكرون فيه"[2].

انموذج الاستعمالات والإرضاءات 1970 [3]

هو نموذج وظيفي يعتبر وسائل الاعلام في محل تقديم خدمه عموميه، ويمكن للافراد الاستعمال الانتقائي لها حسب الحاجات والرغبات والارضاءات، حيث تمثل طبيعه استثمار الافراد للمشاهدة والقراءة والاستماع عاملا مهما في عمليه الاستقبال.

[1] Philippe Breton , Serge Proulx , l'explosion de la communication , op cit , p 221.

[2] دوريس إيه جريبر، سلطة وسائط الإعلام في السياسة، تر، اسعد ابولبدة، ط1، عمان، دار البشير، ص 108.

[3] . Gregory Derville , le pouvoir des medias , op-cit ; p 40

هده الاخيرة تمتل سيرورة بسيكوسوسيولوجيه تدفع المشاهد او المستمع او القارئ إلى التفاوض مع الرساله من خلال ميكانيزمات كلاسيكيه متل الهويه متلا.

يطرح مالينوفسكي السؤال حول مادا يفعل الافراد بوسائل الإعلام او مع وسائل الإعلام او بمساعدة وسائل الإعلام، بمعنى ان الفرد متلقي ايجابي لديه القدرة والكفاءة على انتقاء البرامج والعروض بما يتوافق مع احتياجاته وإرضاءاته التي يبحث عنها، وقد حدد اليكس تون حاجات الجمهور فيما يلي:

* حاجات معرفيه / حاجات وجدانيه / حاجات شخصيه / حاجات اجتماعيه / الهروب من الواقع ..[1].

نظريه لولب الصمت: le spirale de silence

صدرت هده النظريه في كتاب للباحته الالمانيه اليزابيت نويله نيومان سنه 1980 "دوامه الصمت: الراي العام باعتباره جلدنا الاجتماعي"، حيت اعتبرت سلطه الاعلام على الافراد لا تكمن في ليس كيف يفكرون، او فيما يجب ان يفكروا، وإنما فيما يجب الا يفكروا فيه، اي الابتعاد عن التفرد حيت لا يبقى مجال للاقلية (نزعه تتبع الاغلبيه).

تصنف اليزابيت التلفزيون من اهم وسائل الاتصال الجماهيري في تاتيره على الجمهور وعلى تشكيل الراي العام، ويعد جوهر هده النظريه ان وسائل الإعلام حين تتبنى اراء واتجاهات معينه اتجاه قضيه ما فإن القسم الاكبر من الجمهور يتحرك في هدا الاتجاه، وبالتالي يتشكل الراي العام، اما الافراد المعارضون فيتخدون موقف الصمت تجنبا لاضطهاد الجماعه الكبيرة المؤيدة او خوفا من العزله الاجتماعيه، فيحجبون ارائهم بالمقارنه مع اولئك الدين تنسجم ارائهم مع وسائل الإعلام ويعدون الاكثر جراة ونشاطا في الإعلان عن هده الاراء للحصول على القبول الاجتماعي، هدا الضغط على الاقليه يحدث اترا لولبيا يزداد ميلا تجاه الجانب السائد الدي تتبناه وسائل الإعلام بغض النظر عن الموقف الحقيقي.

ورصدت الباحته ثلاث متغيرات اساسيه تساهم وتزيد من قوة تاتير وسائل الإعلام:

---

[1] http www. althawranews.net / showdetails .php ? id 28180, consulté le 24-11-2006.

* التاثير الكمي من خلال التكرار: تقديم وسائل الإعلام رسائل إعلاميه متشابهه ومتكررة حول موضوع ما بحيث يؤدي هدا العرض التراكمي إلى التاثير على المتلقي على المدى الطويل.

* التسيير الإرادي للمتلقي والتاثير الشامل عليه: اي ان وسائل الإعلام تسيطر على الإنسان وتحاصره في كل مكان وتهيمن على بيئه المعلومات المتاحه له وعلى مصادر المعلومات.

* التجانس والهيمنه الإعلاميه: تقديم الرسائل الإعلاميه وفقا لإديولوجيا المرسل، يؤدي دلك إلى التشابه في الرسائل الإعلامية.

كلّ هده العوامل تقلل من فرصه الفرد المتلقي في ان يكون لنفسه رايا مستقلا حول القضايا المتارة.

نبوءة ماك لوهان

ارتاينا تسميه ما جاء به ماك لوهان بالنبوءة وإن كانت هده الاخيرة مرتبطه بالمجال الديني وتتسم بحتميه الحدوث. واهمّ ما جاء به النبيّ الكندي عالم المستقبليات مقولته الشهيرة "الوسيله هي الرساله"، مشيرا إلى التطور التقني الهائل الدي جعل العالم يبدو كقريه صغيرة، حيث يقول انّ مجرّة جتنبرع قد كسفت بظهور مجرة ماركوني[1]، ويمكننا "ان نعتبرها بدايه نهايه العالم حسب Paul Valéry لاننا سنصبح سكان قريه كونيه".

إنّ وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الانسان، فالناس يتكيفون مع ظروف البيئه في كل عصر من خلال استخدام حواس معينه دات صله وتيقه بالوسيله الاتصاليه المستخدمه، كما انّ المخترعات التكنولوجيه تؤثر على تكوين المجتمعات، والتحول الاساسي في الاتصال التكنولوجي حسب ماك لوهان يجعل التحوّلات الكبرى تبدا لدى الشعوب ليس فقط في التنظيم الاجتماعي وإنما في الحواس ايضا (تغيير نسب الادراك الحسّي)، فامتداد ايّ حاسه يعدل من طريقه تفكيرنا وتصرفاتنا وادراكنا للعالم.

[1]. Robert Escarpit , l'information et la communication , théorie générale , op-cit , p 15

إنّ نظريه الحتميه التكنولوجيه تقدس الوسيله اد يقول ماك لوهان انّ الناس يشاهدون التلفزيون مهما كانت البرامج بحكم انه يفرض سيطرته عليهم[1].

دراسات Jean Cazneuve

sociologie de la radio , telivision1963
les pouvoirs de la television 1970
la societe de la l'ubiquité1972

يعترف كازنوف بفعاليه وسائل الإعلام إلا انها تبقى محدودة، فمثلا على صعيد الإعلان تصطدم بإكراهات ميزانيه المشترين، بادواقهم وكدا معلوماتهم المتعلقة بتشكيلة المنتجات (التمن / الدخل)[2].

نظريه الاعتماد على وسائل الاعلام

تعتبر هده النظريه وسائل الإعلام انظمه اجتماعيه دات طبيعه تفاعليه مع الانظمه الاخرى الموجودة في المجتمع اي النظام السياسي والاقتصادي والثقافي..، بحيث يحدد هدا التداخل قوة التاثير الدي تحدثه وسائل الإعلام او تجعل منه تاثيرا مباشرا او غير مباشر او قصير المدى او بعيده حسب Mc Quil، فيلجا النظام السياسي إلى المؤسسة الاعلاميه لنشر سلطته والاقناع بسياسته والترويج لافكاره ومبادئه في المجتمع اما النظام الاقتصادي فلديه اغراض اخرى تتعلق بالاشهار وترويج المبيعات.

[1] . فضيل دليو ، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري ، مرجع سبق ذكره ، ص 148
[2] . ر .بورون و ف. بوريكو ، المعجم النقدي لعلم الاجتماع ، تر د. سليم حداد : ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية ، الطبعة الأولى ، سنة 1986 ، ص 120.

3.2.1 المرحله الثالثه: 1980 ... المستقبل يزيح المرسل عن عرشه

انموذج Tayer

يقول تاير انه لا يوجد اتصال إذا لم توجد حيويه المتلقي.

الفاتورة السوسيثقافيه:

تناول كل من الباحثين Katz و Tamar Liebes إحدى المسلسلات الامريكيه (Dallas) كموضوع للدراسه في عدد من الدول، مع اخذ بعين الاعتبار المجموعات الإتنيه والثقافيه المختلفه في الولايات المتحدة الامريكيه واسرائيل ثم بعد ذلك اليابان (حيث مثل عرض هذا المسلسل فشلا ذريعا)، واعتمد الباحثان على تسجيل المحادثات بين المجموعات الصغيرة التي تجري قبل، اثناء وبعد عرض حلقات المسلسل واستجواب المشاهدين، وكانت اهم النتائج التي نشرت سنه 1990 ان كلّ مجموعه ثقافيه او إتنيه تعطي قراءة خاصه بها، حيث يقول كاتز ان المتلقي يعطي تصورا خاصا به للرساله في الإطار السوسيولوجي الثقافي، ويعطي مثالا على ذلك إذ يقول ان العرب واليهود المغاربه كانوا يتعاملون مع الشخصيات ويسمونها انطلاقا من النظام الابوي (والد زوجها ،اخوها ...إلخ)، وكان العرب يتصورون مثلا ان suce Ellen التحقت بابيها بعد ان انفصلت عن زوجها، حيث لا يوجد في مخيله العربي ان المراة يمكن ان تعيش من دون حمايه الرجل.[1]

اما الامريكيين فكانوا يسمون الممثلين باسمائهم الحقيقيه، واليهود الروس كانوا ينتبهون لما يجري خلف الحدث واديولوجيا الرساله التي تقف خلف سيناريو هذا المسلسل.

استطاع الباحثان من خلال هذه الدراسه التمييز بين نوعين من القراءة للرسائل المتلفزة[2]:

- قراءة مرجعيه، تركز على ربط البرنامج بالحياة الواقعيه والشخصيات والاحداث بالعلاقات العائليه والواقعيه المعاشه.
- قراءة نقديه تتعامل مع البرنامج على انه امتداد لاشكال الحكايه والروايه والجماليات.

---

[1]. Lucien Sfez , critique de la communication , op-cit ; p 131

[2] Rémy Rieffel , Sociologie des médias , op cit , p 133,134.

هدا ما معناه انّ هناك ارتباطا بين المحيط الاجتماعي(communauté d 'intérprétation) للمستقبل وقرائته للنص التلفزيوني، ولا يمكننا ان نعتبر اطلاقا انّ المستقبل سادج اومحترف للنقد، كما انّ تنميط الرسائل لا يستلزم حتميا تنميط المشاهدين وإنما يخضع فعل الاستقبال لمفاوضات ثقافيه واجتماعيه خاصة بكلّ فرد (مسلسل Dallas تجربه جماعيه واجتماعيه)، لدلك يقدر نجاح سلسله Dallas في استقطابها لنسبه كبيرة من المشاهدة على المستوى العالمي لانها تتميز بالمرونه والإنفتاح على جميع القراءات.

إن الحديث عن التلفزيون لا يعني الحديث عما نشاهده او عن الطريقه التي نشاهده بها وإنما الحديث عن بيداغوجيه العائله واستتمار اوقات الفراغ والتنظيم الداخلي للمجموعات العائليه، اي انّ التلفزيون لا يقدم برامج للمشاهدة وإنما للمشاهدة – مع.. -

انموذج Revault

صنف فك كود الرساله من خلال ثلاث فئات:

* المتلقي يفك كود الرساله وفقا لما اراده المرسل.

* المتلقي يقدر انّ الرساله تمّ إنجازها على اساس تفاوضي، وفي هده الحاله إما ان يتكيف مع الرساله او يعارضها.

* لمتلقي يملك الرساله من خلال ترجمتها إلى معاني مختلفه تماما عن تلك المقصودة من المرسل (المتلقي يقلب او يبدع الرساله التي يتلقاها)، بمعنى انّ المتلقي يصبح خبيرا بالكود الثقافي للمرسل ويعطي مثالا على دلك انّ الاوروبيين رغم انهم كانوا يستهلكون برامج امريكيه بكثرة، بداوا يكيفون المناهج الامريكيه مع إنتاجهم الخاص وفقا للهويه الثقافيه الاوروبيه.

انموذج جربنر

اعتبر كل من Katz et Dayon انّ هناك مظاهر تلفزيونيه جديدة بدات في الظهور هي "الطقوس التلفزيونيه "(تنقلات البابا، الالعاب الاولمبيه، مباريات كاس العالم، النقاشات اثناء الحملات الانتخابيه..إلخ)، حيث تنظم هده الاحداث خارج

استوديوهات التلفزيون تم تنقل من طرف وسائل الاعلام لتخلق نمادج جديدة لمشاركه الجماهير وتعاريف جديدة كذلك لمفهوم الحقيقه.

من خلال دراسه قام بها كاتز ودايون Katz et Dayon حول طقوس احتفاليه قام بها البابا في بولونيا، يقول جربنر ان هناك حدث واحد وعرضين:

* العرض الاول حيث يوجد المشاركون فعلا وهو العرض الواقعي.

* العرض الثاني هو ما تنقله وسائل الإعلام وما يستقبله المشاهدون على شاشاتهم حيث يعتقد كل مشاهد في بيته من خلال مشاهدته للعرض انه يشارك في اتصال مماثل وفوري مع البابا (نقل مباشر) ومع باقي البولونيين في حين انه لا يتصل مع احد، وهدا ما يصفه سفتز بـ : L'autisme .

وعمليه تكرار هدا العرض المجرد بـ: L'autisme tautologique (TAUTISME).

.نظريه التثقيف التباييني (المخيال الاجتماعي)

انطلقت افكار هده النظريه من خلال دراسات اجريت على موضوع العنف وطريقه عرضه في التلفزيون وتاثير دلك كله على سلوكات الافراد، إذ كانت اهم نتائجها ان وسائل الإعلام هي المسؤوله عن تغديه معتقدات الناس من خلال "التثقيف التباييني" اي ان الإجابه على السؤال: ما هي إمكانيه تعرضك للعنف؟ اذا كانت 20% فإنها إجابه غير واقعيه لان لديها خلفيات ثقافيه ناتجه عن حكم افتراضي مرتبط بمدى التاثر بالبرامج الإعلاميه ومدى "الاغتصاب العقلي" الدي سببه غزو البرامج الإداعيه والتلفزيونيه، وبالتالي فإن هده الإجابه إنما هي إجابه التلفزيون او الوسيله الإعلاميه، لدلك يقول جورج جربنر ان كترة مشاهدة التلفزيون تغير النظرة إلى الواقع (تطوير نظرة مشوهه عن الواقع)، وكدا الامر إدا ما عرضت "لابواق الحكوميه" المتمثلة في وسائل الإعلام التقيله ان البرامج الإصلاحيه الحكوميه قد اظهرت فعاليتها من خلال إعطاء نسب وهميه لانخفاض نسبه البطاله او تراجع نسب الفساد ...في حين ان الواقع يعبر عن غير دلك تماما.

إنّ التعرّض لبرامج العنف التي تبثها وسائل الاعلام يؤدي إلى اجتماعيه سلوكات العنف على المدى الطويل، حيث تدفع مشاهد العنف على الشاشه المشاهد إلى التعبير عن الاضطرابات النفسيه السلبيه (تقليد السلوك حسب Albert Bandura)، وارسطو كان سباقا من قبل للتعبير عن هذه الفكرة حيث اعتبر المسرح وسيله وفرصه للمتفرّجين لاطلاق اضطراباتهم النفسيه.[1]

3.1 نظريه السبرنطيقا cybérnétique: دراسه نوبرت وينر Nobert wiener

يرجع اصل كلمه "cybérnétique" إلى الكلمه الإغريقيه "Kubernétes"[2] والتي تعني تحكم (Pilote) او حكم (Gouvernail)، بمعنى فن قيادة السفينه، استعمله لاول مرة Nobert Wiener بمعنى فن قيادة البشر.

السيبرنطيقا هي علم المراقبه والمعلومات، تهتمّ بمعرفه والتحكم في الانظمه، او هي علم مراقبه الانظمه الحيّة "الانسان" والانظمه غير الحيّة "الاله" حيث تعدّ اجهزة الاعلام الالي وكل الالات الذكيه التي نعرفها اليوم عبارة عن تطبيقات لنظريه السبرنطيقا، اما بخصوص الانظمه الحيه فقد قدمت السيبرنطيقا طرقا فعاله من اجل مراقبه نظامين جدّ هامّين هما: المجتمع والاقتصاد، ويمكن تعريفها ايضا على انها علم الانظمه، حيث يمثل النظام جمله من العناصر المتفاعله بينها، هذه التفاعلات بين العناصر قد تكون عبارة عن تحويل للمادة او الطاقه او المعلومات، هذه التحويلات تؤسّس لفعل اساسي هو فعل "الاتصال".

اما Philippe Breton فيعتبر السيبرنطيقا بمثابه ظهور الفكرة الحديثه للاتصال ويعرفها على انها علم سلوك الانسان من خلال الفعل ورد الفعل[3].

في نفس الفترة التي كان Wiener يتابع فيها ابحاثه في اطار نظريه السيبرنطيقا، اقترح الباحث الكندي Ludwig Von Bertalanffy نظريه عامه للانظمه (théorie générale des systémes) من خلال دراسه المبادئ العامه التي تعمل من خلالها الانظمه دون ان يهتمّ بطبيعتها الفيزيائيه، البيولوجيه او السوسيولوجيه.

---

[1] Rémy Rieffel , sociologie des médias , op cit , p 136.
[2] Judith Lazar , la science de la communication ,op-cit , p 35.
[3] Philippe Breton , Serge Proulx , l'explosion de la communication ,op-cit , p 93.

لقد كانت نظريه Ludwig بمثابه تطبيق للمقاربه السيبرنطيقيه على الانظمه الاجتماعيه وخصوصا المؤسسه، وشكل هذا التزاوج بين نظريه السيبرنطيقا والنظريه العامه للانظمه تنظيرا لما يسمى اليوم الاتجاه السيستيمي (la systémique) الذي يتميز بالخصائص الثلاث التاليه:

- الشموليه (totalité): الكل يحتوي العناصر ويحددها وله الافضليه على الاجزاء.
- التفاعليه (l'intéractivité): كلّ العناصر المتفاعله تابعه للنظام الكلي، اي إذا حدث اي خلل في احد هذه العناصر يتغير كامل النظام.
- رد الفعل (la rétroaction) :الفعل الرجعي الذي يسمح بتعديل النظام.

ويعد كل من رد الفعل (la rétroaction) والتصحيح الذاتي (l autocorrection) مبداين هامين للسبرنطيقا.

رد الفعل

يعرف كذلك برجع الصدى او التغذيه العكسيه ويعني رد فعل المتلقي على رساله المصدر الذي قد يستخدمه لتعديل رسالته التاليه، قد يكون ايجابيا يؤكد للمصدر ان التاثير المقصود من الرساله قد تحقق، ويشجع المصدر على الاستمرار في تقديم رسائل مشابهه ، اما السلبي فهو الذي يحيط المصدر علما ان التاثير المقصود من الرساله لم يتحقق، فهو لا يشجع المصدر على توجيه رسائل مشابهه، ويتطلب تعديل شكل او محتوى الرسائل التاليه.

يدعى نوبرت وينر بابو السبرنطيقا، لكنه يقول في احد مقالاته انه إذا كان لابد من وجود اب مقدس للسبرنطيقا فهو Gottfried Wilhem Leibniz (1646-1716)[1]، لقد انبثقت افكار وينر من اهتمامات عسكريه بالدرجه الاولى، حيث ادى السباق إلى التسلح خلال الحرب العالميه الثانيه إلى زيادة سرعه الصواريخ، فكان من الضروري الاهتمام بالسبرنطيقا فيما يخص المدفعيه المضادة للطيران للتحكم في السرعه والدقة مثلا: إذا كان الصاروخ المضاد محددا بمسار:

[1] Armand Matlart , histoire de la société de l'information , édition la découverte , Paris , 2003 , p 07 .

ا ← ب ← ج

نحو الهدف، وفي لحظه ما تغير توجه الهدف، فإن التحكم الاوتوماتيكي يقتضي ان تكون المعادله مثلا:

ا + 1 ← ب -1 .....

اي تلقين الالات: كيف تفكر، تتعلم وتتصل.

درس وينر الإنسان ليس باعتباره موضوع بحث مستقل، وإنما بالنظر إلى نشاطه في عمليه التبادل الاجتماعي (l'échange sociale)[1]، اي علوم سلوك الإنسان من حيث الفعل ورد الفعل (l'action et la réaction).

إن نظريه السبرنطيقا التي جاء بها وينر يعنى بها نظريه التحكم الاجتماعي (pilotage sociale)[2]، حيث يقول وينر "خصوصيه الإنسان او الاله لا تكمن في طبيعه كل منهما، بروتين او حديد، لكن في تعقيدات تبادل المعلومات التي تكون كليهما" ويضيف ان "السبرنطيقا هي فن مراقبه المعلومات"..." حيث يتضمن الاتصال كلّ الإجراءات التي بمقتضاها يؤثرعقل بشري على عقل اخر، او جهاز على جهاز اخر ".." حينما اعطي امرا لاله فالوضع لا يختلف اساسا عن دلك الدي ينشا حينما اعطي امرا لفرد، بمعنى اخر انا واع بالامر الدي خرج وبإشارة الخضوع التي عادت"[3].

[1] . Philippe Breton , l'utopie de la communication , le mythe de village globale , op-cit, p 51

[2] Philippe Breton , Serge Proulx , l'explosion de la communication , la naissance d'une nouvelle idéologie, édition la découverte , Paris , 1990 , p 204.

[3] ibid, p 139.

4.1 خلاصة

بعدما استعرضنا اهم النظريات الاتصاليه والإعلاميه المتعلقه بموضوع البحث، والتي حددت إلى حد ما طبيعه العهلاقه بين الوسيله الإعلاميه، مضامينها، المرسل او المؤتر والمستقبل، بينما ننتقل في الفصل الثاني إلى تسليط الضوء على العلاقه بين الاله والإنسان والتاثيرات الحاصله بينهما.

2 . مجتمع "فرانكنشطاين" و"الاخ الاكبر"

0.2 تمهيد

نركز في الفصل الثاني من هذه الدراسه على المتغير "إنسان/اله" باعتبار ان وسائل الإعلام لا يمكن فصلها عن مجموعه "المؤلل"، حيث ان الحوار التفاعلي الكلاسيكي بين الإنسان والاله قد تم إلغائه، إذ اصبح الإنسان في كليته مشكلا بطريقه اليه، واستطاعت الاله ان تكتسب صفات الإنسان التي كانت إلى زمن غير بعيد حكرا عليه، حتى انها صارت تلاطف وتكذب وتغش متلما يفعل الإنسان (حضارة الاله)[1]، إن "تأليل"* الإنسان وانسنه الاله يعد تشريعا اساسيا في مجتمع "فرانكنشطاين".

1.2 نظريه انشطاين حول الزمان والمكان

لقد جاء انشطاين سنه 1905 بالنظريه النسبيه حول إدماج المكان والزمان او ما يعرف بظاهرة "انكماش الزمن" من خلال القانون التالي:

$$\frac{\text{الفترة الزمنية للراصد الساكن}}{\text{الفترة الزمنية للراصد المتحرك}} = \frac{1}{1 - \frac{\text{سرعة المتحرك}}{\text{سرعة الضوء}}}$$

بمعنى ان الزمن يؤخر 3/1 ثانية كلّ ساعه في سرعه 3000 كلم/تا، ويصل هدا التاخير إلى 18 ثانية كلّ ساعه إدا بلغت السرعه 30 الف كلم /تا، وهكدا يزداد التاخير كلما زادت السرعه، فإدا بلغت سرعه الضوء يتوقف الزمن تماما. وكمثال اخر للتوضيح فإدا كنا نركب صاروخا بسرعه 80% من سرعه الضوء متجهين نحو نجم او كوكب يبعد عنا مسافة 20 سنه ضوئيه فمعنى هدا ان الصاروخ يقطع هده المسافة في 25 سنه حسب تقويم الناس على الارض بينما يستغرق في الزمن الحقيقي 15 سنة فقط، وهدا معناه ان الاباء يمكنهم ان يتصوروا عند عودتهم بنفس السرعه انهم اصغر

---

[1] Albert Bressand , Catherine Distler , la planète relationnelle , Flammarion , 1995 , p 67.

* يقصد بتأليل الإنسان تحويله إلى آلة في الصفات وليس في الطبيعة البيولوجية وكذا الشأن بالنسبة للآلة وأنسنتها.

سنا من ابنائهم، وإذا افترضنا ان سرعه الصاروخ اقتربت جدا من سرعه الضوء فإن الرحله التي تستغرق 50 الف سنه بالزمن الارضي يمكن ان تدوم يوما واحدا [1].

وماك لوهان من قبل قال: "وسائل الاتصال هي بمثابه امتداد لحواسنا الفيزيولوجيه ومن جهه اخرى فهي توفر لنا سرعه اكبر، باعتبار ان الإنسان يستعملها لانها امتداد له، إما لعضو من اعضاء جسمه او لحاسه من حواسه، حيث اوجدها الإنسان ليقوي بها اعضاءه او حواسه حتى يستطيع الوصول إلى اغراض عجز عن الوصول إليها"[2]، فالملابس والمساكن امتداد لجهازنا العصبي المركزي، "..وكاميرا التلفزيون تمد اعيننا والميكروفون يمد اذاننا، والالات الحاسبه توفر بعض اوجه النشاط التي كانت في الماضي تحدث في عقل الإنسان فقط، فهي مساويه لامتداد الوعي"[3]، "... الحاسبات الاليه هي امتدادات لادمغتنا، تعطينا الادوات والتكنولوجيات فعاليه وقوة جديدة للإدراك والفعل"[4]، ويرى ماك لوهان ان اختراع الكهرباء ادى إلى خلق امتدادات كثيرة ومختلفه للإنسان الحديث، حيث يقول "في عصرنا الكهربائي اصبح جهازنا العصبي المركزي يمتد تكنولوجيا.."[5].

إن المحيط التكنولوجي خلق معادله التحكم في الزمان والمكان حيث يمكن تجاوز الحدود التقليديه والاتصال بالجميع في اي زمان ومكان والقيام بجميع الانشطه المهنيه دون الحاجه إلى تقاليد الحضور المكتبي (تسيير المؤسسات عن بعد مثلا).

---

[1] منصور حسب النبى، الكون و الإعجاز العلمي في القرآن ، ط3، دار الفكر العربي ، مصر 1996 ، ص 110 .

[2] زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص: 80

[3] Marshall Mcluhan, Quentin Fiore ,The medium is the massage: An inventory of effects, N.Y. Bantam books, 1967, pp: 26-40.

[4] http://www.cios.org/encyclopedia/mcluhan/probe/ct/probe_ct_15_popup.html, page consultée le: 28 Août 2005.

[5] زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 81.

المفهوم السوسيو - إلكتروني للزمان والمكان

يمكن اعتبار وسائل الاتصال الحديثه كامتدادات انتروبو - سوسيولوجيه لوظائف التبادل الفيزيوبيولوجيه التي يقوم بها الإنسان (فيزيولوجيه، بسيكولوجيه ...إلخ)، معنى دلك ان الافتراضي الدي توفره التكنولوجيا الحديثه يعد حقيقيا لكنه ليس انيا (غير مباشر)، وبناءا على دلك يمكن تصنيف اربعه حالات زمكانيه، تشكل تلات حالات منها الافتراضي وحاله واحدة الاني او المباشر الملموس كالتالي:

- **الحاله الزمكانيه الانيه Co-présence (هنا والان)**

حدوث العمليه الاتصاليه بين المرسل والمستقبل في نفس الزمان والمكان، متلا الاتصال الشفهي المباشر بين شخصين او اكتر وجها لوجه (اتصال واقعي ملموس)، وفي هده الحاله يكون الوسيط هو الجسم وليس التقنيه.

- **الحاله الافتراضيه في المكان الحقيقي présence –Défféré (هنا لكن ليس الان)**

في هده الحاله يغيب المرسل والمستقبل في الزمان ولكن ليس في المكان، متلا النص التبوغرافي قد يمر على تحريره مدة من الزمن لكن النص يبقى نفسه.

- **الحاله الافتراضيه في الزمن الحقيقي présence–Télé (ليس هنا لكن الان)**

يسجل في هده الحاله غياب كل من المرسل والمستقبل في المكان ولكن ليس في الزمان، متلا الاتصالات الهاتفيه او المحاضرات عن بعد (e-lieu sociologique).

- **الحاله الافتراضيه الزمكانيه Fictiive-présence (ليس هنا وليس الان)**

واما في هده الحاله فيكون غياب المرسل والمستقبل في الزمان والمكان معا، مثلا: تحميل كتاب الكتروني على قرص مضغوط او على القرص الصلب الخاص بالكمبيوتر، يمكن قراءته باستعمال جهاز الإعلام الالي لكن في الزمان والمكان الخاص بالشاشة (او رساله الكترونيه).

لقد بدا عصر الالكترونيات باكتشاف الإلكترون عنصر الكهرباء الاصغر في اواخر القرن الماضي، تم بعد دلك كان اكتشاف "الترانزستور" في الاربعينيات مهدا لانطلاق ثورة الالكترونيات، اما ثورة الالكترونيات الدقيقه فانطلقت فعليا في الستينيات من خلال تطور تقني لزواج ناجح بين تقنيات الدارات المتكامله ونظم الالكترونيات الرقميه، ويعتبر التطور المتسارع في تقنيات الالكترونيات الدقيقه وتطبيقاتها ثورة تقنيه حضاريه توازي في نظر العديدين الثورة الصناعيه في القرن الماضي، فالثورة الصناعيه طوعت قوى الطبيعه لمضاعفه قدرة الإنسان الجسديه من خلال الاله الميكانيكيه، اما ثورة الالكترونيات الدقيقه فقد طوعت الاله للقيام بمهام دهنيه (العصر التكنتروني)[1]، التي كانت إلى فترة وجيزة حكرا على العقل البشري، فضاعفت قدرات هدا العقل كتيرا في السرعه والسعه والدقه والداكرة، وغيرت إلى حد بعيد تنائيه الزمان والمكان.

1.1.2 الدكاء الاصطناعي (l'intelligence Artificielle)

ما هي استخدامات الدكاء الاصطناعي؟ وهل الإنسان في حاجه فعلا لدكاء تاني؟ هل تعقد المجتمع الإنساني إلى غايه الاستعانه بالاله لتسييره؟

يعتبر التيار السيبرنطيقي ان الإنسان هو نتيجه خطا مؤقت للطبيعه، هدا الغموض الدي يصاحب هدا التيار يشجع على الاستثمار في مجال الاله وإهمال الاهميه الحيويه للعنصر الإنساني ويعزز مغامرة الاله المفكرة نحو استخلاف الإنسان[2]، لدلك يعتبر كتير من الباحتين الدكاء الاصطناعي بمتابه الخطوة التاليه لتطور الانواع[3]، ويتم العمل على إزاله الفرق بين الاله والإنسان حتى على المستوى اللغوي حيت يستعمل ضمير التعبير عن الإنسان باللغه الإنجليزيه (He) للتعبير عن الاله كدلك بدلا من الضمير (It) الدي يعبر عن الاشياء.

[1] صمويل هنتغتون ، تر: طلعت الشايب ، صدام الحضارات ، إعادة صنع النظام العالمي ، مرجع سبق ذكره ، ص 10 .

[2] Philippe Breton , Serge Proulx , l'explosion de la communication , la naissance d'une nouvelle idéologie , op cit , p 205.

[3] Jean luc Michel , la distanciation , essai sur la société médiatique , op-cit , p 46.

لقد تساءل Alan Turing منذ البدايه عن قابليه الاله للتفكير بالمعنى الإنساني فكانت اولى إبداعاته اله Turing (MT) التي كانت كفيله بحل جميع المشاكل والتعقيدات الحسابيه خصوصا بعد التعديلات التي احدثت عليها فاصبحت تسمى اله Turing العالميه (MTU)، وفي نفس الفترة اتجهت ابحاث Von Neumann نحو إبداع عقل الكتروني شبيه بالعقل الحي "الحاسب الالكتروني".

كان جهاز الكمبيوتر عبارة عن اله تتعامل مع المعلومات وتعالجها في نظر Von Neumann ، لكنه تحول إلى اله للاتصال في نظر Wiener، وإلى حصان "طروادة" لطوباويه الاتصال، خصوصا مع مضاعفه قدرات الكمبيوتر الرقمي (l 'ordinateur numérique) وتاهيله للقيام بمليارات العمليات في وقت واحد، وحل عمليات معقدة ومتناقضه بنفس السهوله التي يقوم بها الكمبيوتر الرقمي، هذه القوة الروحانيه ترجع للسرعه الهائله في إتمام العمليات (l 'ordinateur quantique).

اما Grey Walter فكان مبهورا ليس فقط بجهاز الكمبيوتر وإنما بالات اكثر بساطه لها سلوكات جنيسه بتلك التي لدى الحيوان (السلحفاة الاصطناعيه) إلى درجه انه التقط صورة له ولزوجته وابنته والسلحفاة الاصطناعيه بتعليق اسفل منها "هدان الزوجان وطفلاهما، احدهما الكتروني".[1]

اصبح تطوير التكنولوجيا الدقيقه (les nanotechnologies) واختراع الالات الدقيقه (les nanomachines) كانظمه قادرة على التنظيم وإعادة الإنتاج الاوتوماتيكي (Systéme auto-organisée et capable d 'auto-reproduction) تمثل ضرورة تقنيه، اقتصاديه وفلسفيه، حيت اقترح في سنه 1948 في إطار مؤتمر نظم من طرف (la fondation Hixon) بمعهد التكنولوجيا بكاليفورنيا (Caltech) اختراع الات معقدة قادرة ليس فقط على إعادة الإنتاج الاوتوماتيكي وإنما كدلك على إنتاج الات اكثر تعقيدا منها، وكانت المحاولات الاولى من إنجاز فيزيائيين سنه 1982 بمركز البحث التابع لشركه (IBM dezurich) لجهاز الميكروسكوب الدي يسمح بالرؤيه على المستوى الدري، بعد دلك تمكن Eric Drexler (احد مؤسسي فكر الدكاء

[1] Philippe Breton , Serge Proulx , l'explosion de la communication , la naissance d'une nouvelle idéologie , op cit , p 207.

الاصطناعي) من إطلاق مشروع التكنولوجيا الدقيقه او الصغيرة الحجم من خلال مؤلفين نشرهما في سنة 1986 وسنة 1992، وتم إنشاء معهد خاص بكاليفورنيا لترقيه وتطوير التكنولوجيا الدقيقه، فظهر بذلك عالم لا متناهي في الصغر شهد تطبيقات في قطاعات الحياة الخاصه والاجتماعيه ومجالات الاقتصاد والصناعه والطب والصيدله والإعلام والاتصال..إلخ (nanopuce, nanomoteur, nanomachine, nanorobot...)، ونعطي مثالا على ذلك تصنيع جهاز الكمبيوتر الخاص بالجيب (super ordinateur de poche)، وشريحه الكترونيه بحجم حبه الرمل من صنع شركه Alien Technology سنة 2002 (تزرع بجسم الإنسان مثل شريحه RFID)، وظهور تكنولوجيا MP3 التي تمكن من تحميل كم هائل من المعلومات على اماكن اصغر بعشر مرات، وكذا مشروع "سيارة المستقبل" الذي اطلقه Bill Gates* بخصوص إنتاج سيارة الكترونيه تحتوي على نظام صيانه اتوماتيكي وحمايه اوتوماتيكيه ضد الحوادث...إلخ.

إن وسائل الاتصال تتطور شيئا فشيئا في مجتمعنا، ومنذ ظهور شبكه الانترنيت والطرق السريعه للإعلام كمشاريع كانت وليدة تفكير يرجع إلى سنوات الستينيات (gérald Berthoud,Frédéric Ischy)[1] اصبح السابق (le préfixe) سيبر (Cyber) يمثل نموذج حياة وطريقه تفكير، وفي مجال الانترنيت ايضا انتجت شركه Microsoft محركا للبحث (Brillant) يستطيع فهم موضوع البحث المكلف به، فيمكن ان يطرح سؤال البحث بطريقه عاديه دون الحاجه إلى استعمال الكلمات المفتاحيه فقط، وهو مزود ببرنامج للتصحيح في حاله عدم صياغه السؤال بشكل جيد او الوقوع في اخطاء لغويه بحيث يعطي نتائج مناسبه اكثر وإجابات محددة مثلا إذا ما طرح السؤال: في اي سنه وقعت حرب الخليج الثالثه؟ تكون الإجابه محددة: وقعت حرب الخليج الثالثه سنة 2003، او من هو مخترع الكهرباء ؟ اخترع الكهرباء من طرف توماس اديسون، كما يمكنه الإجابه: لا اعرف.

---

* Bill Gates : رجل أعمال أمريكي صاحب شركة Microsft (1975) ، يعد أغنى رجل في العالم منذ سنة 1996 ، تقدر ثروته الخاصة بأكثر من 51 مليار دولار ، من أهم مؤلفاته : LA ROUTE DU FUTURE و LE TRAVAIL A LA VITESSE DE LA PENSEE .

[1] Oliver simioni , la société de l'informtion, la nouvelle frontiére ?, univérsité de lausanne, institut d'anthropologie et de sociologie, 2002, p 19.

يوجد حوالي 6 ملايير من العقول البشريه المفكرة المنتشرة في انحاء الكرة الارضيه، بالإضافه إلى اكثر من هدا العدد من الدين قضوا نحبهم لكننا ورثنا عنهم تجاربهم والتاريخ البشري على سطح هده الارض، ويشير Jean Pierre Changeux احد علماء البيولوجيا العصبيه في معهد pasteur ان العقل الصبي يحتوي على خلايا عصبيه إضافيه تقدر بحوالي 100 مرة تلك الموجودة لدى المراهق، ويؤدي عدم استثمارها إلى فقدانها بالمئات والالاف مع مرور الزمن، هدا ما معناه ان البشريه تحوي على خزان غير نافد من الدكاء وحقلا خصبا للاستثمار واستعمال هده الخلايا منذ الصغر يضاعف قدرات العقل البشري، في حين يشير Grey Walter إلى ان داكرة الإنسان ليست عبارة عن محيط محدود ولكن هي بمثابه سيرورة متواصله[1]، مما يدفعنا إلى التساؤل: ما هي غايات تعميم استعمال الدكاء الاصطناعي؟، فمثلا طورت الهند جهازا للإعلام الالي بسيطا للغايه (Simputer) يمكن استعماله من طرف الجميع حتى بالنسبه للاشخاص الاميين، ومن قبل صرح Stev Job على ان الديمقراطيه الالكترونيه تعني جهاز كمبيوتر لكل فرد على المعمورة. هل يجري العمل على استعمال الدكاء الاصطناعي كبديل ووسيله لإحاله العقل البشري على التقاعد؟.

لكن الدكاء الاصطناعي في حاجه دائمه لتدخل العقل البشري، وإدا كانت اجهزة الكمبيوتر والالات التي توصف بالدكاء مبرمجه من طرف الإنسان (الإله الصغير[2]) فهدا ينفي عنها صفه الدكاء، كما انها لا يمكن ان تحمل صفات الإنسانيه والضمير، ولدلك يعد الإنسان "الاله" المفكرة الوحيدة، وحتى لا تتحكم الاله في الإنسان افترح Isaak Asimov القوانين الثلاثه التي يجب ان تزود بها كل اله[3]:

.عدم الإساءة إلى الإنسان إيجابا او سلبا.

.عدم عصيان الإنسان إلا في حاله إدا ما تعارض هدا القانون مع القانون الاول.

.عدم تعريض الامن الخاص بالاله للخطر إلا في حاله مخالفه هدا القانون للقانونين الاولين.

[1] Robert Escarpit , l'information et la communication , théorie générale , op cit, p 150.
[2] Lucien Sfez , critique de la communication , op cit , p 376.
[3] Robert Escarpit , l'information et la communication , théorie générale , op cit , p 51.

الانا الثاني

في دراسه لتوركل شيري Turckle Sherry "الانا الثاني" حول تاثيرات جهاز الكمبيوتر على الفرد من خلال الاستعمال المتواصل واليومي لعدة ساعات، توصل توركل إلى ان الكمبيوتر اصبح يمثل امتدادا للروح والجسد الخاص واستطاع ان يصنف تلاته اعمار متمايزة:[1]

- السن الميتافيزيقي l'age metaphysique: يخص الاطفال الاصغر سنا حيت يعتقدون ان جهاز الكمبيوتر يفكر، يحس ويعيش حياة مثل الإنسان.

- سن التحكم: l'age de maîtrise: يخص الاطفال الدين يتجاوز سنهم 7 سنوات، وفي هده المرحله فإن الطفل يتحدى الكمبيوتر ويحاول هزيمته.

- سن الهويه l'age de l identité: اكتر من 15 سنه حيت يصقل العمل على الكمبيوتر هويه الافراد، ويشارك في عمليه نحتها.

وعلى اساس هدا التقسيم يمكن تصنيف المختصين في الذكاء الاصطناعي ضمن فئه السن الميتافيزيقي لان بحوثهم تسعى جاهدة لإلغاء جميع الفوارق بين الإنسان والاله.

يعتبر"الانا الثاني" حسب Sfez تطبيقا سوسيولوجيا موسوما بالهديان، حيت يبادل المراهقون اجسامهم وعقولهم مع الاله، هدا يعني ان "الانا الثاني" مجسدا في اله "فرانكنشطاين" صار يمثل خطرا على "الانا الاول" الحقيقي لانه اصبح ينشئه ويحدد هويته(la technologie de self).

قد يختلف هدا التصنيف إدا ما تعلق الامر بوسائل الإعلام، ولكن هده الاخيرة لها دور كبير في نحت معالم هويه جمهور المشاهدين والمستمعين والقارئين، باعتبارها كاله ضمن مجموعه مجتمع "فرانكنشطاين"، بل قدرتها كذلك على تاسيس هويات جديدة وعلاقات جديدة مختلفه في الزمان والمكان، وتنتشر هده الظاهرة بشدة في الولايات المتحدة الامريكيه، وتمثل في نفس الوقت تهديدا للمجتمع الاوروبي وباقي العالم.

[1] Lucien S fez ,critique de la communication, op - cit , p 351.

المنظور السوسيولوجي "الانموذج الوظيفي"

يشير مفهوم الوظيفه إلى مدى مساهمه الجزء في الكل، او مدى مساهمه شكل معين من الانشطه المتكررة في استقرار المجتمع، وبصفه ادق إلى مفهوم التبعيه البنائيه بين وسائل الاتصال والإعلام والمجتمع، كونها تحقق التوازن داخل مجتمع إلى حد ما، ويمكن ان تكون سببا في الخلل الوظيفي، او كما يقول اوست كونت: "دور الجزء في الكل وضرورة الاتصال لتحقيق الترابط الاجتماعي.

لقد اثبتت معظم الدراسات ان هدا "البيغ بانغ" الإعلامي لا يمكن التصدي له حيت يقول ماك لوهان[1] ان الناس يشاهدون التلفزيون مهما كانت البرامج المذاعه بحكم انه يفرض سيطرته على البشر"، واثبتت إحدى الدراسات ان الجمهور إذا خير بين حرمانه من التلفزيون والثلاجه والغساله فإنه سيختار امتلاك التلفزيون اولا، حيت طرح السؤال: "إذا حرمتم من ثلاثه اشياء فما الذي ينقصكم اكثر؟" وكانت الإجابات كالتالي: التلفزيون 44% ، البراد 33% واخيرا الغسالة بنسبة 16% [2]

الاله وفقدان الحقيقه والهويه

إن الهويه لم يكن لها في يوم ما الحق في الاختيار، فلطالما كانت وليدة النرجسيات الاتنيه او التيولوجيه، وهي لم تعرف عوائق ابستمولوجيه لانها كانت مضطلعه باسرار الانا العتيق المحنط او الموروث، لكنها مع الانفجار الاتصالاتي الحديث فقدت عدريتها واصبحت محل مراودة "الوطني" و"الاجتماعي" و"الاديولوجي" الاخر وكانت النتيجه انها غدت حبلى بمفاهيم التكيف والميوعه والتلون في زمن الحداثه و"المابعد" والهجونه والتنميط والتبلور النموذجي.

لقد فقد الإنسان هويته الحقيقيه ومعانيه الفعليه فظهر الإنسان الرقمي (Necolas Negroponte)، الإنسان الطيفي او الخيالي (Marc Guillaume)، الإنسان المستعجل (Paul Virilio)، الإنسان من غير نوعيه، او غير إنساني(Jean Chesneaux)، الإنسان السامي (Philippe Breton)، الإنسان السيبرنطيقي...إلخ.

---

[1] فضيل دليو ،مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري ، مرجع سبق ذكره ، ص 148 .

[2] رولان كايرول، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية، تر، مرشلي محمد، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، بدون طبعة ، سنة 1984، ص 635.

واستطاع William Mitchel ان يعبر عن فقدان الإنسان الحديث لهويته من خلال رسم كاريكاتوري جد معبر عن التاثيرات السوسيو - هوياتيه في الفضاء السبراني (cyberespace) في كتابه :"مدينه البايتس"، حيث يصور كلبا صغيرا جالسا على مقعد صغير مقابلا لشاشه جهاز كمبيوتر وهو يتصل بكلب اخر من خلال شبكه الانترنيت ويدعوه ان يجلس إلى جانبه جلوس الرجل الكنعاني القديم ..معلقا على ذلك "على شبكة الانترنيت، لا احد يعرف انك كلب".[1]

إن الدور المتنامي لوسائل الاتصال الحديثه في قولبه الاشكال الهوياتيه ساهم في تجاوز افكار تحنيط الهويات التقليديه وتشييد مصنع الهويات الرقمي "السيبرهوياتي"(cyber identité)، إذ يرصد اصحاب المشاريع الكبرى (سادة العالم) جميع الهويات خاصة ذات الجذور العميقه والطموحات المشروعه لانها اكثر وعيا وتمردا من اجل إحداث تنميط هوياتي واغتراب حضاري.

ولعل ما يؤكد ذلك هو اختفاء جميع المنظمات السوسيوفضائيه الوسيطه بين الداخلي والعالمي، وإزاحه الحدود الجغرافيه وتدمير الوسيط التقليدي ما جعل الكثير من المفكرين والكتاب يتحدثون عن " الجلوكال" (le glocal)، ويبشرون بحلول "المجتمع اللامسافاتي" كما عبر عن ذلك Negroponte في "l homme numérique" و Bill Gates في "les autoroutes d information" حيث يشير كلاهما إلى ظهور فضاء شفاف يسكنه افراد (وليس مجموعات او مجتمعات) من دون اي قيود جغرافيه، وهو نفسه ما عبر عنه William Mitchel في "la ville numérique" بالتحول إلى المدينه الرقميه مبرزا اهم الخصائص التي تتميز بها والمواطن الرقمي.[2]

إن الاله في نظر Lucien Sfez اصبحت الوسيله الوحيدة المعبرة عن الحقيقه، ومن اهم وظائفها انها تكون وتعلم (elle forme et informe)[3]، حيث انها تكون الشخصيه والهويه وتقوم بإعلامها ايضا في علاقه ازدواجيه بين الإعلام والتكوين، إذ

[1] Rémy Knafou, la planète nomade , les mobilité géographique d'aujourd'hui, édition Belin , 1998 , p 146.
[2] Ibid , p 173.
[3] Lucien Sfez , Dictionnaire critique de la communication , Tome 1 , Presses Universitaires de France , 1993 , p 151.

ان ابجديات تكوين الاله للإنسان تجعله لا يستقي معلوماته إلا من الاله التي توفر المعرفه واللدة والحياة، وهدا التكوين هو في الاساس ناتج عن الاحتكاك المتواصل بالاله بغرض الإعلام، فلا يمكن ان تستغني إحدى التنائيتين عن الاخرى، حيت تصبح الاله عبارة عن منتوج ومنتج في نفس الوقت.

إن علاقه الإنسان بالاله تسير في حلقه مفرغه عناصرها الثلاثه هي: الإنسان، الاله والإنتاج، قد تكون بدايتها معروفه كانت بإنتاج الإنسان لاول اله شريكه له على سطح الارض وتطويرها لتحمل الخصائص البشريه وتتحول بنفسها إلى منتجه للإنسان ليس بيولوجيا ولكن من حيت الكيان والسلوك والاعتقاد، فجهاز الكمبيوتر مثلا يبدو في الظاهر انه "الاخر الكبير"، إلا انه داخليا يعمل ضمن عمليه التفكير الإنساني "الانا الثاني"، ولم يعد بإمكاننا حسب Sfez التمييز بين الموضوع (le sujet) في إشارة إلى الإنسان وبين الشئ (l 'objet) بمعنى الاله[1]، ايهما يمثل نموذجا للاخر الموضوع ام الشيء (المنتج ام المنتوج)؟ في هدا العالم الاتصالي الدي يحث على اتصال الجميع، اختلط المرسل بالمستقبل، ولم يعد بالإمكان معرفه اصل الرساله والمرسل الحقيقي، هل هو العالم التقني ام العالم الإنساني؟.

هده السيرورة اللامتناهيه تعتبر اهم خصائص مجتمع "فرانكشطاين" وتجعل من الصعب التنبا بنهايتها، وتحيلنا إلى فقدان الحقيقه والهويه.

2.1.2 العالم الانفرادي لـــ Asimov

لقد تحدثت العديد من المؤلفات عن مصير المجتمع العالمي للمعلومات، ونشير هنا إلى إسهامات J.M.Truong ، J.G.Balard ، W.Gibson ، Ph.K.Dick و Isaac Asimov ،حيت ركزت كتاباتهم على الرابط الاجتماعي (lien social) وظواهر التشتت والتفكك والتفرد التي اصبحت تمثل محور العالم الحديث.

وسنستعرض فيما يلي بعض طوباويات Asimov عن العالم الاتصالي الحديث وتصوراته عن البناء الاجتماعي لمجتمع الشبكات (la société de réseaux) من خلال تفكير إبداعي مستقبلي صاغه الكاتب حول كوكب "صولاريا" (la planète

[1] Lucien Sfez , Dictionnaire critique de la communication,op_cit , p 589.

(SOLARIA) في فترة متقدمه جدا (سنة 1957) في سياق كتابه: " Face aux feux de soleil".

ويجدر بالذكر ان ثورة الاتصالات الرقميه والشبكاتيه لم تكن قد اتت اكلها ان ذاك، فقد كانت شبكه الاتصال الإعلاميه عبارة عن مشروع قيد المخابر العسكريه وانصب بحث واهتمام الرياضيين والفيزيائيين فيما يتعلق خصوصا بمشروع (Manhattan pour l informatique) الذي كان يعتبر في تلك الفترة "سرا عسكريا " خاصا بالدفاعيه الجويه الامريكيه والذي كان يعتبر كذلك البدايات الفكريه والمنطلقات النظريه الحاضنه لما يعرف حاليا بشبكه "الانترنيت".

لقد انتبه Asimov منذ الاربعينات إلى اهميه الات الاتصال (les machines a communiquer)، كما تساءل كثيرا عن النتائج التي يمكن ان تترتب عما يسمى بـ"التاليل" (la robotique)، واستطاع من خلال اهتمامه بهذا المجال ان يصوغ القوانين الثلاثه الاخلاقيه المتعلقه بإنتاج الاله ووضعها في إطارها المحدد الذي يرسمه لها الإنسان.

كوكب "صولاريا" (la planète SOLARIA)

لقد كان المجتمع الاتصالي الذي تصوره Asimov دربا من الخيال ينشا على كوكب (SOLARIA) بعيدا عن كوكب الارض، ويحتضن حياة اجتماعيه غريبه ونظاما اتصاليا شبيها وسباقا لنظام الاتصالات الشبكاتي الخاص بـــ:" الانترنيت " في طبعاتها الحديثه للالفيه الثالثه، بحيث كان هدا النظام مؤهلا للقيام بنفس الوظائف تقريبا التي يقوم بها النظام الاتصالي الحديث، من خلال تحويل الصورة والصوت (visio– stéréo) مما جعله يمثل الجد الاكبر للسمعي البصري ومتعدد الوسائط "Multimédia"

الشكل الجديد للفردانيه

في كوكب Asimov الافتراضي يعد الاجتماع والالتقاء الفيزيولوجي من الطابوهات ، حيث يعيش سكان هدا الكوكب رجالا ونساءا معزولين الواحد عن الاخر على مر جميع مراحل حياتهم من الطفوله إلى غايه الافول، ويتميز متواهم بالشساعه والإحاطه بعدد كبير من الالات والإنسان الالي. ومن خلال الشبكه الاتصاليه يطفقون في الاتصال حتيتا مع جميع السكان "الصولاريين"، يتبوؤون مقاعد من خلف شاشاتهم من دون ان يتفقوا في حيز فضائي حقيقي واقعي ملموس، لانه محرم عليهم.

طابو الالتقاء الفيزيولوجي

تشير كلمه "طابو" إلى ما يتم تحريمه اجتماعيا باتفاق الزمرة الاجتماعيه انطلاقا من اديولوجيا او توجه معين، ولقد افرزت مخيله سكان كوكب "صولاريا" تحريم الالتقاء الفيزيولوجي بين العناصر وإلغاء جميع العلاقات الاجتماعيه التقليديه المباشرة * القائمه على اسس الاجتماع البشري الحي وإحالتها على المتاحف إلى جانب الحروب والعصبيات واللاعقلانيات، وذلك وفقا لاعتبارات فلسفيه نبدت التكتل الاجتماعي واعتبرته حوبا كبيرا ومن سمات الحيوانيه والاشكال القبليه التقليديه التي كانت تعيش في براتين الجهل القريبه إلى الاجناس الحيوانيه، ومن خلال احترام هدا الطابو من طرف الجميع تنحت معالم المدنيه والتحضر لهؤلاء.

قد يبدو هدا الطرح غريبا نوعا ما، لكنه يعقل ويستباح إلى درجه معينه من التصور، لكن قانون التفرد والانعزال عن الاخر يذهب إلى ابعد الحدود إذ يحرم كذلك العلاقات الجنسيه بين الرجل والمراة ويفترض بديلا لذلك إنجاب اطفال بطريقه اصطناعيه للمحافظه على الجنس البشري وترفعا عن المستوى الحيواني، وحتى تربيه الاطفال وإن كانت تشكل عائقا حقيقيا لقانون العزل الفيزيولوجي، خصوصا في المراحل الاولى فإنه تم افتراض ان هؤلاء الاطفال سيرضعون من خلال شاشاتهم الناقله للصورة والصوت (Stéréovision)، والاطباء الدين سبقوا إلى استعمال شاشه –

* نفس الطابو تحدث عنه Philippe Breton في كتابه le culte d 'Internet كإفراز للثورة التكنولوجية يهدد الرابط الاجتماعي .

الطب (la télé médicine) كذلك عليهم احترام هذا القانون، فلا يقربون المرضى ولا الجثث، واما فيما يخص عمليات الإنتاج الضروريه للطاقه والطعام فهي كذلك تتم بطريقه منعزله.

كلّ فرد من سكان كوكب "صولاريا " حسب Asimov له حظ في فضاء جغرافي خاص به، وهو سيد عليه، ولا يجد حاجه إطلاقا في تواجده على فضاء الاخر، وبذلك يفقد انموذج السلطه والحكم الجماعي احد اهم خصائصه وهي: إلغاء مصلحه الفرد للصالح العام.*

ولكن هذا الطرح يبقى مجتثا من جذوره التنظيريه والفلسفيه والاديولوجيه، إذ يطرح السؤال لا ريب: **لماذا يجب التفرد والانعزال عن الاخر؟ ما هي التبريرات الشرعيه لإحداث القطيعه مع النماذج التقليديه للاجتماع؟.**

يجيب Asimov انّ الدافع الشرعي الظاهر لهذا التشردم والتناثر هو العنف والسلوكات العدوانيه التي جبل عليها الإنسان والتي لا تحل إلا عن طريق تدمير الاخر، وبالتالي تصبح الوسيله الوحيدة لإنهاء هذه السلوكات التي تحث على الجريمه واللاامن والحروب، هي إنشاء رابط اجتماعي يلغي جميع احتمالات التلاقي والتواجه كإجراء وقائي، ويصبح بذلك هذا الانموذج للمجتمع الاتصالي فريدا، يحوي ميكانيزمات واليات استباقيه لاجتناب كل اشكال العنف والسيناريوهات المحتمله لنهايه العالم، بل ستكون البدايه لعالم جديد تتعارض مع البدايات القبليه الاولى التي كان حصادها العديد من الحروب والنزاعات.

إنّ طوباويه تواجد عالم من غير عنف تشكل طموحا انتروبولوجيا لكثير من الدول التي تعاني الاعتداءات واشكال الجرائم المختلفه وعلى راسها الولايات المتحدة الامريكيه التي تتجه ثقافتها نحو هذا الانموذج من الاجتماع البشري نظرا للتطور المهول الذي تعرفه في التقانه الاتصاليه، وما تحدث عنه Asimov يظهر جليا في كتابات Wiener عن السيبرنطيقا ودور الإعلام والاتصال في التقليل من درجه "الانتروبي" (الضجيج، عدم التنظيم، الاضطرابات، العنف...)، والتي يسميها بـ: "الشيطان".

* انظر: Isaac Asimov (face aux feux de soleil).

هل هذا يعني ان الاخر يختفي تماما؟.

التفاعليه كبديل للاجتماعيه: l 'individualisme en réseau

ما يقصده التصور الطوباوي لـــ Asimov لا يعني إطلاقا إقصاء الاخر وإلغائه، إذ تبقى التجربه الاتصاليه قائمه ولكن في غير شكلها المباشر وإنما في تفاعلاتها الافتراضيه للوجود وعلى المقاس الانتروبولوجي القطيعي المقدس للعزله امام الشاشه ونموذج الفردانيه المتصلة (l 'individualisme connecté). وبالتالي تصاغ المعادله الاتصاليه للفردانيه التفاعليه كالتالي: "اتواجد في الوقت الذي اريد وبالشكل الذي اريد وفي الفضاء الخاص بي ..، في علاقه افتراضيه"، بمعنى ان يكون مجتمعا اكثر اتصالا واضعف التقاءا (Philippe Breton)[1].

تركز التطويرات التكنولوجيه منذ اكثر من مائه عام على إلغاء الوسيط (l 'intermédiaire)، والاتجاه صوب المجتمع الفرداني للجماهير (Société individualiste de masse) حسب Dominique Wolton، بحيث يمكن للفرد من موقعه الخاص (في العمل، في المدرسه، في عطله ..إلخ) الاتصال بالجميع مباشرة ليصبح الفرد "ملكا"، لكن وسائل الاتصال هي بمثابه وسائط بديله، لذلك فإن المشكل المتوقع – خطر التكنولوجيا الحديثه- هو عدم القدرة على الخروج من الاتصال الميدياني من اجل إثبات اتصال مباشر، إنساني واجتماعي[2] لانه لا يمكن الاعتقاد ان خصائص السرعه وتجاوز المكان التي تقدمها وسائل الاتصال الحديثه تعني نجاح عمليه الاتصال وتحقيق الفهم الافضل بين المرسل والمتلقي.

لقد بدا في الوهله الاولى ان الجماهير تتجه نحو الاجتماع من خلال التوجه العميق نحو استخدام شاشه التلفزيون على حساب القراءة التي كانت تعتبر خيارا شخصيا

[1] Philippe Breton , l'utopie de la communication , le mythe du village globale , op cit , p 160.
[2] Dominique Wolton , « les fausse promesses de la société Internet :sortir de la communication médiatisée » , le Monde diplomatique , N°12095 , Paris ,juin 1999 , p29.

ونموذجا فرديا للسلوك (Roger Establet , George Felouzis) ، بينما يقترح التلفزيون مشاهد عائليه ونماذج اكثر اجتماعيه، لكن الثورة الاتصاليه رغم حداثتها استطاعت ان تحدث تغييرات جذريه على مستوى الممارسات الثقافيه والاجتماعيه للافراد والمجموعات، فبعدما كان العديد من الافراد يشتغلون على جهاز كمبيوتر واحد، يستطيع كل فرد الحصول على جهاز خاص (PC Personnel)، ولا يشترط ان يكون المستعمل متخصصا في الإعلام الالي، ومن تبعات ذلك ان الاسرة الحديثه اصبحت تمثل شكلا اقلويا لنموذج الاجتماع والترابط، ولم تعد مؤسساتيه بالمرة بل عبارة عن شبكه علاقاتيه حسب تعبير Iréne Théry ، لا تختلف كثيرا عن العلاقات الخارجيه، ولعل ما يميزها زوال المشاهد الجماعيه وتنامي الاستهلاك الفردي على مستوى جميع السلوكات، خصوصا الاستعمال المكثف لوسائل الاتصال الحديثه، حيث يشير Philippe Breton إلى ان المحيط "التيبولوجي" الحديث لفرد الشاشه هو "الوحدة "، فكلما زاد تعرضه لشاشه التلفزيون كلما تراجع تقديسه لاوقات الخروج والالتقاء بالاخرين خارج الشاشه (لانه يمكن ان يلتقي بهم افتراضيا عبر الشاشه) والاستماع للراديو والذهاب إلى السينما[1] او التسوق (ارتفاع حجم التجارة الالكترونيه الدوليه من 03 مليار دولار سنه 1998 إلى 300 مليار دولار سنه 2005)، بمعنى ان كلّ فواقل الاتصال قد شدت الرحال نحو المنزل "الاندفاع صوب المنزل"، فكلّ وسائل الاتصال تقريبا منها الهاتف والتلفزيون والكمبيوتر والانترنيت وبرامج الالعاب فضلت ان يكون متواها هو المنزل، حتى ان الجامعات والمدارس صارت مفتوحه للتعلم الذاتي عبر شبكات الانترنيت.

توصلت دراسه لجمعيه النفسيين الامريكيين إلى ان 10% من مستخدمي الانترنيت هم من المدمنين، مصابون بالاكتئاب، ويميلون إلى الانطواء والعزلة..، وحسب استبيان اجرته مجله سعوديه، وجد ان 40% من رواد المقاهي اثر استعمال شبكه الانترنيت على علاقاتهم الاجتماعيه وجعلهم اكثر انعزالا من دي قبل، تبعا لذلك يرى ريتشارد بلاك ان مقوله القريه العالميه (ماك لوهان) لم تعد تناسب العصر، ذلك ان عالم

[1] Philippe Breton, l'explosion de la communication , op cit , p 137.

التكنولوجيا استمر في مزيد من التطور مما ادى إلى تحطيم هده القريه او البيت البلوري (Philippe Breton)[1] وتحويلها إلى شظايا وجداد نحو مزيد من التفرد والانعزال حيت يستخدم كل فرد وسيلته الخاصه في فضائه الخاص، فتحول العالم بدلك "من التجميع إلى التفتيت او اللامركزية..."[2].

انتكاسه ثورة الاتصال

لقد كانت مطبعه جتنبرع قبل 5 قرون بدايه التاسيسي لعصر الاتصال الجماهيري ومقدمه هامه لتبلور مفهوم الجماهير بمحدداته الاجتماعيه والسياسيه المعاصرة، هده الثورة التبوغرافيه جعلت من الممكن ولاول مرة إصدار نسخ متعددة وهائله من الرسائل الإعلاميه متوجهه إلى افراد متعددين وربما مختلفين ومتباعدين، وعلى اثر دلك منح الاتصال الجماهيري لمفهوم الجماهير مضامين جديدة وقيمه وتجسيدا واقعيين كما اسهم في صياغه المفهوم المعاصر للراي العام.

لقد نجح الاتصال الجماهيري في فترة ما في تحويل احاد الناس المنعزلين ماديا ومعرفيا ووجدانيا في درات احاديه منعزله إلى جماهير تلتقي في تجربه معرفيه مشتركه نسبيا ومسافه انفعاليه متقاربه، ولقد اكدت تطبيقات وسائل الاتصال في القرن الماضي مفهوم الجماهير وحققته على ارض الواقع (ظهور المجتمع الجماهيري 1850-1930)، واصبح القوة الاساسيه التي تهابها السلطه والانظمه السياسيه، مما جعلها تلجا إلى الدعايه لقيادة حشود الجماهير حسب G. Le Bon.

وكانت من اهم الافتراضات المصدوقه في تلك الفترة ان تكنولوجيا الاتصال المتطورة تستطيع ان تجعل من العالم اجزاءا متقاربه من بعضها البعض بسبب التوسع في استخدام التقانه الميديانيه على غرار الراديو والتلفزيون وبث الاقمار الصناعيه فضلا عما اتاحته التطبيقات التكنولوجيه في مجال الحاسبات الالكترونيه، وصلات

[1] Philippe Breton , l'utopie de la communication , le mythe du village globale , édition la découverte , Paris , 1995, p51.

[2] محمد فلحي، صناعة العقل في عصر الشاشة، الطبعة الاولى، عمان، الدار العلمية الدولية، دار الثقافة،2002، ص19.

الميكروبيف والالياف الضونيه من خدمات متعددة في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري.

إن الانتقال من الفضاء التيبوغرافي الكلاسيكي إلى فضاء الشاشات حيث تحقق النجاح الكامل لومضات "الفلاش" على حد تعبير Gloria Awad، شكل ارضيه خصبه استلهم منها ماك لوهان نبوءته عن القريه الكونيه مصرحا: "إننا نعيش الان في قريه عالميه، وإن الوسائل الالكترونيه الحديثه ربطت كلا منا بالاخر، وبالتالي فإن المجتمع البشري لن يعيش في عزله بعد الان، وهدا يجبرنا على التفاعل والمشاركه، فقد تغلبت الوسائل الالكترونيه على القيود والوقت والمسافه وادت إلى استمرار اهتمامنا كمواطنين امريكيين بالدول الاخرى..."[1]

من اهم الإفرازات الناتجه عن الزواج التاريخي الناجح بين التكنولوجيا والإعلام، اتجاه العالم نحو ظاهرة الفردانيه التي تتجلى مظاهرها في تفتيت الجماهير وتشتيت المتلقي وإيجاد نماذج لاحاد الناس الدين يغايرون في طبيعه حياتهم وطرق عيشهم الكثير من اسس وانماط الاجتماع الكلاسيكي، إذ يظهر جليا ان خبرات القراءة والاستماع والمشاهدة اصبحت عبارة عن خبرات معزوله وقد كانت في سابقها خبرات مشتركه، او بمعنى اخر اختفاء الفضاء العمومي بسبب فردنته*.

[1] http// :www.rezgar.com/debats/show.art.asp ?aid=4772 consulté le 12-01-2007.

* يعرف الفضاء العمومي على انه تظافر مجموعة من العناصر الخاصة في إشارة إلى الافراد و تجمعهم بغرض المساهمة في القضايا المشتركة و الشان العام، قد تكون هذه المساهمات عقلانية او راديكالية إلا انها مفتوحة للجميع، مشكلة قبولا جماعيا متميزا يعرف بالراي العام .

2.2 مجتمع "الاخ الاكبر"- la société - big brother

لقد كان LeBon صريحا جدا حين تحدث عن اليات مراقبه الجماهير لانها خطيرة، وربما ما يعد من الاثار الاكثر وطاة في القرن 20 نظرا لتطور التكنولوجيا هو ظهور ثورة الرقابه حسب تعبير James Beniger حتى اصبح المجتمع الرقمي يعرف بـــ"مجتمع تحت الرقابه" (la société sous contrôle)، و Nobert Wiener اشار من جهته إلى ان مراقبه وسائل الاتصال تعد الاكثر فعاليه واهمية[1].

تكتسح العالم موجه عارمه بقيادة الولايات المتحدة الامريكيه تحمل مسميات الحرب الدوليه على الإرهاب واستتباب الامن العالمي، ودلك من خلال إلزام جميع الدول بتبني مقاييس موحدة تحد من الحريات الشخصيه وتعطي كل الصلاحيات لرجل القانون.

"الاخ الاكبر" يراقبك

لقد ظهرت انظمه المراقبه الالكترونيه اول ما ظهرت في سنوات 70 بقطاع البنوك، وفي فترة اقل من ثلاثين سنه اتخدت العديد من الإجراءات والتطويرات التكنولوجيه (High-Tech) التي تعنى بمسائل المراقبه للافراد والاتصالات*، تهدف إلى الحصول على معلومات دقيقه ومحددة عن الافراد في اي ركن من اركان الكرة الارضيه واستثمارها في مجالات الامن والسياسه والاقتصاد بدلا من جمع معلومات تقريبيه عن الجماعات، ونذكر على سبيل المثال لا الحصر بعض النماذج منها:

- **المؤسسات الإداريه والمؤسسات الخاصه**

تحتوي المؤسسات الإداريه على ملفات تحمل الكثير من المعطيات الشخصيه عن الافراد محمله على اجهزة الإعلام الالي، في حين نشات العديد من المؤسسات الخاصه في السنوات الاخيرة خاصه في الولايات المتحدة الامريكيه، يتمثل نشاطها الاقتصادي

[1] Armond Mattlart , la communication –monde , op cit , p 162,163.

* في فرنسا وحدها يوجد أكثر من مليون نظام مراقبة ، و حوالي 150000 شبكة مراقبة في الأماكن العمومية (المطارات ، محطات القطار ، الحدائق العامة ، المتاحف ، البنوك ، المحلات ...إلخ) ، حيث تقدر تغطية الواجهات العامة بأجهزة المراقبة ب 100% ، و في المملكة المتحدة يصل عدد البلديات المجهزة بأجهزة المراقبة الالكترونية ب85% ، ويمكن لإحدى هاته الأنظمة أن تستشعر السلوكات المشبوهة أتوماتيكيا و تحدد أماكن الأشخاص المشبوهين مع إرسال إنذار فوري و بالتالي فإن الفرد لا يمكنه في أي مكان أن يتفادى المراقبة الالكترونية .

في جمع المعلومات الدقيقه عن الافراد وبيعها للجهه التي تهتم بها (بيع الحياة الخاصة)[1].

- **بطاقه الشراء Carte de crédit**

تحمل بطاقه الشراء رقما سريا خاصا يمكن تخزينه لدى الانظمه الإعلاميه الخاصه بالمحلات كما يمكن تسجيل نوع المنتوج المستفاد منه وبالتالي معرفه عادات الشراء والحصول على عدة معلومات اخرى، فإذا كان المنتوج عبارة عن كتاب مثلا فإنه يمكن التعرف على التوجه الثقافي والسياسي للشخص الذي ابتاعه.

- **اجهزة الهاتف النقال**

يمكن للهاتف النقال ان يحدد مكان تواجد مالكه في كل الاوقات حتى ولو كان في حاله عدم اتصال، لانه من الطبيعي انه في حاله استقبال ايه مكالمه فإن شركه الاتصالات تحدد مكان تواجد المشترك.

- **نظام National Security Enty Exit Registration) NSEERS (System**

يوجد هدا النظام في الولايات المتحدة الامريكيه، ويخص كلّ الافراد البالغ سنهم اكثر من 16 سنه من اصول بلدان محددة من قبل الإدارة الامريكيه والدين لم يحصلوا على حق المواطنه يجبرون على الالتحاق بالحكومه الفيدراليه وتقديم صور رقميه، حيث يتم ربط هده البيانات باكثر من عشرين قاعه للمعطيات بالحكومه الفدراليه الامريكيه.

- **نظام The Matrix** الامريكي الذي يضع مصادر المعلومات الشخصيه للافراد تحت تصرف اجهزة الامن في كامل الدول.

[1] Albert Bressand , Catherine Distler , la planète relationnelle , op cit , p 122.

- **نظام EUVIS (Eu Visa Information System)** بالاتحاد الاوروبي ويختص بجمع معلومات رقميه عن الاجانب ووضعها تحت تصرف الدول الاعضاء وجميع المؤسسات المعنيه بتطبيق القانون على التراب الاوروبي.

- **جواز السفر البيومتري**

يعني جواز السفر البيومتري وثيقه رقميه تم إنتاجها بإيعاز من الولايات المتحدة الامريكيه، هده الاخيرة التي الزمت تطبيقاته على جميع الدول التي تتعامل معها، وإلا فسيحرم مواطنوها من الحصول على تاشيرة السفر إلى الولايات المتحدة.

- **نظام PNR ("Passager Name Recorder)**

يسمح هدا النظام بالإطلاع على جميع الملفات الخاصه بالمسافرين المتواجدة على مستوى شركات الطيران والمطارات الدوليه، هده الملفات يمكنها ان تحمل العديد من المعلومات الهامة (الاسم واللقب، العنوان، الوجهه، عنوان إقامه المستضيف، تاريخ الحجز، بيانات بطاقه الشراء، رقم المقعد، الاصل الاتني، المظهر الديني ..إلخ)، وقد استطاعت الولايات المتحدة الامريكيه إقناع الدول الاوروبيه بالتخلي عن مقدساتها عن الحريه الشخصيه للافراد وإنشاء نظام PNR خاص بها والسماح بتبادل المعلومات على المستوى الدولي.

- **مراقبه الاتصالات الالكترونيه (Patriot act)**

يسمح هدا النظام للسلطات الامريكيه باستقبال جميع محادثات الهاتف العادي والنقال واستقبال جميع الاتصالات الالكترونيه (بريد اكتروني، الرسائل القصيرة SMS، الرسائل المصورة "ام.ام.اس").

- **شبكه التنصت العالميه Echelon**

هو مشروع شراكه انجلوساكسوني بين الولايات المتحدة الامريكيه وبريطانيا وكندا واستراليا ونيوزيلندا، يسمح بالإطلاع المباشر على جميع الاتصالات الهاتفيه

والالكترونيه ومواقع الانترنيت* والتحويلات الماليه عبر العالم وتحليلها وتصنيفها.
لقد تمّ وضع شبكه Echelon في الولايات المتحدة الامريكيه خلال الحرب الباردة من اجل استقبال الاتصالات العسكريه والدبلوماسيه الخاصه بالمعسكر الشرقي، وهو يعمل اليوم تحت إدارة NSA (National Security Agency) ويعمل بهذه الشبكه حوالي 38 الف عامل يقومون بالتعامل مع المعلومات التي تستقبلها العشرات من اجهزة الإعلام الالي، من اكثر من 120 قمر صناعي، حيث يتمّ انتقاء المعلومات المهمه وفقا لكلمات مفتاحيه وتوضع هذه المعلومات تحت تصرف الحكومه الامريكيه والمصالح الخاصه وبعض المؤسسات الاقتصاديه. ولم تلفت هذه الشبكه الانتباه حتى سنه 1998* حيث اعتبرت بروكسل هذه الوظائف مشبوهه تخترق خصوصيات الاتصالات الشخصيه بما فيها اتصالات الحكومات والمواطنين الاوروبيين، ولم تعرض هذه القضيه على البرلمان الاوروبي حتى سنه 2002.

- **شريحه RFID (Radio Frequency Identification)**

تعدّ من اخطر مشاريع المراقبه الالكترونيه حيث يتمّ استخدامها للتعريف بالهويه من خلال موجات الراديو، يقدّر حجمها بحجم حبّه الارز (حوالي 0.15 ملم)، لها داكرة تقدّر بـ 1Kbits، وعمر افتراضي يقدّر بمائه عام.

- **نظام مراقبه التفكير الكترونيا**

يتعلق هذا النظام بمشروع اقترحه Bill Gates حول شريحه الكترونيه (Brain Gates) دقيقه يتمّ زرعها في الدماغ تسمح بزيادة قدرة الداكرة، وتعمل على اتصال دائم بجهاز الكمبيوتر والاقمار الصناعيه بحيث يمكن لمن يضع هذه التكنولوجيا ان يستقبل بريده الالكتروني او ان يلعب العاب الفيديو او ان يشاهد التلفزيون او يستعمل جهازه للإعلام للالي حتى في الاوقات التي يمارس فيها اشياء اخرى ودونما الحاجه

* مراقبة البريد الالكتروني، صفحات الويب المستعملة، الوقت المستعمل في كل موقع، المشاركون في الفوروم ...إلخ..
* في نفس هاته السنة صدر تقرير عن STOA (Scientific and Technological Option Assesment) يفيد أن شبكة échelon يزود الشركات المتعددة الجنسيات ليس فقط في الولايات المتحدة و إنما كذلك في كندا و بريطانيا و أستراليا و نيوزيلندا و ألمانيا و النرويج و اليابان و كوريا الجنوبية .

إلى اي اله وإنما يفعل كل ذلك من خلال راسه فقط، وقد قام عدد من الجراحين الامريكان في جوان 2004 بزرعها في دماغ احد الشباب بحيث يمكنها مراقبه اكثر من 100 خليه عصبيه وتحليل الإشارات المستقبله من طرف المخ، معناه مراقبه الإنسان فيما يفكر وقبل ان يتخذ اي سلوك.

ويطمح مشروع Bill Gates لتطوير هده التكنولوجيا بطريقه تجعلها تتحكم في العقل البشري قبل اتخاد القرار بالسلوك، بمعنى تحويله إلى اله مبرمجه عن بعد، او إلى استعمالها ايضا لاستقبال رسائل اشهاريه او دعائيه مباشرة داخل المخ.*

○ شريحه Clipper Chip

لقد كانت من المشاريع الاولى لمراقبه الافراد والاتصالات في الولايات المتحدة الامريكيه، إعلان الإدارة الامريكيه على لسان رئيسها كلينتون سنه 1993 مشروع شريحه "Clipper Chip"[1] حيث ينص على ان اي جهاز إعلام الي او اي هاتف ينتج في الولايات المتحدة الامريكيه يجب ان يحمل شريحه فرصنه "Clipper Chip"، تسمح للسلطات بمراقبه الاتصالات بين الافراد بسهوله.

○ شريحة VERICHIP

هي من إنتاج شركه امريكيه (Applied Digital Solutions)، وتختص بمراقبه المعلومات الطبيه الخاصه بالشخص الذي يحمل هده الشريحه الالكترونيه (فصيله الدم، الحاله الصحيه، العلاج المتبع، ..إلخ).

وتم تجريب شريحه اخرى في ملهى ليلي ببرشلونه (le baja beach club) على الزبائن، وهي بمثابه بطاقه شراء تحمل رصيدا معينا، تزرع في ساعد المعني ويتم الكترونيا دفع مستحقات الاستهلاك من خلال موجات الكترونيه ترسل إلى كمبيوتر الصندوق.

---

* هاته التكنولوجيا تعد الأخطر من نوعها في مجال مراقبة الأفراد و التحكم فيهم إلا أنه لحسن الحظ حسب Stephen Roberts (أستاذ بجامعة أكسفورد ببريطانيا) تحتاج هاته المشاريع إلى مدة زمنية طويلة حتى تثبت نجاحها و تعمم على كامل العقول البشرية .

[1] Http// :www.cebchip.com/jean.guisnel/12586/guerres dans le cyberespace, service secret et Internet/clipper chip/dfr.9.2005/up.htm consulté le 02-02-2007.

هذه الشرائح الالكترونيه تمكن من الحصول على معلومات تفصيليه عن حياة الافراد وتساعد على مراقبتهم وتحديد اماكن تواجدهم، ويتم تسويق مثل هذه المنتوجات على اساس الحفاظ على الامن العالمي ومحاربه الإرهاب الدولي (RFID) او على اساس الموضه، ولقد تم تجريب هذه الانظمه على مجموعه من الكلاب وإصدار قانون إلزامي في سويسرا بضرورة تزويد كل الكلاب بهذه الشرائح الالكترونيه وربطها بقاعدة بيانات ابتداء من جانفي 2006 وتعميمها في كافه الاتحاد الاوروبي سنه 2011 لحمايتها من الضياع او السرقه.

وبالتالي فإن حوالي 6 ملايير من سكان الارض سيكونون ملزمين بافتناء مثل هذه الشرائح الالكترونيه وإن اختلفت استعمالاتها إلا انها تخدم بالدرجه الاولى نظريه المراقبه الشامله (Cybercontrole).

- **شركه Thalés,ex-Thomson CSF للمراقبه الالكترونيه**

تختص شركه **Thalés,ex-Thomson CSF** للالكترونيات الدفاعيه بمجال التكنولوجيا الامنيه والمراقبه الالكترونيه في الاماكن العموميه (مراقبه الافراد او شبكات الاتصال العموميه خصوصا شبكه الانترنيت)، وقد تمكنت من إنتاج تكنولوجيا جديدة حازت من خلالها على جائزة ORWELL لسنة 2003 هي Thalés SHIELD (stratégic homeland intelligence and electronique deterrence) التي عرضت على انها الحل المناسب من اجل تحقيق الامن في الشوارع، واستطاعت هذه التكنولوجيا ان تدخل اسواق اكثر من ثلاثين دوله.[1]

وتقوم SHIELD بجمع وتحليل المعلومات، مراقبه الاتصالات عبر الشبكات ومراقبه الحدود والفضاءات الجويه والبريه والبحريه، حيث ترتكز على مبدا هام هو اعتبار كل الافراد مشبوهين ويشكلون خطرا على امن الدوله، وكل شخص يقارب حدود هذه الدوله يعتبر مهاجرا غير شرعيا مرتقبا.

[1] http// :www.thalesgroup.com/all/pdf/brochure-thales-fr.pdf consulté le 05-01-2007.

- **نظام GPS**

هو نظام من إنتاج شركه (Secom Corporation)، يشتغل هدا النظام بالاعتماد على الاقمار الصناعيه واجهزة الإعلام الالي العائليه من اجل تحديد مواقع اطفالهم المزودين بشرائح الكترونيه، ومن خلال هدا النظام لا يمكن للاولياء ان يقلقوا على اطفالهم لانهم يخضعون للمراقبه الالكترونيه باستمرار، وقد قامت اليابان بتجربه استعملت فيها الشرائح الالكترونيه لمراقبه الاطفال اثناء دخولهم وخروجهم من مدرسه (Rekkyo)، حيث يحملون لاصقات بلاستيكيه الكترونيه فوق ظهورهم تبعث موجات إلى جهاز المراقبه بالباب الرئيسي وتسجل لدى الكمبيوتر بالمؤسسه ساعه دخول وخروج التلميد، وبعد لحظات قليله يستقبل الاولياء رساله الكترونيه على الهاتف النقال او بريدا الكترونيا على الكمبيوتر يعلمهم بساعه دخول وخروج اطفالهم.

جهاز المراقبه هدا يمكنه قراءة اكثر من لاصقه في نفس الوقت ويرسل إشارات إنذار في حاله مرور احد من غيرها.

- **مراقبه الكمبيوتر الخاص**

اصدرت شركه Microsoft مشروعا يخص نظام Windows و Internet Explorer ، حيث تضع الشركه رقما سريا خاصاGUID (Globelly Unique Identifier) بهدين النظامين يعد بمثابه رقم الهويه، ويتبع هدا الرقم كل الملفات الخاصه بنظام Windows على الكمبيوتر الخاص، ويمكن الإطلاع عليها عن بعد باستعمال رقم الهويه من خلال شبكه الانترنيت او نظام Internet Explorer.

ويسمح هدا النظام ايضا بمعرفه جميع محتويات القرص الصلب للكمبيوتر الشخصي عن بعد، وفي دات السياق يقول الكاتب الامريكي ارتر ميللر: "إن الكمبيوتر المتميز بشراهته التي لا تشبع للمعلومات وقدرته على عدم الخطا او إمكانيه نسيان اي شيء، قد يصبح القلب النابض لنظام رقابه فعال، يحول مجتمعنا إلى عالم شفاف، ترقد فيه بيوتنا ومعاملاتنا الماليه واجتماعاتنا، حالتنا العقليه والنفسيه والجسمانيه كدلك، عاريه تماما، مكشوفه امام اي مشاهد"[1]

[1] صلاح الدين حافظ، احزان حرية الصحافة، الطبعة 2، القاهرة، مركز الاهرام للترجمة والنشر،1997،ص 101.

3.2 خلاصة

من خلال العرض السابق لاهم خصائص مجتمع "فرانكشتاين" ومجتمع "الاخ الاكبر"، تظهر لنا جليا طريقه تفكير "سادة العالم" في سعيهم للتحكم في جميع الشعوب، إذ تتضح الاستراتيجيا المصحوبه بالإديولوجيا مركزة على ثنائيه :العزل والمراقبه، عزل الافراد عن بعضهم عن طريق التكنولوجيا ومراقبتهم بالتكنولوجيا كذلك.

3 التكنولوجيا والاديولوجيا

0.3 تمهيد

يعتقد Pierre levy ان التكنولوجيا الحديثه للإعلام والاتصال حبلى بمشاريع الذكاء الجماعي والتنميه البشريه خاصه لدى الدول المتاخرة في النمو. لانها تحمل موجه جديدة من الإبداع (Marc Guillaume)، لكن السؤال الذي يطرح: هل للتكنولوجيا وظائف اديولوجيه وثقافيه؟

تميز النصف الثاني من القرن 19 بحركه علميه واسعه ادت إلى التصديق المطلق بالعلوم واعتبار العلماء كرسل الحقيقه والمنطق و"مبشري العقلانيه"، حيث كان الاعتقاد واسعا ان الديانه الحديثه والاخيرة يجب ان تكون من تنزيل البشر "علم الإنسانيه"، لذلك اعلن Nietzsche نهايه القرن 19 فترة استقاله الإله او وفاته، ما جعل Alfred Nobel يحرر "العهد العلمي" في سنة 1895 من خلال جائزة نوبل التي تقدم كل عام لمن يقدمون خدمات عظمى للبشريه.

لكن منذ سنوات الخمسينيات من القرن الماضي اطلق العديد من علماء الذرة والفيزياء النوويه صفارة الإنذار (Joliot-Curie, Robert Oppenheimer, Albert Einstein ...) متسائلين حول دور العلم في المجتمع الحديث وفي ظل الرهانات والمتغيرات الحديثه، حيث تمثل الانشغال الرئيسي لهؤلاء حول الخطر النووي على البشريه، لكن نهايه القرن العشرين كانت تمثل بوتقه العديد من الاسئله حول الامن والبيئه والحريات الشخصيه وادلجه التكنولوجيا، نحو خدمه الإنسان او استعباده؟، ومنه يطرح السؤال: إذا كانت الإبداعات العلميه تستحدث لخدمه البشريه فلماذا تغيب عن النقاش العمومي والسياسي ؟

تركز مقاربات تحليل اشكال المجموعات الاجتماعيه التي تخدم اديولوجيا "الفوق الامبراطوري" على اعتبار ان التجمع البشري غير وارد عن رغبه ملحه مصدرها الفطرة الطبيعيه او الحتميه المحيطيه فقط ولكن اكثر من ذلك دستور المؤسسة الاجتماعيه الذي يراعي في التقاء الافراد المصالح المشتركه وتقاسم الاهداف وكان من الاوائل الذين تحدثوا عن مفهوم الجماهير وميكانيزمات تاسسها وكيفيه التحكم فيها Gustave Le Bon من خلال كتابه "la psychologie des foules" سنة 1895

وكانت الافكار المنتشرة انداك ان الجموع او الجماهير هي عبارة عن مجموعه من الافراد تربط بينهم مصالح مشتركه ويشكلون روحا جماعيه، لكن الإنسان كان لا يزال "شبيها بالحيوان" حسب تفسيرات داروين حول تطور الاجناس، ما معناه ان هذه الجماهير قاصرة تحتاج إلى سلطه قائد يقودها، في حاله إذا ما بلغت سن الرشد تزول الروح الجماعيه وتصبح مجرد تجمع بسيط.

بمعنى انها ركزت على دور العامل البسيكولوجي في سلوك الإنسان وكيف يمكن استعماله لقيادة الجماهير، حيث يمكننا تشبيه ردود افعال الجماهير بردود فعل "حيوان بافلوف" بين المثير والاستجابه (المنعكس الشرطي)، مع اخذ بعين الاعتبار إسهامات Freud من خلال نظرياته حول بسيكولوجيا الاعماق واللاشعور.

ولا يمكننا من جانب اخر ان نرجع ظاهرة الفردانيه إلى التطور الذي عرفته وسائل الاتصال بدرجه مطلقه لان قيم التفرد والانعزال لها جذور سوسيو- تاريخيه ارتبطت دائما بتقدير الذات والوعي بالانا المتميز كوحدة منفصله عن الاخر والاخرين، لذلك فإن الرؤيا الانفراديه كانت موجودة من قبل لكنها تطورت وصاحبت في حداثتها المسار الاديولوجي للنظريه اللبراليه.

سلطه التقنيه

إن نظريه الحتميه التكنولوجيه سرعت الاعتقاد بانه لا يمكن الاتصال إلا من خلال تكنولوجيا الاتصال، مما جعل التقنيه تمثل رحم كل التحولات الاجتماعيه، السياسيه، الاقتصاديه والثقافيه، وإذا كانت التكنولوجيا الحديثه حكرا على مجموعه من الدول فإنه يمكن القول بتبعيه إلزاميه لها من قبل باقي دول العالم فنجد مثلا ان تكنولوجيا الإعلام الالي اليوم تعد امريكيه بالدرجه الاولى، لانه حتى لو استعملنا جهاز كمبيوتر ياباني او اوروبي فإن ذكاءه سيكون إحدى البرمجيات الامريكيه التاليه: Microsoft , unix , MacOs ، واثناء إبحارنا في الطرق السريعه للإعلام يكون لدينا الاختيار بين احد الامريكيين:Microsoft , Netscape، وإذا كانت التكنولوجيا مصحوبه بالإديولوجيا حسب لوسيان سفتز، تكون نظريه "الحقنه تحت الجلد" قد تجددت بعدما إضمحلت بفعل المجموعات والعلاقات الشخصيه.

1.3 الاديولوجيا الهوفيه

إنّ التعريف التقليدي للاتصال من خلال نقل المعلومات من المرسل إلى المستقبل يبدو ضيقا في نظر Edmond Mark لاننا نتصل ايضا من اجل بناء علاقات وتقاسم المشاعر والتاثير على الاخر، وقد كان التركيز في البدايه على إرسال الرسائل الدعائيه على الجماهير لانّ الفرد في المجموعه لا يفكر بذكائه وإنما بغرائزه (القواعد الخمسه للدعايه-Jean Marie Domenach)، حيث يحدد الفرد رايه ومواقفه نسبه إلى الجماعه التي ينتمي إليها، لذلك اتجهت البحوث نحو اساليب التاثير على المجموعات "إذا استطعنا ان نفهم الميكانيزمات التي يعمل بها العقل الجماعي سيكون من الممكن مراقبه الجماهير والتحكم فيها وفقا لإرادتنا ..." (the groupe minde)[1]

عن صراع الحضارات وفلسفه البقاء يحدد علي حرب في كتابه "حديث النهايات: فتوحات العولمه ومازق الهويه" تالوت القدامه، الحداثه وما بعد الحداثه من خلال التقسيم التالي:[2]

العالم الاول : العالم القديم باصولياته الدينيه وتصوراته الغيبيه اللاهوتيه.

العالم الثاني: العالم الحديث بفلسفاته العلمانيه وروياته العقلانيه ممتلا في الثورات النهضويه في إطار نظريه الصعود (ثورات اقتصاديه، تجاريه، صناعيه وثورات سياسية).

العالم الثالث: عالم العولمه بفضائه "السبراني" ومجاله الإعلامي الذي شهد تطورا مهولا في "التقانه الميديائية"، ولدت "الإنسان العددي والمواطن الكوكبي"، حيث تحولت الابجديات الحروفيه للكتب الورقيه إلى ابجديات رقميه للشاشات الضوئيه، وفوضت سلطه الإعلام لتكون في المرتبه الثانيه بعد الاقتصاد تليها مباشرة السلطه السياسيه.

هدا "البيغ بانغ"* الإعلامي الهم عالم المستقبليات، النبيّ الكندي "ماك لوهان" في صياغة نظريته حول دور وسائط الإعلام في ظهور القريه الكونيه[1]، إلى حد ان تصور "بول فاليريو" اننا نشهد اليوم نهايه الجغرافيا".

---

[1] Armand Mattelart , la communication –monde , histoire des idées et des stratégies , édition la découverte , Paris , 1992 , p 75.

[2]. علي حرب ، حديث النهايات : فتوحات العولمة و مآزق الهوية ، مرجع سبق ذكره ، ص 11.

قد يكون هذا التصنيف قريبا إلى حد ما من ثلاثيه الفن توفلر في كتابه "اشكال الصراعات المستقبليه" حيث ذكر التطور الانتروبولوجي للمجتمع العالمي من خلال :

* الحضارة الزراعيه او الرعويه (حضارة الموجه الاولى) منذ عشرة الاف سنه.
* المجتمع الصناعي الحديث (الموجه الثانيه) منذ ثلاث مائه سنه.
* المجتمع المعلوماتي (الموجه الثالثه)*.

إذ يرى توفلر ان العالم اليوم يتجه نحو النظريه "الجيو- معلوماتيه"، بعدما فشلت النظريه "الجيو- اقتصاديه" في تحديد مستقبل العالم (اي الحرب الاقتصاديه بدلا من الحرب العسكريه)[2]، ومن هنا يمكننا ان نقول ان لا مكان امن اليوم، ولا ثقافه منعزله، ولا عقيدة محصنه في ظل تهديدات العولمه بما تقدمه من فرص وتحديات، وامام هذا السيل العرم من الصور وتدفق المعلومات في الفضاء "السبراني الالكتروني"، يتحدث صامويل هانتغتون عن صراع الحضارات وتشكيل حضارة واحدة بفضل "الميدياء"، إذ يقول "بيار ليجندع" عن حب المطلق "l'amour de l'absolu" ان اديولوجيا الاتصال العالمي و"فانتازم" اللغه العامه تقدم دروسا حرة كاستمرار طبيعي للحضارة الرومانيه.[3]

إن طوباويه فرانسيس فوكوياما حول النهايه لم تكن حكرا عليه، بل اصبحت "ادلوجه" تم عولمتها من طرف من يقدسونها، حيث يفترض سادة العالم les maîtres du monde وجود "قانونين"، "امرين" و"عالمين" deux ordres ,deux lois , deux mondes، الامر الاول يطبق على العالم الاسفل الخاص بالشعوب والمواطنين العاديين monde d 'en bas، والامر الثاني خاص بسادة الاقتصاد والمنظمات العالميه.

---

* يقصد بـ"البينغ بانغ" الإنفجار العظيم.

1 .Jérôme Bourdon , Introduction aux medias, 2e édition, Montchrestien, Paris, 2000, p34 .

* كتاب "الموجة الثالثة " لألفن توفلر صدر أمر من الجنرالات في البنتاغون بقرائته.

2 ألفن و هايدي توفلر ، أشكال الصراعات المقبلة ، حضارة المعلوماتية و ما قبلها ، مرجع سبق ذكره، صفحة 27 ، ص 1998 .27.

3.Lucien Sfez , critique de la communication , édition Seuil , Novembre 1992 , p 171 .

الطبقه المحكومه: يجدر بالمحكومين ان يحترموا الطبيعه، ان يحترموا الاخر وان يكونوا لطيفين، مطيعين، سهلي الانقياد، اما بالنسبه للطبقه التانيه وهي الحاكمه، فإن اللطف يعد حماقه وسذاجه، والطاعه هم منتجي اوامرها[1].

اثر التطور المهول في "التقانه الميديانيه"، اصبح العالم عبارة عن غابه الكترونيه، البقاء فيها لمن يمتلك المعلومه، فالنظام الإعلامي بات احد دعائم السلطه واحد منطلقات الاديولوجيا والاستراتيجيا، وذلك ما عكفت عليه بحوث السوسيولوجيا الاتصاليه في مراحلها الاولى متمثله في دراسات "تشاكوتين"، "لازويل" و"لزارسفيلد" لصياغة طوباويه عن التاثير المطلق لوسائل الإعلام على الحشود السالبه، ما يجعل "الميدياء" كالعصا السحريه لقيادة قطعان الجماهير، ولاتزال البحوث منكبة على البحث عن الوصفه السحريه للتحكم في كل هؤلاء الافراد، وهذا الكل المعقد من الاراء والاتجاهات والميولات بطريقه تضفي إلى "المونـاد المؤدلج" بين ثنائية "الاعلى والادنى" مع إقصاء النرجسيه التقافيه، وبما ان الدراسات السوسيولوجيه الاولى اثبتت عدم جدوى التاثير المطلق لوسائل الإعلام على الجماهير باعتبار العلاقات الشخصيه والجماعات الاوليه، يعتبر الاتصال الشخصي والالتقاء بالاخر عدوا للميدياء، لذلك تتجه المخططات والمشاريع السياسيه والاديولوجيات الكبرى نحو اغتيال مفاهيم الحشود والجماهير والاجتماع كحل للمشاكل السياسيه والاجتماعيه، لان الاتصال الجماعي يعد اصعب من حيث التاثير ومحاوله التضليل بالمقارنه بالاتصال الشخصي[2]، حيث يقول كل من Horkheimer و Adorno ان كل فرد ينتسب منذ طفولته إلى نظام تاسيسي ديني، او مجموعاتي ...كل هذه الانظمه تمثل اداة للمراقبه الاجتماعيه[3].

[1] http//.www maitredu monde. Org.sr./3.8.04/ tre consulté le 22/01/2006.
[2] Jean Michel Lefèvre , savoir communiquer à l'ère des nouveaux médias ,op-cit , p 11.
[3] Jean Luc Michel , essai sur la société médiatique , op cit , p 109.

1.1.3 خلق الحاجه التكنولوجيه والإعلاميه

تستمد هده الافكار من الجانب الاشهاري الذي لا يترك مجالا للافراد في الاختيار وإنما يقترح نمادج للاستهلاك ويخلق حاجات جديدة تتطلب الإشباع يكون الفرد بعيدا عنها، حيت يقول J.K Gabbraith ان عمليه الاشهار تتحكم في انتاج الطلب من خلال خلق الحاجات الصناعيه[1].

تعمل الكتير من المؤسسات الكبيرة والعلاقات العامة والإشهار في إطار مراقبه العقول البشريه على خلق الحاجات الصناعيه التكنولوجيه والإعلاميه، وقد اصبحت تقنيات الإعلام الالي والسمعي البصري ونمادج التجارة الالكترونيه تهدد الحياة الخاصة للمستهلكين، وحريه الاختيار لديهم من خلال حملات اشهاريه جد مركزة في إطار فكرة عزل الافراد لكن جعلهم منمطين (rester seule mais anonyme).

وقد طرح Maruse فكرة "الاحتلال الاديولوجي" للافراد من طرف وسائل الإعلام والإشهار[2]، وبدلك فإن الجماهير تفقد قدرتها على تحديد حاجياتها الحقيقيه.

الانترنيت وخلق الحاجات:

إن شبكه الانترنيت شبيهه بقبائل "الطمطم" الإفريقيه، اعادت إنتاج المزيج الاتصالي الشفهي التقليدي (الصوت، الصورة، الحركه والتفاعل)، هدا "الطمطم" الالكتروني احدت ثورة هائله في عالم الاتصال، وسمح للفضاء السبراني (cyberespace) بان يمثل العصر الدهبي لشبكه الـــ "ويب" هده الاخيرة التي يسميها rick De Kerckhove بـ: العقل الالي التواصلي المباشر(mind-machine-direct-connect) تسمح بالحصول المباشر على المعلومات المتدفقه في نظام مشابه تقريبا لاتصالنا بداكرتنا البيولوجيه الشخصيه.

و تسمح شبكه الشبكات "الانترنيت" بالربط بين حوالي 6 ملايير من الافراد، اي اننا نعيش اليوم نهايه الاتصال حسب Paul Soriano لان الرحله البشريه عبر التاريخ الزمني الارضي لم تشهد ابدا مثل هدا النوع من الاتصال، حيت اصبحت الشاشه تمثل نافدة الإنسان على العالم ومؤشرا ايجابيا ومحفزا لتحول "الانا الصغير" إلى "الانا

[1] Philippe Breton , Serge Proulx , l'explosion de la communication , op cit , p 130.

[2] Ibid , p129.

التواصلي"، وبما ان الوظائف الرئيسيه لشبكه الانترنيت حسب Ignacio Ramonet هي: المراقبه، الإشهار والبيع، فإن الانا التواصلي يخضع لأدلوجه الانا الفوقي.

2.1.3 الراي العام، بعض نماذج التضليل الإعلامي

لم يسلم الراي العام من محاولات التوجيه والتضليل باعتباره فاعلا في اللعبه السياسيه حيث يعرفه تارد على انه "تجمع مؤقت وجمله من الاحكام المنطقيه التي تجيب عن المشاكل الواقعيه المطروحه، يعبر عن إعادة إنتاج لنفس النسخه (الراي) على عدة اشخاص من نفس البلد ونفس الزمن ونفس المجتمع"، ويسميه كذلك بالراي المفكر l 'opinion reflichie ، حيث يعد الراي المفكر فعلا اجتماعيا واستجابه طبيعيه قد تكون في بعض الاحيان راديكاليه، لكنها تعبر في غالب الاحيان عن اختيار معين بين الحاجات المختلفه، والوسائل المتاحه لتلبيتها، بين المسيرين السياسيين وبرامجهم، بين المذاهب الدينيه والجماليه .."ويعرفه عزي عبد الرحمن بانه: "مجموعه اراء الافراد حول موضوع دي اهميه عامه (اي الاراء) التي في مقدورها ممارسه التاثير على مواقف الافراد والجماعات وعلى سياسه الحكومات"[1].

لقد كان Hobbes من المفكرين الاوائل الذين تساءلوا عن علاقه الراي بالدوله الحديثه (1651)، في حين اعتبر John locke الراي بمثابه حكم ومقاوم جيد لسلطه الامير (laws of opinion)[2] وكان ظهور الراي العام بمفهومه الحديث مع Rousseau سنة 1762، وهو يمثل اليوم حقلا خصبا للدراسات البسيكوسوسيولوجيه والسوسيوسياسيه.

ترتكز الديمقراطيه المشاركتيه على ثلاث متغيرات اساسيه حسب ما يقول Dominique Wolton ; les contradiction plitique

الإعلام ، السياسه والراي العام.

---

[1] عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال، ط1، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية،2003، ص53.

[2] Francis Balle , médias et société , op cit , p 731.

ويقول Jack Ellul : " كلّ الرسائل هي اختبار للسلطه والتاثير ولا يوجد هناك رساله دون قيمه مضافه " (toute information est une in- formation , c'est-à- dire mise en forme) ، ويصنف Ellul الراي العام إلى :

* مستوى تجريبي نشيط.
* مستوى تجريدي سالب.

اي وجود علاقه بين وسائل الإعلام، قادة الراي والجمهور العام، بمعنى ان وسائل الإعلام وحدها غير كافيه لتشكيل الراي العام، لذلك يقول Alex Mecheielli " l'approche communicationelle" : "انه إذا اردنا ان نفهم الاتصال بين عدة فاعلين علينا ان ناخذ بعين الاعتبار، المضامين، الوضعيات او التموقع، الاحداث والرهانات الخاصة بكل فاعل"[1].

او حسب نموذج Tarde : التدفق على مرحلتين:[2]

المحادثه – الجمهور النشيط – الجمهور السلبي.

وسائل الإعلام (محادثه) ⟵ راي عام ⟵ فعل او رد فعل.

حيث يقول تارد انّ هناك اتجاهين:

- الاتجاه الاول يقول انّ جمهور التلفزيون رديء في اقتناء المعلومات، غير حدر، خاضع، غير سياسي ولديه القابليه للهجوم عليه.
- في حين انّ الاتجاه الثاني يرى انّ المشاهد حدر، يتعلم جيدا، ينتمي إلى مجموعه اجتماعيه قادرة على إعادة تشكيل الرساله والدخول في عمليه نقد لوسائل الإعلام وقادرة على التاثير بشكل مباشر لتشكيل الراي العام.

إن المحادثه السياسيه تتغذى على الجرائد، بحيث يكون الراي العام نتيجه للمحادثه، وبالتالي فإنّ الفعل الاقتصادي، الاجتماعي والثقافي يكون تابعا للراي العام، ..إلخ، ويضيف تارد انّ السلطه تنتج عن المحادثه في المقاهي والصالونات والمحلات كما تنتج الثروة من المصانع"[3]- الاغتصاب الاجتماعي النفسي– لكنّ Pierre Bourdieu

---

[1]. Alex Mucchielli , l ' a approche communicationnelle ,Coordonné par phillippe Cabin , la communication , état des savoirs , op-cit , p 207

[2] . Valérie Devillard , Les précurseurs , cours théorie de la communication ,op-cits , p272.

[3] . ibid,p 268

من خلال مقال له سنه 1973 ينفي تماما وجود الراي العام (l 'opinion publique n 'exiiste pas)[1].

فبركه الراي العام

إن فبركه الراي العام تعد من الطموحات التي توظف الطاقات السياسيه والاعلاميه والديماغوجيا العالمه من اجل إضفاء الشرعيه على اهم القضايا السياسيه والاجتماعيه التي لا تقبل التفاوض او حتى في القضايا العسكريه اد يشير Micheal k.Deaver *إلى ان الهدف السياسي الجديد هو تركيز الاستراتيجيه العسكريه على التغطيه التلفزيونيه لانه اذا كان الراي العام مع الادارة الحاكمه فلا شيء يحد من سلطتها.

لا يسعنا الحديث عن التلاعب بالراي العام دون اللجوء إلى اسهامات التيار النقدي الحديث من كتابات Noam Chomsky و Edwards Herman خصوصا في الولايات المتحدة الامريكيه وبريطانيا، مركزة على اربعه محاور اساسيه:

الراسماليه، مركز السلطه، الديمقراطيه ووسائل الاعلام.

لقد كانت كل من بريطانيا والولايات المتحدة الامريكيه من الدول التي اظهرت رغبتها منذ سنوات العشرينيات في مراقبه الراي العام وفبركته، إلا ان النظام النازي الالماني كان اجرا على استخدام الدعايه المباشرة خصوصا مع نهايه الحرب العالميه الاولى.

سبر الاراء sondage، انموذج فبركه الراي العام

يعد سبر الاراء وسيله لقياس الراي او معرفه سلوكات الناس بشان قضيه سياسيه، اقتصاديه او اخلاقيه ...إلخ من خلال مجموعه من الاسئله توزع على عينه ممثلة لمجتمع القياس، او يمكن اعتباره كذلك وسيله للتعبير يستخدمها المواطن إلى جانب الفعل الانتخابي والمظاهرات[2]، بدات في الظهور بعد سنه 1936، وقد ارتفعت استعمالاتها خاصه في فترة الثمانينيات فنجد مثلا في فرنسا ان سبور الاراء المستشهد

---

[1] Pierre Bordieu , « l'opinion publique n'existe pas » , les temps modernes , N°318 , Janvier 1973 , p 12,13.

* صديق رامسفيلد وزير الدفاع الأمريكي ومتخصص في الحرب البسيكولوجية .

[2] Rodolphe Ghiglione , Marcel Bromberg , Discours politique télévision , 1er édition ,Paris , presses universitaires de France , 1998 , p 31.

بها في الصحافه ارتفعت بنسبة 40% في سنة 1988 عن تلك النسبه سنه 1981[1]، وتقدر فاعليه سبر الاراء في قدرته على التعبير بصورة رقميه عن الاسئله المطروحه لإضفاء الصبغه العلميه على الظاهرة محل القياس. في حين يتعلق قياس السلوك بمعرفه العادات (عادات الشراء مثلا) والسلوكات الملموسه التي تهم بالدرجه الاولى القطاع الاقتصادي من اجل القيام بدراسات السوق والسلطه السياسيه من اجل معرفه مدى نجاعه السياسه المتبعه، ويستعمل بكثرة في الفترات الانتخابيه (الاهتمام باراء وسلوكات الناخبين قبل عمليه الاقتراع)، كما تعد مدى موافقه نتائج السبر لنتائج الانتخابات الطريقه الوحيدة للتاكد من صحه ومصداقيه سبر الاراء.

لقد اكدت البحوث الامريكيه والفرنسيه المتعلقه ببحوث الراي العام في سنوات الستينيات والسبعينيات* اهميه سبر الاراء واستعمالاتها الاستراتيجيه، إذ تحدث Jean Marie Cottret في كتابه (Gouverner) سنة 1991 عن اهميه تركيز الفاعلين السياسيين على حيازة المراتب الاولى في نتائج سبر الاراء موضحا ان الانتخابات ليست الوسيله الشرعيه الوحيدة لفوز رجل السياسه بالسلطه، وكان قبل ذلك Patrick Champagne من خلال مقاله (Faire l 'opinion, le nouveau jeux politique) قد اجاب ان اللعبه السياسيه تحتاج باستمرار إلى مجموعه من المختصين الذين يستطيعون من خلال سبر الاراء ان يجعلوا الشعوب تتكلم – تشكيل الراي العام من خلال انحراف نتائج سبر الاراء - ، إذ تساعد نتائج سبر الاراء في كثير من الحالات المرشحين للفوز بالانتخابات لانها تنشر في وسائل الاعلام على اساس انها تمثل راي الاغلبيه، ووفقا لنظريه "حلزون الصمت" فإن الكثير ممن لم تتحدد قراراتهم بعد يتجهون صوب راي الاغلبيه* مما يسمح للحكام والقنات المسيرة بالتلاعب براي الاغلبيه الصامته على حساب الاقليه النشيطه حسب تعبير Pierre Bordieu.

---

[1] Grégory Derville , le pouvoir des médias , op cit , p 08.

* بحوث Bruce Altschuler ، Laurence Jacobs و Robert Shapiro ...

* هناك بعض القوانين التنظيمية في بعض الدول التي تحدد المدة النهائية التي تنشر فيها نتائج الاستبيان حتى لا تكون عامل تشويش على كثير من الآراء فمثلا في القانون الفرنسي لسنة 1977 تم تحديد المدة الفاصلة بأسبوع ، و أنقصت يوما واحدا (خمسة أيام) في القانون المعدل لسنة 2002 .

لكن الانتقادات الموجهه لسبر الاراء تنفي ان تمثل الاجابات المحصل عليها صدق الاراء الحقيقيه، ففي كثير من الحالات:

* لا يكون لدى المستجوبين ادنى فكرة عن الموضوع، فتكون اجاباتهم عشوائيه للغاية.
* او قد يكون مجموع الاسئله كبيرا فيلجا المستجوب إلى التخلص منها بطريقه او باخرى في اسرع وقت ممكن.
* المستجوبون يتعاملون مع الاسئله وفقا للافكار السائدة في المحيط الاقرب إليهم ولا تعبر غالبا عن تجاربهم الخاصه.
* المستجوبون يستبقون الاحداث ويجيبون على اساس ما يرغبون ان ينشر كنتائج

التحكم في الاسئله والمحاور

سنحاول ان نبرز بعض التلاعبات والمناورات التي تمر بها نتائج سبر الاراء من خلال انموذجين: يتعلق الاول بسبر الاراء الامريكي حول موضوع "الحرب الامريكيه على العراق"، وبسبر الاراء الفرنسي حول "احداث الشغب في ضواحي باريس" يتعلق النموذج الثاني:

بعد احداث الحادي عشر من سبتمبر قامت وسائل الإعلام بإنجاز ونشر العديد من سبر الاراء في الولايات المتحدة خصوصا، مركزة على محاور الحرب على الإرهاب لكنها كانت بشكل او باخر موجهه نحو تشكيل راي مساند للإدارة الامريكيه، حيت كانت طريقه صياغه الاسئله موجهه نحو إجابات معينه، وتظهر بصفه واضحه مدى تعهد وسائل الإعلام ومعاهد الاستبيان بخدمه دعايه الحكومه الامريكيه، تم تنشر نتائج هده الاستبيانات على انها راي الاغلبيه، فمثلا نشرت صحيفه Fox News الامريكيه في ديسمبر 2001 سبرا حول الحرب الامريكيه على العراق، وكانت من بين الاسئله المطروحه على افراد العينة:

"من المعروف ان العراق يطور اسلحه الدمار الشامل، هل تعتقد ان الولايات المتحدة الامريكيه ستشن هجوما فوريا على العراق ام انها ستحاول ان تستجمع مساندة دوليه قبل الهجوم على العراق؟"

"جورج بوش صنف العراق ضمن الدول التي تاوي الجماعات الإرهابيه وتخزن اسلحه كيماويه، بيولوجيه ونوويه، هل تساند او تعارض ضربه عسكريه امريكيه ضد الاهداف الإرهابيه في العراق؟ (احد اسئله سبر الاراء الذي نشرته صحيفه Los Angels في فيفري 2002).

" هل تعتقد انه ضد المواطنه، إنكار رد الفعل الامريكي على الهجمات الإرهابيه ام لا؟ (صحيفة USA Today، سبتمبر 2001).

واما عن النموذج الفرنسي فناخد مثالا عن سبر للاراء نشرته صحيفه le Parisien في التاسع من نوفمبر 2005 بشان اعمال الشغب التي حدثت في ضواحي باريس تحت عنوان "سبر الاراء الذي غير كل شيء" ، إذ اظهرت النتائج ان 73% من الفرنسيين يؤيدون مكافحه اعمال الشغب التي حدثت، 83% يوافقون على دخول الاطفال مجال العمل والتعلم الصناعي في سن 14، و86% من الفرنسيين غير راضين عن اعمال الشغب التي حدثت في ضواحي باريس.

تتجه التحليلات إلى ان هده النتائج تعني انغلاق الفرنسيين وتاييدهم لسياسه Sarkozy و Devillepin.

في هده الحاله لدينا اتجاهان للراي، يخص الاتجاه الاول راي السكان الدين يعيشون فعلا في منطقه الضواحي حيت وقعت احداث الشغب (حرائق، عنف، تدخل القوات السريعه،..) ويعون جيدا اسباب وقوعها (البطاله، التهميش، الفقر ..) والاتجاه الثاني هو المتعلق ببقيه المواطنين الفرنسيين الدين لم يعايشوا هده الاحداث، وكانت نسبه كبيرة من معلوماتهم حولها من وسائل الإعلام المكتوبه والسمعيه البصريه بمعنى ان هده الاخيرة كانت الرابط الوحيد بين المستجوبين واسئله سبر الاراء.

ومن جهه اخرى اختارت صحيفه leParisien ان تكون العينه في حدود 805 فردا مستجوبا من بينهم واحد فقط يسكن بالمنطقه المعنيه بالاحداث. ومع تقنيات الإطاله في الاسئله والتلاعب بالمفردات والمفاهيم فإن النتيجه ستكون ما نشرته صحيفه leParisien (le sondage qui change tout)

2.3 الحرب الإعلاميه

إن اشكال الحروب التقليديه قد عفا عليها الزمن وتحولت إلى حروب إعلاميه سياسية – عسكريه واقتصاديه، ويقصد بالحرب الإعلاميه جمله الرسائل والرموز الكادبه عموما التي توجه إلى الخصم قصد تشتيته وتسميمه إعلاميا مستعمله كل التقنيات الحديثه من اجهزة للإعلام الالي، وشبكات اتصالات وافمار صناعيه، واسلحه ذكيّة ..، فبعدما كانت الحاجه إلى المدرّعات والاساطيل والجيوش المدجّجة بالأسلحة صار يكفي للقيام بحرب من حجم حرب الخليج الثالثه "بيرل هاربر" للإعلام الالي (Pearl Harbour informatique) تجند ادمغه ذكيه تعمل على إعاقه شبكات الاتصال والقيام بعمليات التجسس (cyberpiratrie) ورصد الاهداف الاستراتيجيه وتعطيل الهياكل القاعديه للعدو والقيام بعمليات "سيبر-هجوميه" (cyberattaques)، ويمكن ان تدور رحاها على بلاطو تلفزيون ويكون جنودها مهندسين او ديماغوجيين او اطباء نفسانيين.

وإذا كان الإعلام اول من يدخل ساحه الحرب واخر من ينسحب فإن الحقيقه تعد اولى ضحايا الحرب، والتلفزيون يقتل بسرعه اكثر من طلقات الرصاص حسب تعبير Emir Kusturika وكمثال على دلك نجد انه اثناء حرب التحالف الانجلو _امريكي على العراق قام البنتاغون بإنشاء "مكتب التاثير الاستراتيجي" بهدف ترويج السياسة الامريكيه ونشر المعلومات المضلله للراي كخطوة هامه لحشد الراي العام العالمي مع السياسه الامريكيه في المنطقه[1] ونشر صور استعراضيه توضح قوة الجيش الامريكي للانظمه والشعوب العربيه، فما لاحظناه انّ الصور والمعلومات التي بثتها وسائل الإعلام الغربيه اثناء الحرب كانت شبيهه بحروب التلفزيون والسينما او العاب الفيديو (إطلاق الطائرات والصواريخ، انفجار القذائف فوق الاهداف وتفجير القنابل الذكية للمواقع العسكريه ..) وهو ما اعتبرته جيهان احمد رشتي اكبر حمله تضليل شهدها التاريخ، إلا انها كانت مفضوحه من طرف قلته من قلتات الإعلام العربي ممثلة في قناتي "الجزيرة" و "ابو ظبي" بعكس ما حدث في حرب الخليج الثانيه حيث كانت قناة

[1] Ignacio Ramonet, « Armes d'intoxication massive :mensonge d'état » , le monde diplomatique , juillet 2003, N ° 10193 , p 01 et 07.

"CNN" تحتكر الإعلام، إذ نلاحظ غضب الإدارة الامريكيه وتشكيك وزير دفاعها دونالد رامسفيلد في صحه الصور التي نشرتها قناة الجزيرة نقلا عن قناة العراق الفضائيه حول اسر جنود امريكان استنادا إلى مبدإ الإمبراطوريه المستيقظه (l'empire bienveillant) التي تنص على ضرورة الهيمنه على المعلومات اثناء الحرب واحتكارها (l'info dominance) غير انها سرعان ما تداركت الموقف واستعملت نفس الصور في حفل استقبال بهيج بالولايات المتحدة بعد تحرير الاسرى بمدينه سامراء إشارة إلى بطولات قوات المارينز.

ونذكر هنا بعض النماذج المفضوحه من التضليل الإعلامي خلال حرب الخليج الثالثه على سبيل المثال لا الحصر، لانه لا يسمى تضليلا إلا إذا اخفى شواهد وجوده كما ذكرنا سابقا، ومنها الصور التي عرضها وزير خارجيه الولايات المتحدة الامريكيه "كولن باول" على شرائح الكترونيه في مجلس الامن، التي تبين انها من مجلوبات "جورج تينت" مدير وكاله الاستخبارات المركزيه، وكانت هذه الصور تفيد ان المخابرات العراقيه بالتعاون مع عدد من المسئولين العراقيين وضعت برنامجا دقيقا لنقل الاسلحه المحظورة من مكان لاخر بشاحنات مخصصه لهذا الغرض، بغرض إقناع مجلس الامن بشرعيه الحرب على العراق.

هذه الصور عرضت على اساس انها ملتقطه من الفضاء، لكنه تبين انه قد تم التلاعب بالزمان والمكان ومرت بمخابر التحريف الفني والفوتوغرافي، وحتى بالنسبة لتفجيرات 11 سبتمبر، يكشف الكثير من المحللين السياسيين وخبراء الصورة ان الاعتداءات على البنتاغون كانت مجرد كذبه إعلاميه تبنتها وسائل الإعلام الامريكيه وابتلعتها الجماهير عبر العالم، بحيث ذكرت الكثير من الادله التي تثبت ان الانفجار الذي حدث بالبنتاغون لم يكن عبارة عن تفجير طائرة "بوينغ" ولكن عن إطلاق صواريخ[1]، هذا ما معناه ان الحرب صارت حرب صور بالدرجه الاولى، فالتمثيل الجيد للصورة اصبح يمثل قاعدة اساسيه لكل السياسات، حيث يكون الرهان هو عقول الجماهير حسب تعبير Hannah Arendt .

[1] http// : www.ant-med.com/Eric-Laurent/18765.med/la face cachée du 11 séptembre/doc.htm.consulté le 05-11-2006.

إن التحكم في وسائل الإعلام وضبط اجندتها وفق الرؤى الحاكمه على الصعيد العالمي كفيل بتلقين الشعوب وتعويدهم على قول كلمه "نعم" دون اي تفكير لان اليات المعارضه وميكانيزمات العقل النقدي قد عطلت من خلال النماذج التقافيه التي تعرضها وسائل الإعلام، لذلك يقول Jean Michel Luc في كتابه "la distanciation"، ان استراتيجيه "المسافاتيه" هي إجابه عن انشغال فردي وجماعي، تقتضي من الفرد ان يترك مسافه بينه وبين وسائل الإعلام حتى لا يصبح خاضعا ومسيرا من طرف الميدياء.[1]

إذا كان Jean Baudrillard قد عمد إلى اتهام كل وسائل الإعلام بعدم نقلها للواقع الحقيقي، إذ يستحيل ان يرى الإنسان العالم بعيون الميدياء لانها جد ضيقه وقد تكون خادعه في بعض الاحيان (الاختلاف بين الواقع الحيّ والواقع المنقول)، واننا نعيش زمن "اللااتصال"والبسودو-حقيقة (pseudoréalité)، نتساءل اليوم هل سنكون ضحايا لهذه الخدع التكنولوجيه متلما تسائل عن ذلك Jack Ellul سنة 1987 حول الاديولوجيا المسيطرة والفكر الاوحد؟.

ويجيب على ذلك هربرت شيللر حيث يقول انّ الجمهور يقدّم إليه الوعي جاهزا (وعي مبرمج ومعد مسبقا) فلا يجد فسحه للتامل والتفكير والتحليل، وتتم ممارسه التضليل تحت غطاء الديمقراطيه والحياد والحريه الإعلاميه والسياسيه، ويظهر ذلك جليا من خلال قدرة العبقريه السياسيه الامريكيه على إقناع الشعب الامريكي بالتصويت ضد اكثر مصالحه اهميه دونما حاجه إلى القمع والاضطهاد.

ويتم وضع اسس عمليه لتداول الصور والمعلومات، معالجتها، تنقيحها وإحكام السيطرة عليها بطريقه تجعلها تتحكم في معتقدات الناس ومواقفهم واتجاهاتهم وسلوكهم اخيرا.

يبدو في الظاهر انّ هناك تنوّعا كبيرا في البث الإعلامي يحيل إلى التعدديه الديمقراطيه وحريه الاختلاف في الراي من خلال العدد الهائل للصحف ومحطات الإذاعات والتلفزيون، ولكن مادتها الإعلاميه يجري انتقائها استنادا إلى اطر مرجعيه إعلاميه وضغوطات سياسيه، عسكريه واقتصاديه (الاحتكارات الراسماليه واللوبيهات)،

[1] Jean Luc Micheal , la distanciation , essai sur la société médiatique , op - cit , p 328.

ومن جانب حراس البوابات كذلك (David White 1950)، فنجد مثلا في الإعلام الامريكي ان شبكة CBS تمتلكها شركه RCA التابعه لشركه "جنرال الكتريك" التي لها استثمارات واسعه في مجال محركات الطائرات والاسلحه النوويه، وروبرت ميردوخ يملك العديد من الصحف وشبكات التلفزيون في امريكا وبريطانيا ونيوزيلندا، كما تشير الإحصائيات إلى ان 43 % من الاخبار التي تنشر بالصحف الامريكيه مصدرها المكاتب الفيدراليه من خلال إدارة العلاقات العامه، و72% من الاخبار مصدرها حكومي، و54% تاتي من إدارة العلاقات العامه للمؤسسات الصناعيه الكبرى بالإضافه إلى الضغوط التي تمارسها المؤسسات الصناعيه والشركات المتعددة الجنسيات (حصص الإعلانات) والتبعيه لوكالات الانباء حيث يوجد مثلا اكثر من 1500 جريدة يوميه امريكيه، 10 الاف محطه راديو و1500 محطه تلفزيون بالإضافه إلى تلفزيونات الكابل تستقي اخبارها من وكاله "اسوشيتدبرس" الامريكيه.[1]، وتخضع عديد قطاعات الصحافه والسمعي البصري لتبعيه كتير من المجموعات مثل:

CNN, Werner Bros , time , Netscape , América online ...إلخ، في حين يعتبر Serge Halimi كلّ وسائل الإعلام الفرنسيه مؤطرة ضمن 6 مجموعات[2]، منها ما هو ملك لشخصيات سياسية غنية فمثلا الفرنسي Lagardére يملك مطابع (Vivendi Universel Publishing - Larousse ,Robert Lafon ,Bordas,...)، ومن الصحافه المكتوبه (Nice Matin, le JDD,La Provence , Hachette , Grasset , Fayard) ومطابع (Elle , Paris Match,Télé 7 jours... , Stock) وإذاعات (Europe1,2,Fun Radio)، بينما تتدفق 50% من الانباء العالميه التي تتداولها وكالات الانباء في الدول الناميه من الوكالات الامريكيه والغربيه التي بإمكانها القيام بعمليات الفبركه وإعادة الصياغه وفقا لتوجهات النظام العالمي الجديد.

[1] http // : www.swalif.net/sforum1/archive/index.php/t.205365.htm , consulté le 05-11-2006.
[2] http// :www.media.fr/les nouveaux chien de garde/24589 / Serge.12.halimi/kh.htm.consulté le 06-06-2006.

3.3 الثقافه الجماهيريه ودورها في تغييب العقول

الثقافه هي ذلك الكل المعقد الذي يحوي المعارف، الدين، المعتقدات، الاخلاق، الفنون وكل العادات التي يكتسبها الفرد باعتباره عضوا في المجتمع، والثقافه حسب احد الباحثين ليست إستاتيكا، إنما هي احترام منهجي وحتيت لعادات وتقاليد منتقاة، او هي نموذج كلي لسلوك الإنسان ونتاجاته المتجسدة في الكلمات والافعال وما تصنعه يداه، وتعتمد على قدرة الإنسان على التعلم ونقل المعرفه للاجيال المتتاليه، ويمكن النظر إليها باعتبارها نتاجات حيه ومفردات متفرقه ترتحل عبر السنين من خلال تيارات التعلم والقبول الشعبي والتمسك غير الواعي بالعادات والتقاليد، وتستخدم الثقافه من قبل منظري المجتمع والسياسيين ورجال اللاهوت والاكاديميين والاسر لفرض وضمان النظام الذي تغيرت مبادئه مع مرور الزمن وفقا لما تمليه الحاجه.

بينما يصنف Edgar Morin من خلال كتابه (l 'esprit du temps) سنة 1962 الثقافه إلى:[1]

. الثقافه المثقفه او الثقافه المبدعه وهي الخاصة بالنخبة.

. الثقافه الجماهيريه: وهي التي تهتم بالكم لا الكيف والإنتاج على الابداع وتنقل من طرف وسائل الإعلام، وحسب ماك دونالد تعد الثقافه الجماهيريه خلفا لثقافه متالفه بين الثقافه الرافيه والثقافه الشعبيه ووضعها في متناول الجميع.

واما Abraham Moles فيعبر عنها في كتابه (la sociodynamique de la culture) سنة 1967 بالانتقال من الثقافه المنظمه والإنسانيه التي هيمنت طويلا إلى ثقافة فسيفسائية.

هدا المضمون الذي يعرف بالثقافه الجماهيريه يعتبرها "الإعلامجيون" خلاصة مستنبطه يوعز بها إلى استراتيجيه إديولوجيا الانتلجنسيا الامبرياليه، وترجع عوامل انتشار هدا النوع من الثقافه إلى:

* التطور التقني الهائل لوسائل الإعلام الذي ادى إلى جمهرة الوجود الاجتماعي او كما يقول نصر الدين العياضي ان هدا الاخطبوط دو المائه ادن والمائه عين (الجمهور) إنما هو وليد الاخطبوط دو المائه وجه والمائه فم (التلفزيون).

[1] Rémy Rieffel , Sociologie des medias , op cit , p 72.

* خصائص النظام الراسمالي الدي يتميز بالعالميه، الفرديه والديمقراطيه المشاركتيه، مما ادى إلى دمقرطه المنتوج المادي والعالم الفكري، حيث استطاعت ان تحرر الثقافه من الاحتكار البرجوازي، فاصبحت الروائع الادبيه والسمفونيات العالميه واللوحات الزيتيه المشهورة ومسرحيات first class في متناول العامه، حيث يقول اليكس توكفيل ان الديمقراطيه والتعلم الشعبي حطما احتكار الطبقه العليا للثقافه.

* ظهور ما يسمى بتصنيع الفكر والروح معا بتطور المجال الصناعي مع بدايه القرن 20، حيث يقول كارل ماركس ان من يملك وسائل الإنتاج المادي يملك وسائل الإنتاج الفكري، وبالإضافه إلى دلك وجدت المشروعات التجاريه سوقا مربحا في تلبيه المطالب الثقافيه، وخلق النجوم في مجالات السينما والرياضه ممن يسميهم Edgar Morin بالاولمبيين الجدد "les nouveaux olympiens".

* التطور التكنولوجي واستخدام الاله الدي طغى على جميع الميادين، ادى إلى زيادة وقت الفراغ الاجتماعي مما فعل الحاجه إلى الثقافه والمعلومات والترفيه.

وتتميز الثقافه الجماهيريه بـــ :

- العالميه: نظرا للتدفق الهائل للمعلومات وظهور التقنيات الحديثه للإعلام والاتصال والطرق السريعه للإعلام.
- تحول الفعل الثقافي من فعل إبداعي إلى فعل صناعي.
- ثقافه استهلاكيه تندمج ضمن الثقافات الاخرى، اي انها تلقح وتلقح.
- كوزموبوليتيه تتوجه من البلاد المنتجه إلى البلاد المستهلكه (التبعيه من خلال نموذج الثقافه الاستهلاكيه الإنتشاريه).
- ثقافه نمطيه تزيل الخصوصيه الثقافيه وترسخ قيم الإمتثاليه من خلال إحداث التجانس الثقافي، وتهتم بإزاله القيود الجمركيه عن تدفق المادة الثقافيه.

لقد كان افلاطون سباقا في انتقاد الثقافه الجماهيريه من خلال نقده للثقافات التي كانت تلقن للاطفال المنوط بهم قيادة الجمهوريه المثاليه، ومدرسه فرانكفورت ادلت بدلوها كدلك، إد اعتبرها كل من هوركايمر وادورنو من خلال بحثهما في حفريات الصناعه الثقافيه، بانها تمثل نموذجا رائعا لإفلاس الثقافه وسقوطها في التسلع، وما

ينتج عنها التشنج والتملص والهروبيه والاغتراب حسب إسهامات رايت ميلز، وهي لا تتلو عن كونها اداة ديماغوجيه للتلاعب بالعقول وخلق الوعي المزيف وخنق الوعي الاجتماعي.

النتائج التي ترتبت عن التفاهه الجماهيريه

* تعد التفاهه الجماهيريه افيون الشعوب، ذات طبيعه هروبيه، عطلت ادواق الناس ودكائهم وهياتهم لقبول مجتمع لا قيمه له، خلطت بين الثقافات وحطمت الحواجز الثقافيه، كما خلطت بين خطوط العمر (بين الكبار والصغار)، ومن جهه اخرى ادت إلى نكوص طفلي وعجز لدى البالغين عن مكافحه الضغوط الاجتماعيه فيلجاون تبعا لذلك إلى الهروب.

* إنضاج الطفل بسرعه حيث اصبح الاطفال في سن مبكرة يعرفون كل شيء.

* من خلال التركيز على معبودي الاستهلاك، خلقت نماذج للسعادة والحب والخيال والفانتازم المصنع، وما نتج عن هده النماذج الإنسان المدرر، التافه، الاناني اللاواعي واللامسؤول ...

1.3.3 افلاطون واهل الكهف

تخيل افلاطون ان مجموعه من الرجال مسجونين في كهف مغلق منذ طفولتهم، فيه ممر واحد فقط يظهر من خلاله النور، وهم مقيدين بالسلاسل بحيث لا يرون إلا في جهه واحدة وخلفهم سور على طول السلاسل، و يمر من خلف السور رجال يحملون تماثيل الحيوانات والرجال، ويصدرون اصواتا يرجع لها الصدى، ومن خلف دلك كله نار، بحيث تنعكس الظلال على الحائط المقابل للمساجين.

إدا اطلق سراح احد هؤلاء الرجال واكتشف النار والسور والظلال (الحقيقه)، تخيل (يقول افلاطون) انه يعود مرة اخرى حيث كان ويشرح لزملائه حقيقه دلك كله، فإنهم قد يقتلونهم.

من خلال هدا التخيل الطوباوي حاول افلاطون ان يبرز دور وسائل الإعلام في بناء المعنى وعرضه على انه هو نفسه الحقيقه، وعلى عكس ما صوره للظلال على الحائط

من حيث انها اعطت واقعا ضيقا لما هو عليه في الحقيقه، إلا انّ وسائل الإعلام الحديثه توسّع اكثر مما تقلص ما في عيوننا وساعدها في ذلك التطور التقاني المهول والقدرة الإبداعيه على الفبركه والتضليل، بحيث نرى تمثيلا للواقع وليس الواقع نفسه.

لقد ادركت انتلجسيا سادة العالم اهميه عرض الظلال الافلاطونيه وتاثيرها على الافراد وجعلهم سهلي الانقياد بدل الاساليب التقليديه المتمثله في الإجراءات الردعيه والاساليب الديكتاتوريه، حيث يصف Hobbes الحكم الناجح هو ذلك القادر على ترسيخ قوة الاعتقاد (gouverner c'est faire croire) وكانت قبلها الإدارة الامريكيه قد ادركت ذلك حيث تتبع استراتيجيا الدعايه الامريكيه طريقه التحكم في المواطن عن طريق التعليم والتثقيف والتوعيه وفقا لاعتبارات فوقيه، ترتكز على ميكانيزمات التضليل وخداع الراي العام، لذلك يقول كريستوف كاري انّ "التضليل الإعلامي اصبح يمثل بالنسبه للمفكرين والسياسيين، سلاحا ابيضا جديدا"[1]

الصوره والحقيقه

إلى زمن غير بعيد كانت الروايات والكتابات القصصيه تصور لنا عالما قريبا إلى عالمنا، ومع ظهور الإبداعات الاولى للفوتوغرافيا (Daguerre) والسينما (les fréres lumiéres)، تمّ التلفزيون بدت هذه الصورة اكثر وضوحا واقرب إلى عالم الحقيقه. لكنّ المقصود بمفهوم الحقيقه (réalité) ما هو موجود فعلا، هذا ما يجعلنا نتساءل عن مدى مصداقيه العالم الثاني المنقول، وهل هو اقرب إلى الوهم ام إلى الحقيقه؟.

إنّ التطورات المتواصله لعالم التلفزيون وظهور التلفزيون التفاعلي وتلفزيون الواقع الذي يمثل مراة شفافه للواقع عن طريق النقل في الزمن الحقيقي قد يعزز مصداقيه التلفزيون لكنّ إسهامات Lucien Sfez تنفي ذلك تماما، إذ يسمّي الغموض الذي يلاحق وسائل الإعلام الحديثه بين التمثيل (la représentation) والتعبير(l 'expression) للواقع بمفهوم التوتيزم (le tautisme)، مفسرا ذلك بانّ الاتصال لا يعدو عن كونه عمليه تكرار غير مضطربه لنفسه (tautologie) في ظل صمت الموضوع الميّت/الحيّ او الاطرش الاخرص (المشاهد) المنغلق على حصنه الداخلي (l

[1] Christophe Carré , halte aux manipulateurs , op- cit , p 24.

autisme')، مرصود من قبل الكل الكبير الذي يحتويه، إنّ هذا الغموض يقودنا إلى غير المعنى الاولي ..[1]

ويوافقه في ذلك Baudrillard إذ يقول "إنّ نظرة سريعه إلى الوقائع التي ينقلها التلفاز للافراد والمجتمعات في جميع انحاء العالم بمختلف تفصيلاتها ومواطن الإثارة المبالغ فيها، مثل الحروب والمجاعات والمحاكمات والمطاردات تؤكد لنا انّ التلفزيون إنما ينقل لنا عالم الواقع المفرط بمعنى إنشاء الحقيقه حسب تعبير Paul Watzlawik، فالعالم الحقيقي لم يعد موجودا بالفعل بل استعيض عنه بما نشاهده على شاشات التلفزيون من مشاهد وصور واحاديث وتعليمات..، إن وسائل الإعلام والاتصال الالكترونيه الحديثه باتت تتغلغل في كل منحى من مناحي حياتنا اليوميه وتهيمن على افكارنا وقيمنا وعالمنا كله، حتى بدت حياتنا تنحل وتذوب في شاشات التلفزيون".

واستنادا إلى تحليلات Jacques Julliard حول التغطيه التلفزيونيه لحرب يوغوسلافيا مثلا فإن المهم ليس الهول الذي ينقله التلفزيون وإنما التلفزيون نفسه، اي ليس الحادث نفسه ولكن المشهد الذي وضع فيه الحادث (القناع يتلف الوجه الحقيقي).

وفي نظر Sfez تنقسم الحقيقه الواحدة او الخام إلى ثلاث درجات، تمنح الدرجه الاولى للحقيقه الفعليه الموجودة في الواقع، والدرجه الثانيه للحقيقه المنقوله من طرف المرسل، والحقيقه المشكله لدى المستقبل تحمل الدرجه الثالثه، إذن فالفرد يعاني من متاعب إدراك الحقيقه، لانه يواجه حقيقه مصنعه وفسيفسائيه والعالم الممثل من طرف التلفزيون يعد عالما مبدعا ووهميا ليس له إلا علاقه ضعيفه بالواقع.[2]

[1] http// :www.image.com/média.asc/robin hunzinger.26455/kl,.htm.consulté le 04-01-2007.
[2] Judith Lazar , la science de la communication , op cit , p 28.

4.3 التلفزيون والاسرة

يعد التلفزيون الوسيله الاكثر استجابه، استطاعت منذ سنوات الستينيات ان تقتحم الاوساط الاجتماعيه، لذلك انصبت الكثير من الدراسات خاصه الامريكيه والفرنسيه تبحث في استعمالات التلفزيون ففي فرنسا متلا بعد فشل استفتاء الجنرال ديغول سنة 1962 قام الباحثان "روني ريموند ونوشودار"[1] بدراسه لبحث اسباب هذا الفشل ودور التلفزيون واستعماله السلبي الذي ادى إلى إخفاق حمله الاستفتاء. و توصلا من خلالها إلى ان الدعايه التي مارسها التلفزيون في الفترة التي سبقت هذا الاستفتاء والتي استعملت استعمالا سيئا اثرت بصورة واضحه على جمهور الناخبين، إضافه إلى ان التغطيه التلفزيونيه لم تشمل بعض مناطق التراب الفرنسي، مما ادى إلى اختلاف نتائج التصويت في هده المناطق والمناطق الاخرى التي شملتها التغطيه، وكانت من بين النتائج المحصل عليها في مختلف الدراسات، تزايد الاستعمال المكثف للتلفزيون زمكانيا، وتحوله خلال سنوات السبعينيات المصدر الاول للمعلومات لدى الجماهير، فناخد متالا على التوسع الذي عرفه التلفزيون في فرنسا، إذ نجد ان عدد الاسر التي كانت تملك تلفزيونا في سنه 1950 لم يتجاوز 297 عائله، وفي ظرف 8 سنوات (اي في سنة 1958) ارتفع هذا العدد إلى المليون، وفي سنه 1970 وصل إلى 11 مليون اسرة تملك على الاقل تلفزيونا واحدا، و19.1 مليون اسرة سنه 1990 بحيث قفز من نسبة 87.8% سنة 1978 إلى 95% سنة 1990.[2]

* هل تنازلت الاسرة عن بعض ادوارها في التنشاة الاجتماعيه للتلفزيون؟

يعد التلفزيون منافسا حقيقيا للانساق التربويه الاولى ممثلة في الاسرة والمدرسه حتى اصبح التلفزيون يلقب "بالاب التالت" نظرا للسيطرة التي يفرضها على الاطفال، من حيث انه يتصل بقيم التنشاة الاجتماعيه والسياسيه* ومبادئ المعتقد وتوجيه القيم الجماليه والدهنيه والسلوكيه والاذواق بمعنى انه صار يحظى بالنصيب الاوفر في

---

[1] Jean Cazaneuve, les pouvoirs de la télévision ; Paris , édition Gallimard, 1970, p 231.
Rémond et Neuschwauder, télévision et comportement politique, revue française de sciences politiques , Juin 1963.

[2] Grégory Derville , le pouvoir des médias ,op-cit , p06.

* التلفزيون مؤسسة اجتماعية و ثقافية قبل ان يكون موزعا للإعلام.

تشكيل الدهنيات كما يروج إلى الصراع بين التلميذ والمربي باعتباره كجيل قديم، مما ادى إلى التوجه إلى التثقيف الذاتي والاستغناء عن المدرسه وتعويضها بوسائل الإعلام، فالاستعدادات السيكولوجيه والتغيرات البيولوجيه لدى الطفل تسمح بالتاثير في انماط السلوك الطفلي وتكوين شخصيته، وميل طفل الالفيه التالته إلى الانعزال والتخلي عن الاتصال الاسري، يجعل منه فريسه سهله لمحاولات الديماغوجيا والتضليل والتلقين المذهبي بما يخدم السياسات الكبرى، ويتحول إلى فرد سلبي مطواع قابل للتوجيه، هدا ما معناه انّ التلفزيون غير برئ من التوجهات الاديولوجيه حسب Pier Polo Pasolon إذ يؤكد هدا الاخير من خلال عدة دراسات نشرها في كتابه (contre la tv) انّ التلفزيون ينقص من مستوى المعرفه والثقافه لدى الافراد الدين يتميزون بثقافه عاليه وبالنسبه لمن هم ادنى منهم يجعل ثقافتهم في الحضيض.

5.3 الثقه في التكنولوجيا

إلى ايّ مدى يمكن الثقه في وسائل الاتصال الحديثه والتكنولوجيا الرقميه؟

إنّ تطوير الاله واختراقها لحدود المميز الإنساني، اكسبها العديد من صفات بني ادم واخطرها كدلك مثل الغش والكدب، حيث انّ حيازة الاله لمثل هده الصفات يطور لديها "الفانتازم" في العمل خارج رقابه الإنسان والتمرد عليه لتكون سيدة في عالمها.

امام هدا الانفتاح العظيم على جميع وسائط الاتصال، فإنه يتعدر على الإنسان ان يتفرغ لمشاهدة كل برامج القنوات العالميه وقراءة جميع اليوميات والاستماع إلى جميع الإذاعات في كافه الاقطار، لدلك يقول Negroponte انه يمكنك ان تستعمل طرق اكثر حداثه للحصول على معلوماتك اليوميه من وسائل الإعلام بطريقه تختلف عن تقدير الاخرين لاهميه الاخبار، خصوصا انه حدث هناك تحول من نمط الدفع التقليدي الدي كان يفرض على المستقبل نوعيه البرامج وتوقيت الاستقبال، إلى نمط السحب حيث حريه الانتقاء وفي الزمن المناسب، اي يمكن للمشاهد مثلا ان يحدد مقاييس يقوم على اساسها الجهاز الرقمي بانتقاء الاخبار وفقا لرغباته ...ويسميها Negroponte بـ : "عالمي" (mon monde) لكن تخيل (يضيف Negroponte) انّ الخادم المبرمج في يوم ما بعد قيامه بجميع الوظائف – قراءة التلكس الخاص بكل قناة، قراءة جميع

الصحف العالميه، رصد جميع الحصص التلفزيونيه والإداعيه[1] ...- يقدم لك ملخصا خاصا بك وفق المقاييس التي حددتها من قبل رقميا، ما الذي سيحدث إذا تم التلاعب بهذه البرمجه وفقا للخط السياسي لإحدى الجرائد او اديولوجيا إحدى القنوات، فيمكن ان يتم انتقاء اخبار مختلفه تماما عن انتظاراتك واهتماماتك ...هذا يعني انك ستكون فريسه سهله للتلاعب بالمعلومات والتحايل الدعائي المبرمج.

بالإضافه إلى ذلك فإن التجارة الالكترونيه - البيع عن بعد - لا يمكن ان تسلم من محاولات القرصنه والتحايل والنصب، ومن خلال دراسه كنديه نشرت سنة 2002 فإن 62% من رواد الانترنيت لا يشترون عن طريق الويب وكانت اهم الاسباب هي عدم الثقه في الاله والحاجه إلى تجارب ملموسه مع المنتوج والمؤسسة.

انسان الالفيه الثالثه

لقد كان الانسان الكلاسيكي غير اجتماعي بالمرة تحركه نزعاته الداخليه وطاقاته الشخصيه على التعامل مع البيئه والتكيف معها، وقراراته كانت غير جنيسه او مرتبطه بالاخر الموجود على حبل اتصالي ضعيف ونظرا للتطورات السريعه والتحولات الراديكاليه التي يعرفها المجتمع العالمي بفعل التكنولوجيا الاتصاليه فإن نموذج الانسان الحديث سيكون مختلفا تماما حسب راي Philippe Breton ، إذ ان الرجل الاتصالي الحديث سيكون مفرغا من ميكانيزمات التفكير واتخاذ القرار عن وعي بالمحيط، مسلوبا للخارج تماما في حاله استقبال دائم للمعلومات الخارجيه، هشيما تذروه العوالم الخارجيه، دون ان تكون له القدرة على ان يفعل و إنما ان يرد الفعل ليس كفعل و إنما كردة فعل[2] (انسان بافلوف الذي يستجيب لمتيرات المجتمع).

سيعيش في حياة بلوريه حسب بروتون، مكشوفه للجميع تحت اضواء كاميرات "الاخ الاكبر" وتجهيزات المراقبه الالكترونيه.

هذا الانسان لا يمكنه ان يعيش إلا من خلال الاجتماعي لكن ليس بمفهومه التقليدي وإنما في الوهم الافتراضي الذي يخضع لسلطه الاله المفكرة والاتصاليه، وتحت وطاة

[1] Necolas Negroponte , l'homme numérique , op-cit, p 191-192.
[2] Philippe Breton , l'utopie de la communication , l'émergence de l'homme sans intérieur, op cit , p 51.

نظام اتصالي واسع. ولان الفطرة تحرك الانسان نحو الاجتماع بالاخر فإن الالتقاء لن تحدده الاجسام الفيزيولوجيه ولكن الطبيعه المعلوماتيه للوجود الحديث، "لدلك لم تعد الحياة في البيولوجيا ولكن في الاتصال"[1].

إن ظهور مجتمع بهدا التعقيد يحتاج إلى نموذج تسيير سياسي معقد كدلك، حيت افترح Wiener برنامجا يضم تلاته نقاط رئيسيه[2] :

. ضرورة اعتبار الانسان الحديث انسانا اتصاليا وبناء كل باقي السيرورات على هدا الاساس.

. الاله تحتل مكانه مهمه في المجتمع يوعز إليها بمهام التحكم والقرار.

. المجتمع ينظم اليا انطلاقا من مبدا رد الفعل.

وبناءا على دلك يرسم كيان لمجتمع من غير دوله بمفهومها السلطوي.

[1]Philippe Breton , l'utopie de la communication , l'émergence de l'homme sans intérieur, op cit, p 48.
[2] Ibid , p55.56.

6.3 خلاصة

لا يمكن ان تنفصل التكنولوجيا عن الإديولوجيا بايّ حال من الاحوال كما لا يمكن ان يعزل النظام الإعلام عن باقي الانظمه السياسيه والثقافيه والاقتصاديه المكونه للمجتمع ويجري الحديث هنا عن تسخير التكنولوجيا الإعلاميه لخدمه الاغراض الإيديولوجية من حيث العلاقه بين الفرد والتكنولوجيا من اجل بلوغ غايه تتشرب مضامين وسائل الإعلام والتحكم في الراي العام بطريقه او باخرى.

4. الفصل التطبيقي

0.4 تمهيد

متلما اشرنا إلى ذلك سابقا استخدمنا في هده الدراسه المنهج التجريبي الدي له صله وتيقه بالإتجاه الإمبريقي باعتبار ان هدا الاخير يتميز بانه يهتم بالوقائع القابله للملاحظه والعد والقياس، ويرتكز هدا الاتجاه على ثلاث فرضيات رئيسية

* افتراض وجود واقع عام وموضوع قابل للدراسه.
* يمكن للباحثين صياغه طرائق تقنيه لدراسه وقائع موضوعيه.
* هده الفرضيات قابله للإثبات والإلغاء، ولا تهتم بالتجريدات الفلسفيه.

وتتميز المدرسه الإمبريقيه بالخصائص التاليه:

1. **الكمية**: اي ترجمه الظواهر محل الدراسه إلى بيانات وارقام (نزعه علميه دقيقه).
2. **الموجبيه**: تنطلق من مبدا ان وسائل الإعلام دات وزن في المجتمع، ينبغي ان تتجه نحو كيف انها تكون فاعله اكثر في تحقيق الترابط الاجتماعي والتقافي في المجتمع.
3. **الوظيفيه**: يشير مفهوم الوظيفيه إلى مدى مساهمه الجزء في الكل[1] او بمعنى ادق مدى مساهمه وسائل الإعلام كنشاط متكرر في استقرار المجتمع، ويقصد به وجود تبعيه بنائيه بين المجتمع ووسائل الإعلام، كون هده الاخيرة تحقق التوازن داخل المجتمع إلى حد ما، كما يمكن ان يكون الإعلام سببا في الخلل الوظيفي.

وتهتم المدرسه الامبريقيه في البحوث المتعلقه بوسائل الإعلام بدراسه تاتير وسائل الإعلام على الجمهور وتحديد كيف يحدث هدا التاتير وما هو حجمه كميا، ومن اهم ادوات التحليل لهدا الاتجاه تحليل المضمون، حيث يتم تصنيف محتوى الإعلام في شكل معطيات كميه، تحلل لاختبار الفرضيات المطروحه سابقا، مثل وجود علاقه بين وسائل الإعلام والعنف لدى الطفل.

1.ملفين ديفلور ، ساندرا بول ، روكيتش ، نظريات وسائل الإعلام ، مرجع سبق ذكره، ص 48.

وبالتالي فإنّ مفهوم امبريقي يشير إلى كل ما يقوم على التجربه والملاحظه والاعتماد على الرياضيات والإحصاء، والمدرسه الامبريقيه هي اتجاه يعطي اهميه كبرى للوقائع القابله للعدّ والقياس.

1.4 منهج الدراسه

مفهوم المنهج

ا- لغويا

"المنهج" في اللغه العربيه: هو الطريق الواضح البيّن المستقيم المنبسط الذي له خصائص تميزه عن المناهج الاخرى "لكلّ جعلنا لكم شرعه ومنهاجا".[1]

و اما في اللغه الفرنسيه: فإنّ كلمة منهج "Méthode" تعبّر عن الخطوات الفكريه المنظمه والعقلانيه الهادفه إلى بلوغ نتيجه ما.

ب- اصطلاحا

عرّف عبد الرحمن بدوي المنهج على انه "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقه في العلوم بواسطه طائفه من القواعد العامّه تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته، حتى يصل إلى نتيجه معلومه"[2]، كما يعرّف على انه "طريقه تصور وتنظيم البحث... ينصّ على كيفيه تصور وتخطيط العمل حول موضوع دراسه ما"[3]، اما الباحث محمد زيان عمر فيعرّف المنهج على انه "فنّ التنظيم الصحيح لسلسله من الافكار العديدة، إما من اجل الكشف عن حقيقه مجهوله، او من اجل البرهنه على حقيقه لا يعرفها الاخرون"[4]، او هو "تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومه، يحدد

---

[1]- يوسف خياط، قاموس لسان العرب المحيط للعلامة ابن منظور، المجلد الثالث من القاف إلى الراء. بيروت: دار لسان العرب، ص 727.

- الفيروز ابادي، مجد الدين محمد بن يعقوب، قاموس المحيط، ج1. بيروت: مؤسسة الرسالة، ص210.

[2] - عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث. الكويت، وكالة المطبوعات، الطبعة الثالثة، سنة 1977 ، ص5

[3] موريس انجرس،(تر) بوزيد صحراوي واخرون: ***منهجيه البحث العلمي في العلوم الإنسانيه – تدريبات*** عملية- ، الجزائر: دار القصبة للنشر، 2004: ص 99.

[4] - محمد زيان عمر، البحث العلمي، مناهجه وتقنياته. عمان: دار الشروق، الطبعة الرابعة، سنة 1983، ص48.

فيها الباحث مساره البحثي من حيث نقطه الانطلاق وخط السير ونقطه الوصول".[1]

وبصفه عامه يمكن تعريف المنهج على انه الطريق الذي يسلكه الباحث للتعرف على الظاهرة او المشكله موضع الدراسه والكشف عن الحقائق المرتبطه بها بغرض التوصل إلى إجابات على الاسئله التي تثيرها المشكله او الظاهرة من خلال استخدام مجموعه من الادوات لتجميع البيانات وتحليلها والتوصل إلى النتائج التي تساعد في الإجابه على تلك التساؤلات.

المنهج التجريبي

يعتبرالمنهج التجريبي منهجا علميا حديثا تمخضت عنه النهضه العلميه الحديثه في اوروبا، كانت نشاته في القرن 17 من طرف "فرانسيس بيكون"، إذ ركز بيكون على ضرورة تخليص العلم من شوائبه الدينيه وضرورة إخضاعه بكلياته وجزئياته للملاحظه العلميه، تم رست قواعد هدا المنهج في القرن 19 بصدور كتاب جورج ستيوارت ميل "مدهب المنطق".

تعد التجربه منهجا للبحث، يحاول الحصول بدقه على المعلومات وتحليلها، دلك ان التجربه لها منطقها المقنع والدقيق الذي يعتمد على صياغه النظريات انطلاقا من اختبار الفروض العلميه ويقصد بالتجربه عموما "الطريقه التي نختبر بها صحة الفرض العلمي..، والتجريب هو إتباع اسلوب منظم لجمع البراهين والادلة، والتحكم في مختلف العوامل التي يمكن ان تؤثر في الظاهرة موضوع البحث، والوصول إلى إدراك العلاقات بين الاسباب والنتائج – هي جزء جوهري من المنهج الاستقرائي-..." [2]، واستطاعت التجربه ان تحقق نتائج عاليه في العلوم الطبيعيه والبيولوجيه، اما في العلوم الاجتماعيه فكانت بداياتها الاولى مع علم

---

[1]- احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، بدون طبعة، سنة2003، ص 283.

[2]. محمد علي محمد ، علم الاجتماع و المنهج العلمي ، الطبعة الثالثة ، الإسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، سنة 1986 ، ص 207 .

النفس وعلم النفس الاجتماعي، ونظرا للطبيعه المعقدة للكائن البشري من حيث سلوكياته وتركيبته النفسيه وتاثره بالعوامل المحيطه به، فإن عمليات الافتراض والقياس والاختبار تعد محدودة إلى نوعا ما، ما يجعل نسبه الوصول إلى النتائج تختلف عن تلك المحققه في العلوم الطبيعيه.

يقول المن: "إن البحث التجريبي يتضمن اكثر من مجرد البحث عن حقائق جديدة او حقائق معترف بها، إنه التطبيق المحدد لمبادئ البحث في مواقف مضبوطه بقصد اختبار الفروض"، اما عمار بوحوش فيقول: "إن المنهج التجريبي هو اقرب مناهج البحوث لحل المشاكل بطريقه علميه، والتجريب سواءا تم في المعمل او في قاعه الدراسه هو محاوله للتحكم في جميع المتغيرات والعوامل الاساسيه باستثناء متغير واحد، حيث يقوم الباحث بتطويعه بهدف تحديد وقياس تاثيره في العمليه، وهناك عدة اسباب تدفع الباحث إلى التجريب هي :

* بوسع هدا المنهج مراجعه ما تم التوصل إليه من نتائج من خلال عمليه تكرار التجارب*، حيث يساعد التجريب الباحث على التغيير المقصود لمتغير معين (مستقل) ليقيس درجه تاثيره على متغير اخر يعرف بالمتغير التابع.

التجربه expérimentation

يشير مفهوم التجربه إلى "الاختبار" وتعتبر من ادوات البحث العلمي التي استطاعت تحقيق نتائج ناجحه ودقيقه في العلوم الطبيعيه، حيث لا تكتفي التجربه بملاحظه الظاهرة المدروسه من قبل الباحث في حيزها الطبيعي فقط بل تتعداها إلى تدخله في توجيه الدراسه نحو اهدافها الاساسيه من خلال التحكم القصدي في العوامل المؤثرة فيها، وتعرف انها "عمليه يقوم فيها الباحث باصطناع الظروف المشابهه للمشكله المراد دراستها لاختبار تاثير العوامل المبحوثه او تاثرها بالموقف المدروس"[1]، إذ يشير احمد بن مرسلي إلى ان التجربه تقوم على تدخل الباحث في المشكله المدروسه لاجراء التغييرات الملائمه واصطناع الظروف المشابهه من حيث الزمان والمكان.

[1] أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، مرجع سبق ذكره ، ص73.

وتستعمل التجربه عادة في قياس التاثيرات المختلفه على السلوك الانساني التي يقوم فيها الباحث باكتشاف وتحليل الاسباب الكامنه وراء حدوث ظاهرة معينه من خلال قياس العامل - سبب التاثير - تجريبيا.

وقد فضلنا استعمال المنهج التجريبي في هدا البحث نظرا لاهميته في العلوم الاجتماعيه قياسا على المكانه التي حظي بها في العلوم الطبيعيه من حيث تغلبه على القصور الدي كان وليد الاعتماد على الملاحظه فقط، اد يمكن المنهج التجريبي الباحث من تقصي الحقائق والوصول إلى اقصى درجات العلميه وإن كانت هده الاخيرة في العلوم الاجتماعيه يشوبها الكثير من القصور باعتبارها مرتبطه بالانسان نفسه كظاهرة للدراسه و يفضي تعقد المركب البشري إلى صعوبه التحكم في العوامل المصاحبه له. كما يساعد التجريب في البحث العلمي سواء الطبيعي او الاجتماعي على الربط ما بين عناصر الظاهرة محل الدراسه الواحدة او بينها وبين ظواهر اخرى مختلفه من اجل الوصول إلى ظواهر جديدة غير مكشوفه في ظرف زمني قصير وبدقه بعيدا عن تدخل العوامل الدانيه للباحث (باستثناء العلوم الاجتماعيه التي يكون لدانيه الباحث حظ ولو يسير في نتائج الدراسه المتوصل إليها).

لقد حدد J.S.Mill في "system of logic" ثلاث طرق رئيسيه تستخدم في المنهج التجريبي:

1 . طريقه الاتفاق méthode of agreement

وتعرف بمبدا السببيه، اي ان وجود السبب يؤدي إلى وجود النتيجه، "إدا اتفقت حالتان او اكثر للظاهرة المراد بحثها في ظرف واحد، فهدا الظرف الوحيد الدي تتفق فيه جميع هده الحالات هو السبب في هده الظاهرة "[1].

2 . طريقه الاختلاف method of difference

على عكس طريقه الاتفاق فإن غياب السبب يؤدي إلى غياب النتيجه، "إدا اشتركت الحالتان اللتان توجد الظاهرة في إحداهما ولا توجد في الاخرى في جميع

[1]. أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 209 .

الظروف، ما عدا ظرف واحد لا يوجد إلا في الحاله الاولى وحدها، فإن هدا الظرف الوحيد الدي تختلف فيه الحالتان هو نتيجه للظاهرة او سببها او جزء ضروري من هدا السبب"[1].

3 . التغير النسبي method of concomitant variation

اي ان الزيادة او النقصان في النتيجه يرتبط بالزيادة او النقصان في السبب (علاقة كمية).

المجموعه التجريبيه والمجموعه الضابطه

يعتمد الباحتون من خلال استعمال المنهج التجريبي مجموعتين:

ا- المجموعه التجريبيه

هي المجموعه التي تقع عليها اليات المنهج التجريبي، او التي يتم عليها التجريب.

ب- المجموعه الضابطه

هي التي لا تتعرض لعمليه التجريب، والتي من خلالها يحاول الباحث ان يكتشف الفروقات بينها وبين المجموعه التجريبيه.

مثال: المجموعه التجريبيه مجموعه ناخبين تعرضوا لحمله انتخابيه، اما المجموعه الضابطه فهي تلك المجموعه المناظرة من الناخبين، الدين لم يتعرضوا للحمله الانتخابيه.

المتغيرات في المنهج التجريبي

يقصد بالمتغيرات في البحث العلمي العوامل التي يفترض الباحث ان لها علاقة بحدوث الظاهرة المدروسه، وتقسم إلى نوعين: المتغير المستقل والمتغير التابع:

- المتغير المستقل

يقصد به العامل الكامن وراء حدوث الظاهرة المدروسه والدي يسعى الباحث إلى التحقق من فرضيه تاثيره فيها، ويمكن الإشارة إلى المتغير المستقل في البحث

[1]. محمد علي محمد ، علم الاجتماع و المنهج العلمي ، مرجع سبق ذكره ، ص 209 .

الذي نحن بصصد إنجازه، إذ هو عزل الفرد عن الاخرين وتحطيم جميع العلاقات الاجتماعيه التقليديه التي كانت تقوم على اساس الالتقاء الفيزيولوجي في نفس الزمان والمكان، وهو ما عبر لوسيان سفتز بمفهوم "توتيزم" الذي بدا يستشري في المجتمعات الغربيه وفي الولايات المتحدة الامريكيه على الخصوص لدى الاطفال، بمعنى دور هدا العامل وتاثيره المباشر في تلقي رسائل وسائل الإعلام بسلبيه إلى ابعد الحدود حتى ولو كانت مفبركه او دعائيه وهو ما يشار إليه بظاهرة "التضليل الاعلامي".

- المتغير التابع

هوالظاهرة الناتجه عن تاثير المتغير المستقل، ما معناه في بحثنا ظاهرة "التضليل الاعلامي" في اقصى درجاتها بسبب عزل الفرد عن الاخرين وبالتالي وضع كل العلاقات الشخصيه والجماعاتيه على الهامش، ونقصد في هدا المقام من خلال دكرنا "التضليل الاعلامي في اقصى درجاته" باعتبار انه يمكن حدوث تضليل وتلاعب من طرف وسائل الاعلام في كثير من المعلومات التي لدى القارئ والمستمع والمشاهد لكن ليس إلى ابعد الحدود متلما نحاول الوصول إليه من خلال اهداف هده الدراسه في حاله عزل الفرد عن المجموعه.

ويوجد حسب ابجديات المنهج التجريبي متغير اخر يعرف بالمتغير المعترض او المتداخل او المؤثر وهو جميع العوامل المؤثرة في الظاهرة المدروسه "التضليل الاعلامي" ما عدا العامل المستقل "عزل الفرد عن الجماعه"، حيث يتم ضبطه اثناء العمل التجريبي اي عزل تاثير كل العوامل التي يمكن ان تكون لها علاقه بحدوث الظاهرة بغرض التمكن من قياس تاثير المتغير المستقل، وهو ما معناه ان الفرد محلّ التجريب يتاثر بالشريط المفبرك المعروض عليه ويقتنع به بدرجه كبيرة، من حيث انه يمكننا معرفه دلك من خلال الاجوبه المحصل عليها من طرفه، ويكون هدا التاثير والاقناع سببه الوحيد هو عزله عن الاخرين والحرص على تفادي اي نقاش مع الاخرين حول هدا الموضوع، في حين يرجح ان تصب الإجابات المتعلقه بالفرضيه الاولى حول عرض الشريط التجريبي على مجموعه مجتمعين وليس منفردين ان تكون نسبه التضليل اقل بكثير، وبالتالي فإننا سنحاول ان نضبط

المتغير المعترض او كل العوامل التي تتدخل في هده الظاهرة، وهو ما حددناه من خلال عامل مهم ورئيسي هو وجود معلومات سابقه لدى الفرد حول هدا الموضوع كان يكون شاهد هدا الشريط او حصل على معلومات عليه من اي جهة اخرى ومن اجل دلك اتخدناه كمقياس في استمارة التصنيف التي نهدف من خلالها إلى تكوين عينات متماثله في الصفات، وبالتالي فإننا نقصي كلّ الافراد الدين تدل إجاباتهم على امتلاكهم معلومات بشان فكرة التجريب "تكديب صعود الامركيين إلى القمر".

خطوات المنهج التجريبي

- تحديد مشكله البحث.
- صياغه الفرضيات الملائمه لمشكله البحث.
- إعداد تصميم تجريبي، وفيه نقوم بـــ :

. تحديد المتغير المستقل والمتغير التابع.

. تحديد كيفيه قياس المتغير التابع وتحديد الشروط الضروريه للضبط والتحكم.

. اختيار العينه من مجتمع البحث "المجموعه التجريبيه".

. تصنيف المفحوصين في مجموعات متجانسه.

. تحديد المجموعه الضابطه.

. تحديد الوسائل المتبعه في إجراء التجربه.

- وضع الوسائل الخاصة بالتحليل.
- تجريب او القيام بالدراسات الاستطلاعيه.
- القيام بالتجربه.
- تنظيم المعلومات.
- الحصول على النتائج.

من اهم الصعوبات التي تعيق تطبيق المنهج التجريبي في العلوم الاجتماعيه كون الظاهرة المدروسه تتناول الانسان نفسه بمعنى عدم وجود مساحه كبيرة بين الباحث والمبحوث، ما يجعل الدراسه العلميه مرشحه لتدخل عوامل داتيه تؤدي

إلى تراجع نسب العلميه الدقيقه المحققه في العلوم الطبيعيه، إضافه إلى ان تعدد وتداخل العوامل المؤثرة يجعل الباحث في موضع حرج بخصوص تحديد العوامل المؤثرة بصفه مباشرة في الظاهرة المدروسه، كما يعاب على المنهج التجريبي ايضا ان الباحث فيه يلجا إلى اصطناع ظروف التجربه بطريقه مماثله للحقيقه وليس الحقيقه نفسها ما معناه ان النتائج المتوصل إلى تكون وفقا لدراسه في ظروف مصطنعه يمكن ان تختلف عن تلك المدروسه في ظروف حقيقيه.

من خلال ما سبق سنحاول في هدا الفصل تطبيق المنهج التجريبي على عينه من طلبه السنه الاولى تخصص "إعلام وإتصال"، يتم على اساسها إختبار الفرضيتين الاولى والثانيه والاستنتاج فيما يخص الفرضيه الثالثه، حيث ان مجتمع البحث سيكون طلبه السنه الاولى إعلام وإتصال بجامعه وهران للسنه الجامعيه 2006-2007 البالغ عددهم نحو 500 طالب، وقد وقع إختيارنا على هدا المجتمع دون غيره نظرا لما يمكن ان يقدمه لنا من تسهيلات في إجراء تجربه البحث، إد ان إحتكاكنا المباشر بالطلبه وسهوله حصولنا على المعلومات الكافيه حولهم يسهم بشكل فعال في ربح الوقت وإنجاز التجربه في ظروف نتحكم فيها اكثر، إضافه إلى دلك يحتاج بحثنا هدا في جانبه التطبيقي اي من حيث إجراء التجربه إلى مخبر دراسه وفريق عمل وهو ما يصعب علينا توفيره، ومحاوله منا إصطناع الظروف المناسبه القريبه من المخبر، ارتاينا ان نقوم بالتجربه في إحدى قاعات الدراسه على مدى فترة من الزمن تحددها جمله من العوامل والظروف المحيطه.
نعود لنذكر مرة اخرى بالخطوط العريضه للتجربه حيث سنقوم بعرض شريط سمعي بصري وقع إختيارنا عليه هو "عمليه القمر" لمخرجه "وليام كارل" "opération lune"، نظرا لعلاقته المباشرة بمفهوم التضليل الإعلامي.

"عمليه القمر" opération lune

هو عبارة عن شريط وتائقي سمعي بصري للمخرج "وليام كارل"* باستديوهات "naive vision" مشحون بجمله من الافكار حول تاثير وسائل الإعلام خصوصا التلفزيون على المشاهدين، حيث تم بثه على قناة "ارت" الفرنسيه arte سنة 2002 واحدث ضجه إعلاميه كبيرة، يتعلق مضمونه برحله "ابوللو 11" التي استطاع من خلالها الامريكيون الصعود إلى سطح القمر، إذ كان على متن المركبه الفضائيه ثلاثه رواد فضاء هم القائد "نيل ارمسترونج"، "الدرين" و"مايك كولينز"، لكن "وليام كارل من خلال فيلمه الوتائقي الذي تقدر فترة عمره بـــ 52 دقيقه، يكذب فكرة صعود الامركيين إلى القمر من خلال جمله من الادله والبراهين العلميه مستدلا في ذلك على شهادات رواد فضاء، يحاول من خلالها إقناع مشاهدي هدا الفيلم بالخدع والتضليل الإعلامي الذي مارسه الامريكيون على جميع سكان الارض منذ سنة 1969.

كما وضحنا ذلك في الجانب المنهجي للدراسه سنقوم بعرض الفيلم على عينة البحث وذلك على مراحل وفقا للفرضيات المشار إليها سابقا وكذا وفقا للظروف التي يتطلب موضوع الدراسه إصطناعها من اجل الحصول على نتائج علمية، وسنوضح فيما يلي كيف تم إختيار العينه المناسبه للبحث ثم نتطرق بعد ذلك الباقي الخطوات المنهجيه التي تعد "دستور" المنهج التجريبي.

* **وليام كارل**: ولد وليام كارل في تونس سنة 1940، واصل دراساته بفرنسا قبل ان يهاجر إلى اسرائيل ويعود مرة اخرى في سنوات السبعينيات حيث عمل كمصور لدى استوديوهات "gamma et sygma"، ثم إنتقل بعد ذلك نحو العمل في مجال التوثيق السمعي البصري ليتخصص في الجانب التاريخي والسياسي.

2.4 اختيار العينة

بدايه بعدما قمنا بتحديد مجتمع البحث، الخطوة الرئيسيه في الجانب التطبيقي وهو طلبه السنه الاولى إعلام وإتصال بجامعه وهران السنه الجامعيه 2006-2007، وبما ان عدد الطلبه كبير "نحو 500 طالب"، قد يستغرق إجراء التجربه معهم جميعا مدة زمنيه طويله ويؤدي دلك إلى عدم التحكم في تحليل المعطيات وبالتالي قصور النتائج، من اجل دلك وإنطلاقا من بديهيات المنهج التجريبي التي تنص على ضرورة ضبط مجموعه تجريبيه واخرى ضابطه، توجب علينا إختيار عينه عشوائيه متكونه من 100 فرد، اي ما يعادل نحو 20 % من مجتمع البحث ودلك باعتبار مراحل التجربه كما سيتم توضيح دلك وكدا الإمكانيات المتوفرة بما فيها فترة التجريب اي عامل الزمن إذ ان زمن الفيلم كما سبق وان دكرنا هو 52 دقيقه، وبالتالي فإن التجريب على عينه اكبر من دلك يتطلب وقتا اوفر، وقد إرتاينا استنادا إلى الجانب المنهجي دائما ان يكون عدد افراد كل فوج 12 فردا حيت يكون في المرحله الاولى المتعلقه بتحقيق "الفرضيه الاولى"، التي تتطلب عرض الشريط الوثائقي على مجموعه من الافراد "مجتمعين" تم ملاحظه النتائج، وبما ان المنهج التجريبي يلح على تكرار التجربه في نفس الظروف للتاكد من النتائج المتوصل إليها فقد قمنا بإعادة التجربه ثلاث مرات ما معناه إضافه مجموعتين اخريين في كلّ واحدة منها 12 فردا، بحيت تكون المجموعات الثلاث متجانسه في الصفات والظروف، ويتم مقارنه النتائج والتحليلات الخاصة بالأسئله المطروحه على الطلبه بتلك الموزعه على افراد المجموعه الضابطه التي لم تتعرض للفيلم وتضم هي الاخرى 12 فردا يحملون نفس الصفات، فيكون المجموع 48 فردا فيما يتعلق بالمرحله الاولى.

يتطلب الامر في المرحله التانيه التجريب على مجموعه افراد بحيت يكون كل فرد منهم بمعزل عن الاخر اي 12 فردا "متفرقين"، وبما ان عرض الفيلم على كل فرد يكون بمثابه تكرار للتجربه 12 مرة يتم من خلالها التاكد من صحه النتائج بإمكاننا الإستغناء عن تكرارها على مجموعه تانيه وتالته متلما قمنا بدلك في المرحله الاولى، وبالمقابل تكون المجموعه الضابطه هده المرة فردان فقط احدهما دكر

والثاني انثى لا يشاهدان الفيلم التجريبي (حتى لا يكون لعامل الجنس اي تاثير على سير التجربه)، لتتم المقارنه بين النتيجتين، لكن قبل ذلك فإن المنهج التجريبي وتفاديا لحدوث اي خلل في التجربه يجبر الباحث على القيام بتجربه اوليه او بما يعرف بالتجربه الـــ "0" وذلك من اجل إختبار ظروف التجربه ومدى ملائمتها للبحث وكذا إختبار الاسئله المطروحه بغرض إكتشاف النقائص المحتمله بها حتى يكون للباحث القدرة على التعديل، الإضافه او التكييف قبل ان يخوض في غمار التجربه العلميه من منطلقات خاطئه وبالتالي فإن ذلك يجنبه الوقوع في عدة اخطاء لا يمكن مراجعتها او تصحيحها بعد قضاء شوط معتبر من التجريب، ومن اجل ذلك كله نحتاج إلى مجموعه تجريبيه اوليه تتكون من 12 فردا واخرى مماثله هي المجموعه الضابطه تم مجموعه من 12 فردا كذلك منفردين فيما يخص المرحله التانيه وفردان "ضابطان" احدهما ذكر والاخر انثى وبالتالي يكون المجموع الإجمالي للطلبه اللازم لإجراء التجربه بصيغتها العلمية 100 فردا.

يشترط المنهج التجريبي اصطناع الظروف المناسبه للتجريب كان يكون هناك تشابه في الصفات بين افراد العينه، من اجل ذلك قمنا بتوزيع استمارة على الطلبه المكونين لمجتمع البحث من اجل "جمع بيانات اوليه او اساسيه او مباشرة"[1] بغرض توفير نفس الظروف في التجربه اي من حيث صفات المجرب عليهم وحتى لا يكون هناك تاثير لاي عامل اخر خارج المتغير المستقل والتابع اي ان حدوث التضليل الإعلامي الناتج عن مشاهدة الفيلم الوثائقي وحصول قناعات به بنسب مرتفعه لا يكون إلا بسبب عزل الفرد عن الجماعه متلما تم الإشارة إليه سابقا في الفرضيات، حيث وزعنا "استمارة تصنيف" على الطلبه تتضمن مجموعه من الاسئله المغلقه والمفتوحه "عددها الإجمالي 8 اسئله" تتناول اسم ولقب المرشح لان يكون فردا من عينه التجربه، حتى يتم التعرف عليه فيما بعد ويسهل تقسيم المتشابهين في نفس السمات إلى مجموعات تخضع لمراحل التجربه كما تم

[1] محمد سمير حسين، الراي العام، الاسس النظرية والجوانب المنهجية، الطبعة1، القاهرة، عالم الكتب، سنة 1997، ص 131.

الإشارة إلى ذلك سابقا، تم السن الذي تم تقسيمه إلى 3 فئات من 17 -20 / 21-23/ 24 فما فوق، حتى لا يكون لعامل السن دخل في عمليه التاثير، تم طرح اسئله حول شعبه الحصول على شهادة البكالوريا بغرض التفريق ما بين التكوين العلمي والادبي الذي يحتمل ان يكون عاملا جانبيا في عمليه التاثير، ليتم طرح اسئله متعلقه بإمتلاك جهاز التلفزيون لانه لا يعقل إخضاع فرد لتجربه تتمحور حول تاثير التلفزيون وهو لا يملكه او لا يشاهده، واخيرا معلومات الطالب حول موضوع "رحله ابوللو سنة 1969" او صعود الامريكيين إلى القمر، وهو سؤال مفتوح ومهم في هده الدراسه لانه يسمح لنا بمعرفه مدى إطلاع الطالب على هدا الموضوع وهل لديه افكار مسبقه عن تكذيب صعود الامريكيين إلى القمر، ويفضل انتقاء الطلبه الدين لا توجد لديهم اي معلومات حول الشريط الوثائقي لـــ "وليام كارل": "عمليه القمر" حتى يكون العرض اثناء التجربه لاول مرة لدى الفرد المجرب عليه، وذلك ما يساعدنا للوصول إلى نتائج اكثر دقه لانه من المحتمل ان تكون لدى الطالب معلومات سابقه تتحكم في توجيه احكامه وارائه بشان ذلك ما يؤثرعلى علميه التجربه.

اخيرا ومن خلال جمع الإستمارات يمكننا تصنيف الطلبه المتشابهين في نفس الصفات، حيث اخدنا العدد الاكبر من الطلبه المتشابهين حسب الاسئله المطروحه في فئه السن، شعبه الحصول على البكالوريا،.. وعدم توفر معلومات حول موضوع الشريط الوثائقي، وقد حصلنا على 327 استمارة متشابهه يمكن تصنيفها ضمن نفس الفئه. وتعد هده الخطوة المرحله ما قبل الاخيرة لاختيار افراد العينة بصفة نهائية.

قمنا بعد دلك بانتهاج الاسلوب العشوائي في الإختيار على ان تتاح فرصه تواجد الإناث في العينه بشكل معادل للذكور وذلك حتى لا يتدخل عامل الجنس في عملية التاثير، ونكون بذلك قد اقصينا القدر الاكبر من العوامل الجانبيه التي يخشى تاثيرها على نتائج البحث، وبما انه استطعنا ان نحدد من خلال تصميم التجربه، 8 افواج يتضمن كل واحد فيها 12 فردا "6إناث و6 دكور" إضافه إلى 4 افراد، "2

ذكر و2 انثى"، حيث يكون المجموع النهائي للطلبة فيما يتعلق بإتمام التجربه هو 100 طالب.

بما ان المنهج التجريبي يتطلب إصطناع الظروف لتحقيق علميه التجربه وبما ان بحثنا له علاقة مباشرة بالتلفزيون وتاثيره على الافراد، إضافه إلى ان الشريط الذي وقع إختيارنا عليه "عمليه القمر" لـ"وليام كارل" شريط سمعي بصري مسجل ومتوفر لدينا محملا على قرص مضغوط فإننا نحتاج في هده التجربه إلى ما هو اقرب من البث المباشر او العرض التلفزيوني الحي لاول مرة بالنسبه للمشاهد، من اجل دلك سنحاول توفير ظروف اقرب من تلك الحقيقيه وإن كانت مصطنعه اي فيما يتعلق بالوسيله الإعلاميه المتمثله في شاشه التلفزيون والتي سنستعيض عنها بجهاز كمبيوتر نقال نعرض من خلاله الشريط على افراد التجربه، وكدا بالنسبه للمشاهد الذي يتعرض للمضمون لاول مرة وهو ما تم الحرص عليه اثناء تصنيف افراد العينه من خلال سؤال الاستمارة "ما هو رايك في صعود الامريكيين للقمر- مهمه ابوللو 11 سنة 1969-"، اما فيما يتعلق بالظرف المهم في التجربه وهو المتغير المستقل- عزل الفرد عن الجماعه -، استعنا بقاعه فارغه عوضا عن مخبر الدراسه نظرا لظروف العمل التي شرحناها مسبقا والمتعلقة بالإمكانيات المتوفرة بالدرجه الاولى، وبالتالي نكون قد وفرنا الشروط اللازمه للقيام بالتجربه وقياس المتغير التابع وهو "التضليل الإعلامي" عبر مرحلتي التجربه وفقا للفرضيتين الاولتين.

3.4 التجربه الـــ"0"

تفاديا للوقوع في اي اخطاء منهجيه او التوغل الخاطئ في غمار هدا البحث ووفقا لما اورده الباحثون في مناهج البحث العلمي كان علينا ان نقوم بادئ الامر بتجربه إبتدائيه إختباريه لمدى سلامه الظروف المصطنعه الموفرة للتجريب وإختبار اداة جمع المعلومات فيما يتعلق باسئله الإستمارة المطروحه سواء بالنسبه للمجموعه التجريبيه او الضابطه، وهو ما يعرف بالتجربه الـــ"0".

لقد قمنا كخطوة اولى بإجراء التجربه وفقا لفرضيه الدراسه الاولى وقياس النتائج كالتالي:

الفرضيه 1

*** وسائل الإعلام تمارس اساليب التضليل وخلق الوعي المزيف، لكن بنسبه اقل لدى المجموعه.**

عرضنا الشريط الوثائقي الخاص بـ "عمليه القمر" لمخرجه "وليام كارل" على المجموعه التجريبيه رقم "0" بصيغه جماعيه حسب ما تشير إليه الفرضيه الاولى والتي تقتضي ان يكون افراد التجربه مجتمعين، حيث تم تقديم بعض التوضيحات والتشجيعات للطلبه محل الدراسه من اجل تقديم المساعدة الكافيه لخدمه اغراض علميه بحته، ولكن بتحفظ اي مع إلتزام السريه التي لا يخدم التجربه ان يطلع عليها المجرب عليه، بعد دلك تم عرض الشريط باستعمال جهاز الكمبيوتر مع التاكد من ان افراد العينه اي 12 فردا هم المعنيون فقط بمشاهدة الفيلم والحرص على توفير كل الظروف المناسبه من اجل إنجاح التجربه كتفادي الإزعاج من باقي الطلبه خصوصا وان التجربه تم إجرائها في قاعه للدراسه، واستمر زمن العرض مدة 52 دقيقه كامله وهي نفسها مدة الفيلم الاصلي كما تم عرضه على قناة "ارت" سنة 2002، وتطلب دلك إلتزامنا بالحياد وعدم التدخل حتى لا يكون لاي عامل اخر جانب في عمليه التاثير، وبعد الإنتهاء من دلك قمنا بتوزيع استمارة تتضمن مجموعه من الاسئله المحضرة مسبقا بغرض الحصول على نتائج تأثير العرض على افراد العينه وقد وقع إختيار تقنيه الإستمارة لانها انسب طريقه لجمع المعطيات وتحليل النتائج بطريقه كميه وكيفيه، تساعد الباحث على الإحتفاظ بالمعلومات طول فترة التحليل إضافه إلى ربح الوقت، إذ ان عدد الاسئله البالغ 12 سؤالا له علاقه مباشرة بموضوع الفيلم وكدا بمحور الدراسه "توتيزم لوسيان سفتز والتضليل الإعلامي"، كانت على شكل اسئله مفتوحه يتاح فيها للطالب الإجابه على السؤال حتى يكون التحليل كيفيا اكثر منه كميا، وبالمقابل لا تختلف الاسئله الموجهه للمجموعه الضابطه كثيرا عن الاولى من حيث علاقتها

بالموضوع وإنما يراعى فيها الإختلاف الوحيد بين المجموعتين هو ان المجموعه الضابطه لم تشاهد الفيلم، وبالتالي فإن عدد الاسئله الذي رايناه مناسبا لجمع المعطيات الكافيه بإلمام هو 9 اسئله في كل إستمارة.

بعد إنتهاء زمن العرض مباشرة قمنا بتوزيع الإستمارة على افراد العينه قصد الحصول على إجابات فوريه مع منح الوقت الكافي لذلك، على ان تكون الإجابه في إطارها المجموعاتي اي يفتح باب النقاش للطلبه اثناء الإجابه وهو عامل مهم في التاثير على اراء الاخرين متلما تم التعرض لذلك في الجانب النظري من الدراسه.

من جانب اخر قمنا بتوزيع الاستمارة على افراد المجموعه الضابطه المماثله في عدد الافراد مع إمكانيه النقاش بينهم حول الموضوع.

الفرضيه الثانيه "التجربه 0"

تتعزز إمكانيه التضليل الإعلامي في حاله عزل الفرد عن المجموعه وتصبح ذات فعاليه ونجاعه اكبر من تلك التي تحدث في الصيغه الجماعاتيه.

قمنا في هذه المرحله بإجراء نفس التجربه مع إحترام نفس الظروف باستثناء ظرف واحد فقط هو عزل افراد الفوج عن بعضهم البعض وفقا لما تقتضيه الفرضيه اي عرض الفيلم الوثائقي على كل فرد في القاعه "المخبر" بمعزل عن الاخرين، وبعد إنتهاء زمن العرض توزع عليه استمارة الاسئله لمعرفه مدى التاثير، وهكذا مع جميع افراد الفوج الـــ 12.

نذكر هنا بان الهدف الاول من هذه التجربه هو محاوله إقصاء الاخطاء المتوقعة لا تحليل النتائج، لنقوم بذلك التركيز على النقائص ومحاوله تصحيحها، ومن خلال ذلك تبين لنا ما يلي:

- غياب 4 افراد من الفوج وعدم إلتزامهم بالموعد المحدد لإجراء التجربه وذلك نظرا لإرتباطهم بالدراسه وهو ما لم يتم التاكيد عليه مسبقا، اي إختيار التوقيت المناسب لجميع الافراد.

- صعوبه الحصول على قاعه لإجراء التجربه في التوقيت المتفق عليه.

- حدوث إزعاج من طرف الطلبه بقاعات الدراسه المجاورة، والتطفل من حين لاخر لمعرفه ما يجري داخل القاعه.

- انقطاع التيار الكهربائي، وكانت بطاريه جهاز الكمبيوتر غير مشحونة بالكامل مما ادى إلى توقيف التجربه بعد مرور 28 دقيقه من عرض الفيلم.

- لا يوجد اتصال بمفهومه الحقيقي بين افراد العينه لا اثناء إجراء التجربه ولا اثناء الإجابه على الاسئله باستثناء البعض منهم وهو عكس ما تشير إليه الظروف العاديه لمشاهدة التلفزيون جماعيا، وقد ارجع ذلك كون الطلبه لا يعرفون بعضهم البعض وكان إجتماعهم بهذه الطريقه لاول مرة، اما فيما يتعلق بالإجابات فقد تم تسجيل الملاحظات التاليه:

- سوء فهم لدى بعض افراد العينه لمضمون الفيلم الوثائقي ورساله المخرج اي "تكذيب صعود الامريكيين إلى القمر"، حيث لاحظنا ان بعض الإجابات كانت تنم عن عدم تناسق في الفهم، فنجد مثلا ان احد الطلبه كان في بدايه إجابته على الاسئله يعتقد ان مضمون الفيلم جاء ليؤكد صعود الامريكيين للقمر، وقد يعود ذلك إلى لغه الفيلم "الفرنسيه" التي لا يتقنها عدد كبير من افراد العينه، لاحظنا ذلك سواء بالنسبه للتجربه الاولى حيث عرض الفيلم على الافراد مجتمعين او بالنسبه للتجربه الثانيه التي عرض فيها الفيلم على افراد منعزلين، لكن كانت درجه الفهم بصفه اكبر في المرحله الاولى باعتبار بعض النقاشات التي لاحظناها بين افراد التجربه.

- خلل في ترتيب الاسئله واستخدام بعض العبارات غير المفهومه من طرف طلبه في السنه الاولى جامعي.

- تجاوز الإجابه عن بعض الاسئله وترك مكان الإجابه فارغا.

من خلال هذه الملاحظات حاولنا تجاوز كل النقائص التي ظهرت في المرحله الـــ "0"من التجريب، وذلك من خلال:

- شرح مضمون الفيلم في بضعه سطور تكون ملخصا للفيلم وتتضمن الفكرة الاساسيه له قبل البدء في اسئله الإستمارة، حتى يتمكن الطالب من فهم مضمون الفيلم ونتجاوز عقبه اللغه الفرنسيه التي بث بها الفيلم.

- إعادة صياغه الاسئله باسلوب اكثر وضوحا وبعبارات مالوفه لدى الطالب يمكنه استيعابها.

- إعادة ترتيب الاسئله بطريقه اكثر إحكاما تلتزم بظروف التجربه واهدافها.

- إقناع الطالب بضرورة الإجابه على جميع اسئله الاستمارة ومدى اهميه دلك بالنسبه للبحث العلمي.

- محاوله إنتقاء الزمان والمكان المناسبين لإجراء التجربه بغرض التخلص من اي عراقيل او ظروف جانبيه قد تؤثر على سير التجربه، وكدا تحديد زمن للعرض يناسب مع جميع افراد العينه من اجل ضمان عدم غياب اي احد فيهم.

- إعطاء الوقت الكافي للإجابه على الاسئله على ان يتم ترك فترة قصيرة بين إنتهاء زمن العرض وتسليم الإستمارة، ودلك من اجل ترك فرصه اخرى للنقاش بين افراد المجموعه التجريبيه حول مضمون الفيلم وتقييمه.

- الحرص على توفير كل الإمكانيات الماديه التي توفر ظروفا احسن لسير التجربه، تجنبا لحوادث طارئه كإنقطاع التيار الكهربائي او التطفل من طرف باقي الطلبه مما يسبب تشتيت التركيز، وإن كان دلك ممكن الحدوث حتى في الظروف العاديه التي تشاهد فيها الجماعه برنامجا معينا على شاشه التلفزيون، كإنقطاع التيار او تدخل اجانب اثناء العرض مما يجعل المشاهد يفقد تركيزه لفترة زمنيه معينه، وبالتالي فإن عدم التحكم في هده الامور لا يؤثر بشكل كبير على نتائج التجربه او علميتها.

نأتي في الاخير إلى نقطه مهمه في إجراء التجربه ولها علاقه رئيسيه بالدراسه، حيث ان الظروف العاديه حسب ما اوردناه في الجانب النظري وإعتبرناه جانبا رئيسا في التاثير هو وجود إتصال بين افراد المجموعه الواحدة، ووفقا لما تشير إليه الدراسات السابقه لباحثي الإعلام والإتصال وكدا في بحوث السوسيولوجيا هو وجود قائد للراي بين افراد المجموعه يفترض انه يتمتع بصفات تميزه عن الاخرين وبإمكانه ان يلعب دور الوسيط في العمليه الإتصاليه بين التلفزيون كوسيله إعلاميه وبين الافراد سواء كانوا مشاهدين فعليين او لم يتعرضوا للبرنامج المقصود بالتاثير، وتكون له القدرة على صياغه ارائهم متلما توضح دلك نظريه

التاثير على مرحلتين حيث يرى كيمبول ينغ ان عمليه تشكيل الراي العام تمر "عبر ثلاثه مراحل: بروز القضيه، النقاش حول القضيه وحلول مقترحه مع او ضد، اي الوصول إلى إجماع بشانها"[1].

من اجل دلك كان علينا ان نصطنع ظروفا مشابهه قبل إجراء التجربه حتى تكون مجانبه للحقيقه والواقع الإتصالي، وبدلك قمنا بإختيار الافراد الدين لديهم إتصالات مع الاخرين، تم تصنيفهم إلى مجموعات وفق متطلبات التجربه اي 7 افواج "8 افواج – فوج التجربه 0"، في كلّ فوج منها 12 فردا، واستطعنا التحكم في دلك من خلال اننا طلبنا من طلبه مجتمع البحث الدين تم تصنيفهم في المرحله الاولى للبحث، ان يقوم كل واحد منهم بكتابه اسماء 11 فردا له علاقات جيدة معهم، حيث يتصل معهم بكل حريه وطلاقه، حتى لا يكون إتصاله بهم لاول مرة اثناء إجراء التجربه.

من خلال دلك استطعنا ان نتحصل على 26 فوجا لهم علاقات حسنه فيما بينهم اما البقيه فلم يكن لهم إلا 6 اصدقاء على الاكثر وبالتالي إمتنعوا عن الإجابه، وقد اخدنا بعين الإعتبار التكرارات الحاصله في الافواج متلا وجود طالب "ا" في 3 افواج وحتى لا تتكرر التجربه على نفس الفرد قمنا بإنتقاء الافواج السبعه إلى جانب إختيار قائد الراي داخل المجموعه الواحدة.

كيف يمكن التعرف على قائد الراي داخل المجموعه الواحدة ؟

في هده المرحله سنستعين بنموذج "فريدمان" المتعلق بتحديد قائد الراي داخل المجموعات والمعروف باسم "ميزان التاثيرات" balance des influences

اوجد "فريدمان" نموذجا حسابيا يمكن من خلاله تحديد نوع المجموعه إدا كانت مجموعه متساويه التاثير بين الافراد اي عدم وجود قائد للراي، او مجموعة متدرجة "عكس المجموعه الاولى"، وكدا تحديد قائد الراي بها كالتالي:

يقول "فريدمان" من خلال نموذجه "ميزان التاثيرات" ان إمكانيه تاثير الفرد لا تتجاوز 4 افراد اخرين في الساعه على الاكثر، اي ان كلّ فرد بإمكانه ان يؤثر

[1] صالح خليل ابواصبع، الاتصال الجماهيري، الطبعة1،عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، سنة 1999، ص 182.

على 4 افراد فقط في الساعه مع الاخذ بعين الإعتبار نقل المعلومه - من وإلى – اي "حدوث تبادل للمعلومات يؤدي إلى إنتاج تاثير وتاثر مع 4 افراد -ا، ب، ج، د، ه -" ويحدث ذلك من خلال القانون التالي:

"ن" تحويل ⟵ 1/ن معلومه.

* إذن : "ا" ⟵ "ب"، معناه "ب" يستقبل 1/1 من تاثير "ا".

او بصيغه اخرى إذا كان تحويل المعلومه مباشرة من الفرد "ا" نحو الفرد "ب" فإن قيمه تاثير "ا" على "ب" تكون 1/1 او 1.

* تحويل المعلومه :"ب" ⟵ "ج" ⟵ "د" ⟵ "ه"، معناه "ه" لا يستقبل غير 3/1 من تاثير الفرد"ب".

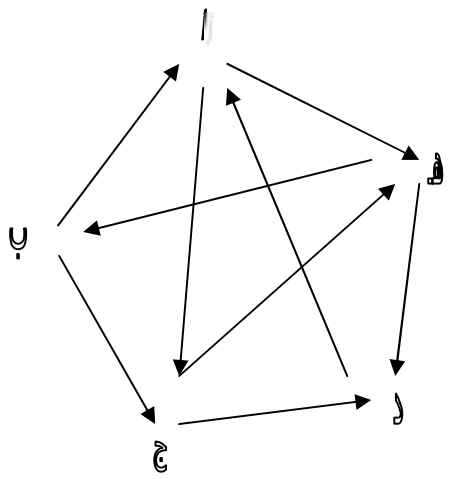
* إذا كان العكس من ذلك اي تحويل المعلومه من "ب" نحو "ا" تكون قيمه التاثير ½.

* إنتقال المعلومه من الفرد إلى نفسه تساوي الصفر اي :

"ا" ⟵ "ا" = 0.

* يمكن إهمال التاثير بين الفردين إذا بلغ قيمه 6/1 اي تحويل المعلومه بين فردين في الدرجه السادسه.

الفوج نموذج 1:



-المخطط من إنجاز "فريدمان"-

يمثل هدا المخطط 5 افراد "ا"، "ب"، "ج"، "د"، "ه" ينتمون إلى نفس الفوج ويتبادلون التاثير فيما بينهم من خلال إنتقال المعلومات التي تحددها الاسهم من...إلى وعلى اساس دلك سيتم تحديد طبيعه هدا الفوج وقائد الراي فيه.

/	ا	ب	ه	ج	د	المجموع
ا	0	2/1	1	1	2/1	**3**
ب	1	0	½	1	2/1	**3**
ه	2/1	1	0	2/1	1	**3**
ج	2/1	2/1	1	0	1	**3**
د	1	1	½	2/1	0	**3**
المجموع	**3**	**3**	**3**	**3**	**3**	

قياس التاتير وفقا للمخطط السابق

-الجدول من إنجاز فريدمان-

من خلال هدا الجدول قام الباحث بتفريغ البيانات الواردة في المخطط الاول في شكل معطيات رقميه وفقا للقوانين التي ذكرناها اعلاه حيث تمثل الخانات إلى اليمين "التاتير من..." والخانات إلى الاعلى "التاتير إلى ..."، إد نجد مثلا ان التاتير بين "ب" و"ا" يساوي 1 باعتبار إنتقال المعلومه من "ب" إلى "ا"، ويساوي هدا التاتير ½ من "ا" إلى "ب" لان انتقال المعلومه كان من المرسل "ب" نحو المستقبل "ا"، في حين يبلغ التاتير 0 في حاله إدا كان من "ا" نحو "ا" او من "ب" نحو "ب" اي من الفرد نحو نفسه، بينما تمثل اخر خانه مجموع التاتيرات.

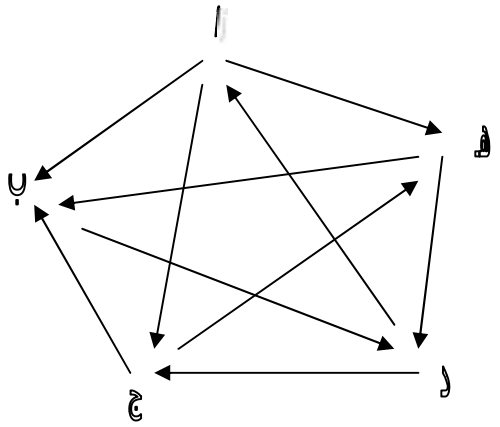
ا	3	-	3	=	0
ب	3	-	3	=	0
ه	3	-	3	=	0
ج	3	-	3	=	0
د	3	-	3	=	0

الحاصل النهائي المحدد لطبيعه الفوج

- الجدول من إنجاز فريدمان-

في هده الحاله يشير فريدمان إلى انّ الفوج متعادل من حيث التاثير حيث انّ النتيجه الاخيرة المحصل عليها كانت متماثله تساوي الصفر في جميع الحالات مثلما هو موضح في الجدول السابق.

الفوج نموذج 2:



-المخطط من إنجاز "فريدمان"-

يشابه هذا المخطط ما سبقه من حيث عدد افراد الفوج، لكن يختلف عنه من حيث إنتقال المعلومه بينهم وبالتالي التاثير وهو ما تحدده إتجاهات الاسهم وعلى هذا الاساس تظهر لنا طبيعه هذا الفوج وقائد الراي فيه.

/	ا	ب	ه	ج	د	المجموع
ا	0	1	1	1	2/1	**2/1+3**
ب	2/1	0	3/1	2/1	1	**3/1+2**
ه	2/1	1	0	2/1	1	**3**
ج	3/1	1	1	0	2/1	**6/5+2**
د	1	2/1	2/1	1	0	**3**
المجموع	**3/1+2**	**2/1+3**	**6/5+2**	**3**	**3**	

قياس التاثير وفقا للمخطط السابق

-الجدول من إنجاز فريدمان-

تختلف المعطيات إذا ما تعلق الامر بالمخطط الثاني باعتبار تغير إتجاه التاثير حيث نجد مثلا ان قيمة التاثير من "ا" إلى نفسه يساوي "0" ومن "ا" نحو "ب" يساوي "1" (انتقال المعلومه من "ا" إلى "ب") وقيمه التاثير من "ا" نحو "د" تساوي 1/ 2 لان الإنتقال عكسي في حين يساوي 1/ 3 من "ب" نحو "ه" إذ تنتقل المعلومه عكسيا من "ه" نحو "د" نحو "ج" ثم "ب". وعن مجموع التاثيرات في الخانه الاخيرة نوضح من خلال الجدول التالي :

ا	2/1+3	-	3/1+2	=	**6 /1+1**
ب	3/1+2	-	2/1+3	=	/1+1-6
ه	3	-	6/5+2	=	6 /1
ج	6/5+2	-	3	=	6/1 -
د	3	-	3	=	0

الحاصل النهائي المحدد لطبيعه الفوج

- الجدول من إنجاز فريدمان-

يشير فريدمان في هذه الحاله إلى ان الفوج متفرّع من حيث الإختلاف في النتائج المحصل عليها بينما يلاحظ وفقا لذلك ان الفرد "ا" هو قائد الراي في هذه المجموعه.

لدينا 5 افواج جاهزة لإجراء التجربه النهائيه "3 افواج خاصه بالتجربه الـــ 0"، منها 4 افواج فقط سيعرض عليها الفيلم بالصيغه الجماعيه اي مجتمعين ، 3 افواج تجريبيه وفوج واحد ضابط، تحتاج كلها إلى وجود قائد للراي وفقا لما تتطلبه الدراسه، لذلك قمنا بتطبيق نموذج "ميزان التاثيرات لفريدمان" على 4 افواج فقط، حيث ان الفوج المتبقي لا يحتاج إلى قائد للراي باعتبار ان التجربه ستكون على افراد منعزلين.

نعود دائما لنموذج "فريدمان" الذي يقول ان الفرد يمكنه التاثير على 4 افراد على الاكثر في الساعه من حيث نقل المعلومه، وعلى خلاف ذلك لدينا في كل فوج 12 فردا، ما معناه انّ تحديدنا لقائد الراي في كل مجموعه سيكون 2 "قائدين للراي في كلّ فوج"، مثلا:

"ا" ←——— "ب"، "ج"، "د"، "ه" ←——— 5 افراد.

"ا1" ←——— "ب1"، "ج1"، "د1"، "ه1" ←——— 5 افراد.

يكون بذلك المجموع 10 افراد، ويبقى من بين الفوج فردين :12- 10= 2.

يمكن في هذه الحاله ان نطبق نظريه "لولب الصمت" le spirale de silence لـ "إليزابيت نويله نيومان" التي إعتبرت ان سلطه الإعلام على الافراد لا تكمن في ليس كيف يفكرون، او فيما يجب ان يفكروا، وإنما فيما يجب الا يفكروا فيه، اي الابتعاد عن التفرد حيث لا يبقى مجال للاقلية (نزعه تتبع الاغلبيه)، كما تعرضنا لذلك في الجانب النظري من الدراسه.

بمعنى ان راي الاغلبيه يكون هو السائد داخل المجموعه الواحدة وما على الاقلية إلا إتخاذ نفس الموقف، اي ان راي الفردين المتبقيين في المجموعه سيكون حتما وفقا لنظريه "لولب الصمت" هو نفسه راي المجموعتين "5+5".

حتى نحدد قائد الراي في كل مجموعه داخل الفوج الواحد قمنا بطرح سؤال إختباري يتم من خلال الإجابه عليه معرفه موقف كل فرد وبعد ذلك معرفه الموقف النهائي للمجموعه والذي يكون هو نفسه راي فرد واحد فقط هو نفسه قائد الراي، حيث كان السؤال الإختباري: ماهو رايك في التلفزيون الجزائري ؟ بحيث تكون الإجابات منفردة دون السماح بايّ نقاش حوله وذلك بغرض معرفه الراي الاصلي لكل فرد من بين الخمسه، ثم بعد ذلك طلبنا منهم إتخاذ راي جماعي خاص بالمجموعه مع إحترام الشروط التاليه:

* ان يكون هناك تبادل للمواقف الخاصه بين افراد المجموعه على ان لا يتم نقل المعلومه اي الراي إلا بين إثنين في نفس التوقيت اي يمنع التصريح براي الفرد إلى الجميع في نفس الوقت.

* بإمكان كل فرد ان ينقل رايه إلى اكثر من فرد في نفس المجموعه على التوالي اي ليس في نفس الوقت.

* يطلب من كل فرد إقناع من يحدثه برايه حول السؤال المطروح.

* على كلّ فرد ان يحدد مخططا يوضح من خلاله كيفيه انتقال الراي بينه وبين الاخرين سواء كان مرسلا او مستقبلا.

ومن خلال هده الشروط يمكننا معرفه قائد الراي داخل المجموعه الواحدة ثم يتم انتهاج نفس الطريقه مع المجموعه الثانيه في نفس الفوج، ثم باقي الافواج "4 افواج"، وبالتالي التعرف على قائدي الراي في كل فوج، فيكون المجموع النهائي لقادة الراي 8 افراد يتحكمون في الافواج الاربعه، إذ توصلنا للنتيجه التاليه ("ب"، ج1")، ("ه"، "ه1")، ("ا"، "د1")، ("ا"، "ا1")، حيث ان:

- إجابه المجموعه الاولى من الفوج الاول: "التلفزيون الجزائري لا يحظى بالمنافسه مقارنه مع باقي القنوات الفضائيه وبالتالي فإن اغلب الجزائريين لا يشاهدون برامجه"، وهي نفسها إجابه وراي الفرد "ب" قائد الراي.

- إجابه المجموعه الثانيه من الفوج الاول: "لا نشاهد التلفزيون الجزائري كثيرا لان برامجه غير مناسبه باستثناء فترة الإفطار في شهر رمضان نظرا للحصص المسلية"، وهي إجابه وراي الفرد "ج1" قائد الراي.

- إجابه المجموعه الاولى من الفوج الثاني: "رغم تعدد قنوات التلفزيون الجزائري والبالغه 3 قنوات إلا ان البرامج يتم إعادة بثها على كامل القنوات، لا نشاهد كثيرا هده القنوات"، هي إجابه وراي الفرد "ه" فائد الراي.

- إجابه المجموعه الثانيه من الفوج الثاني: "يعد التلفزيون الجزائري من التلفزيونات العربيه القليله التي لا تزال تحافظ على عادات المجتمع وتقاليده"، هي إجابه وراي الفرد "ه1" فائد الراي.

- إجابه المجموعه الاولى من الفوج الثالث: "تحتاج الجزائر إلى فتح قطاع السمعي البصري امام التعدديه الإعلاميه لتنافس باقي تلفزيونات العالم، لا نشاهد إلا عددا محدودا من برامج التلفزيون الجزائري"، هي إجابه وراي الفرد "ا" فائد الراي.

- إجابه المجموعه الثانيه من الفوج الثالث: "رغم ان برامج التلفزيون الجزائري ليست في مستوى برامج باقي التلفزيونات إلا انه يجمع العائله في بعض البرامج الفكاهيه، وبالتالي فإنه يحتاج إلى تحديث برامجه حتى يجلب نسبه اكبر من المشاهدة"، هي إجابه وراي الفرد "د1" فائد الراي.

- إجابه المجموعه الاولى في الفوج الرابع: "رغم اننا نملك القنوات الثلاثه للتلفزيون الجزائري إلا اننا لا نشاهده إلا نادرا حتى الاخبار الوطنيه نشاهدها احيانا على قنوات اخرى مثل الجزيرة والعربيه"، هي إجابه وراي الفرد "ا" فائد الراي.

- إجابه المجموعه الثانيه من الفوج الرابع: "يحتاج التلفزيون الجزائري إلى كثير من الحرفيه، لدلك يفضل اغلب الجزائريين مشاهدة القنوات الفضائيه، ولكن دلك ليس معناه إقصائه تماما لاننا نشاهد بعض البرامج احيانا"، هي نفسها إجابه الفرد "ا1" فائد الراي.

بعدما تبين قادة الراي في كل فوج من الافواج التي ستخضع للتجريب وقبل ان نقوم بالتجربه الاولى المتعلقه بالفرضيه الاولى يتوجب علينا ان نصطنع ظروفها كما لو كانت واقعيه اي تاثير فائد الراي على المجموعه، وبدلك تدخلنا لإقناع فائد

الراي في المجموعات التمانية بان عليه ان يدافع عن فكرة صعود الامريكيين إلى القمر، ما مفاده عدم تاثر افراد العينة بما يبثه الفيلم الوثائقي وتحديد ارائهم ومواقفهم الاخيرة باعتبار العلاقات الإتصاليه بينهم ودور قائد الراي في دلك حيث يتحكم هدا الاخير في راي المجموعه، ثم نقوم بعد دلك بإجراء التجربه.

4.4 المرحله الاولى من التجريب إختبار الفرضيه الاولى

1. التلفزيون يمارس اساليب التضليل وخلق الوعي المزيف ولكن بنسبه اقل لدى المجموعه.

في هده المرحله قمنا بإجراء التجربه على مجموعه من الافراد تتكون من "12" فردا متلما سبق الإشارة إلى دلك هي المجموعه التجريبيه "ا"، حيث تم عرض الشريط السمعي البصري "عمليه القمر" للمخرج وليام كارل" على افراد العينة مجتمعين داخل قاعه للدراسه بمتابه مخبر للبحث مع توفير كل الظروف المناسبه لإنجاح التجربه كانها في صيغتها العاديه، واستمر زمن العرض 52 دقيقه وهو عمر الفيلم الوثائقي مع السماح بكل النقاشات والجدال والتفاعل بين المجرب عليهم حول المضمون اثناء مشاهدة الفيلم، بعد إنتهاء الفيلم قمنا بتوزيع استمارة الاسئله على نفس الافراد لجمع المعلومات الخاصه بالتجربه.

حتى نتاكد من ان النتائج المحصل عليها دقيقه وعلميه قمنا بتكرار التجربه مرتين على التوالي بنفس الطريقه ومع توفير نفس الظروف على المجموعتين التجريبيتين "ا1" و"ا2"، مع جمع المعلومات وبالتالي نكون قد اجرينا التجربه ثلاث مرات، يحدد مدى التقارب في نتائجها إدا كانت فرضيه البحث الاولى صحيحه ام لا.

هدا فيما يخص المجموعه التجريبيه، بالمقابل قمنا بتوزيع اسئله الاستمارة الخاصة بالمجموعه الضابطه "ج" التي تتوفر على نفس صفات المجموعات السابقه ويعد الفارق الوحيد بينها هو عدم مشاهدة افراد المجموعه الضابطه للفيلم الوثائقي، ثم قمنا بعد دلك بتحليل النتائج المتحصل عليها من خلال إجابات افراد المجموعات

التجريبيه الثلاثه ومقارنتها فيما بينها اولا ثم مقارنتها بالنتائج المتحصل عليها من إجابات افراد المجموعه الضابطه "ج".

تحليل نتائج التجربه الاولى

لدينا كما سبق الإشارة إلى ذلك 12 سؤالا في كل استمارة سنحاول فيما يلي تحليل كلّ سؤال على حدى بطريقه كيفيه فيما يتعلق بافراد المجموعه التجريبيه "ا" الـــ 12، اي ان عدد الإجابات الكلي سيكون 12 x 12 = 144.

السؤال 1

ما هو تعليقك على الفيلم الذي شاهدته؟.

من خلال إطلاعنا على إجابات افراد العينه فيما يتعلق بالسؤال الاول تبين لنا ان 9 طلبه من بين 12 لديهم قناعات واحكام مطلقه بان هدا الفيلم غير صحيح تمت فبركته اي ما يمثل نسبه 75 % من افراد المجموعه، حيت انهم كذبوا ما شاهدوه في الفيلم واجابوا بانهم لا يتفقون مع مضمونه، إذ نجد مثلا إحدى الإجابات تقول :"هدا الفيلم مفبرك..." معللا ذلك بسؤال طرحه "كيف لا يمكن للامريكيين الصعود إلى القمر والإتحاد السوفياتي سبقهم إلى ذلك سنه 1957 في إشارة إلى رحله "سبوتنيك"، في حين رجح اخرون إمكانيه فبركته ولم يجزموا بذلك، بينما سجلنا ان اغلب هده الإجابات اشارت إلى ان الفيلم يحتوي على ادله وبراهين مقنعه تدعو إلى تصديق الفيلم، "...لكن رغم ذلك يبقى غير صحيحا" وهدا ما يبرز لنا دور الإتصال الجماعي والعلاقات الإجتماعيه بين الافراد التي سبق وان تطرقنا إليها في الفصل الاول من الجانب النظري، في تحديد اراء الافراد متلما تشير إلى ذلك دراسه "لزارسفيلد" للحمله الإنتخابيه سنه 1940، توصل من خلالها إلى ان هناك ميولات كامنه للتصويت لدى الافراد بإتجاه معين يحددها إنتمائهم لفئه إجتماعيه معينه، وقام بناء على ذلك بتسليط الضوء على الجماعات الاوليه وقادة الراي الدين لم يكونوا ناقلين محايدين للمعلومه وإنما "فاعلين"، وتوصل اخيرا إلى ان الفرد متموقع إجتماعيا من خلال العلاقات غير الرسميه التي تفرض عليه

الخضوع لاراء الجماعه التي ينتمي إليها. واستنادا كذلك إلى دراسه كاتز ولزارسفيلد سنه 1947/1946 التي توصلا من خلالها إلى ان النساء اللواتي طلب منهن ذكر اسماء الاشخاص الذين يعتبرنهن محل ثقه وعلى قدر كبير من المعلومات ويتحدثن معهم غالبا بشان ما قرانهن في الجرائد او ما سمعنهن في الراديو، ذكرن افراد عائلتهن اي الاقرب إليهن وهو ما لاحظناه في إجابات الطلبه، بينما يشير كاتز في دراسته سنه 1955 إلى ان قائد الراي يعمل كحارس نشيط ومترجم لمضامين وسائل الإعلام، لكن هده الترجمه لا تكون وفية غالبا، وهو نفسه ما جاءت به نظريه تدفق المعلومات على مرحلتين، اي ان قائد الراي يكون وسيطا بين وسائل الإعلام والجمهور، بينما اشارت إجابه واحدة فقط إلى "القدرة الفائقه لوسائل الإعلام على تكذيب الامريكيين في صعودهم إلى القمر وقدرتها على التاثير في تصديق ان الامريكيين صعدوا فعلا إلى القمر".

لاحظنا كذلك إقتناع 3 افراد بمضمون الفيلم وتصديقهم له، ما يمثل نسبة 25 % متاثرين بالادله والبراهين التي قدمها المخرج رغم ان راي المجموعه كان غير ذلك وهو ما يعزز بصفه مبدئيه فرضيه البحث الاولى التي تقول انه يمكن حدوث التضليل لدى المجموعه المتعرضه لمضمون التلفزيون كوسيله إعلاميه لكن بنسبه اقل.

تشير نتائج السؤال الاول إلى إقتناع اغلبيه افراد العينه بتضليل الفيلم واعتباره مفبركا رغم انهم مالوا إلى التصديق به باعتبار الادله والبراهين التي قدمها، وكان حوالي 25% لم يشككوا في الفكرة التي جاء بها.

السؤال 2

لمادا لم يظهر هدا الفيلم إلا بعد مدة 33 عاما (اي حتى في سنة 2002)؟.

فيما يتعلق بالإجابات عن السؤال الثاني لاحظنا ان 7 منها فقط اي ما يمثل نسبة 58 %، اعتبرت ان التاخر في عرض هدا الفيلم مرده إلى عدم تطور وسائل الإعلام والتكنولوجيا سنه 1969، وبالتالي "عدم قدرتها على فبركه مثل هدا الفيلم والتلاعب بعقول الناس"، إد ذكر احد الطلبه ان "هده المدة الزمنيه الفاصله سمحت

بتطور التكنولوجيا بسرعه فائقه، إضافه إلى دلك لم تكن الكفاءة العلميه في تلك الفترة تسمح بإخراج مثل هدا الفيلم"، بينما دهب اخرون إلى تعليل دلك بان "الولايات المتحدة كانت تتمتع بقوة ردعيه يهابها كل العالم ولا يجرا احد على تكديبها"، في حين إعتبر اخرون ما قام به "وليام كارل" في إطار دراسه علميه لمعرفه مدى تاتير وسائل الإعلام على الجمهور في الالفيه التالته خصوصا إدا ما تعلق الامر بفكرة يصدقها جميع سكان الارض واستمر دلك في ادهان الناس مدة 33 سنة.

بالمقابل وردت إجابتين تبرر عدم ظهور هدا الفيلم إلى غايه سنه 2002 "بعدم معرفه العلماء لمواصفات القمر بما فيه من هواء، اكسجين، جادبيه وغير دلك.."، من حيت ان الكفاءة العلميه لم تؤهل العلماء لكشف اكدوبه الولايات المتحدة الامريكيه، ما مفاده التصديق المطلق بصحه ما جاء في الفيلم، كما سجلنا من جانب اخر عدم الإجابه على السؤال من طرف طالبين، إضافه إلى عدم فهم لدى اخر حيت دكر ان "مهمه ابوللو 11" واجهت تكديبا ومعارضه عالميه خاصه لدى العلماء المسلمين، فدفعت الولايات المتحدة الامريكيه وليام كارل ليقوم بهدا العرض حتى يتاكد للعالم انها مهمة حقيقية"، في حين ان ما جاء به الفيلم غير دلك تماما.

نلاحظ دائما ان نسبه كبيرة من الإجابات ضد ما جاء به "وليام كارل" وتصر على عدم تصديق تكديبه لصعود الامريكيين إلى القمر، في حين ان إجابات قليله كانت عكس دلك.

السؤال 3

هل تعتقد ان "النازا" خدعتنا كل هده الفترة؟.

في هدا السؤال نلاحظ ان 9 إجابات كانت ضد الفكرة المطروحه "خداع النازا" وهو ما يمثل الاغلبيه بنسبه 75 %، اي ان اراء افراد المجموعه التجريبيه لم تتغير إلى غايه هده المرحله، حيت اجيب عن السؤال ببعد إمكانيه "النازا" خداع كلّ سكان الارض وعلى مدى كل هده الفترة دون ان يكدبها احد من العلماء

والباحتين، في حين دهب اخرون إلى تعليل دلك بان "الولايات المتحدة الامريكيه بلغت درجه من التطور التكنولوجي التي تسمح لها بالصعود على سطح القمر، فدلك لا يعد غريبا امام التقدم الباهر الدي حققته"، بينما سجلنا ترددا لدى طالبين من خلال إجابتهما حيت انهما رجحا عدم إمكانيه خداعنا من طرف "النازا" وبالمقابل اشارا إلى إحتمال العكس بحكم التقنيات التكنولوجيه التي تسمح بدلك وتركا الإجابه مفتوحه على الإحتمالين، ما يشير إلى ان بعضا من افراد العينة إهتزت تقتهم بالفكرة التي يؤمنون بها سابقا وإقتناعهم إلى حد ما بالادله والبراهين التي قدمها الفيلم رغم انهم ينتمون إلى مجموعه شاهدوا معها نفس المضمون ويخضعون لتاتير قائد الراي، كما لاحظنا كدلك التشابه في إجابتين "منسوختين" ما يحيلنا على التاتير داخل المجموعه الواحدة إلى درجه ان يستغني الفرد عن افكاره الشخصيه ويعمد إلى إجابات الاخرين وكان الاخرين الدين ينتمي إليهم يفكرون بدلا عنه، وهو ما توصلت إليه نظريه تدفق المعلومات على مرحلتين حيت إعتبرت ان وسائل الإعلام لا تمارس تاتيرا مباشرا على الافراد وإنما تنقل تأتيراتها عن طريق العلاقات الإجتماعيه، كما لاحظنا ان هناك طالبين فقط إقتنعا تماما بفكرة الفيلم استنادا إلى الادله التي جاء بها، في حين سجل عدم إجابة واحدة.

نستخلص من دلك كله ان هناك ترددات لدى الافراد داخل المجموعه الواحدة ما بين الإقتناع بمضمون وسائل الإعلام وبين اراء المجموعه، خصوصا إدا تضمنت حججا إقناعيه.

السؤال 4

هل كنت تصدق من قبل ان الامريكيين صعدوا إلى القمر، الم ينتابك شك في دلك؟.

من خلال إجابات افراد العينه حول هدا السؤال لاحظنا ان اغلبيه الطلبه اكدوا قطعيا انهم يصدقون صعود الامركيين إلى القمر ولا مجال للشك في دلك، حيت نجد ان 8 إجابات قدمت تعليلات مختلفه حول تصديقها بهده الفكرة وكانت من

بينها "انّ التطور التكنولوجي الذي حققته الولايات المتحدة الامريكيه وتربعها على عرش الدول المتقدمه يؤكد إمكانيه وصول علمائها في مجال الفضاء من الوصول إلى القمر، وهو ما يعدّ إنجازا إضافيا إلى ما حققته في عدة مجالات علميه اخرى"، ليضيف احد الطلبه "انّ صعود علماء الإتحاد السوفيتي قبل الامريكيين لا يستبعد فكرة صعود الامريكيين إلى القمر، في حين ذهب البقيه إلى تبرير ذلك كون جميع سكان الارض ممّن تعرّضوا لوسائل الإعلام منذ سنه 1969 يؤمنون بذلك دون ان ينتابهم اي شكّ، ويمكن إعتبار فيلم "وليام كارل" ضمن الدعايه المضادة للولايات المتحدة، كما انه لا يمكن التشكيك في فكرة سادت مدة طويله من الزمن بمجرّد مشاهدة فيلم ظهر مؤخرا، قد يكون مفبركا هو الاخر.."، بينما اصرّ اخرون على التصديق بالفكرة الاولى رغم إعترافاتهم بانّ الفيلم اثار الجدل بينهم وبعث بالشّك في نفوسهم حول ذلك، وهو ما معناه إنسياق الفرد لافكار المجموعه التي ينتمي إليها ودوبانها في "الكل" رغم انه قد تكون لديه افكار معارضه وهو ما ذهبت إليه الباحثه الالمانيه "إليزابث" في نظريتها "لولب الصمت"، بينما نجد انّ هناك ترددا لدى فردين من العينه جعلهما تائهين بين مواصله التصديق بالفكرة السابقه او قبول الفكرة الجديدة وكانت الادله التي قدمها المخرج وشهادات العلماء متيرة للحيرة من خلال إجاباتهم ولم تسمح لهم بإتخاذ موقف محدد، في حين تمّ تسجيل إجابتين لم تستوعبا مضمون الشريط جيدا، وهو ما حدث في الإجابات السابقه.

التصديق بالفكرة المترسّخه بادهان افراد العينه لم تستطع تغييرها جمله الادلة والشواهد المكذبه رغم انها اثارت الشكوك لدى البعض إلا انهم انساقوا خلف راي المجموعه التي ينتمون إليها.

السؤال 5

هل تثق في المعلومات التي شاهدتها في هذا الشريط ولماذا؟.

اما فيما يخصّ هذا السؤال فقد لاحظنا ارتفاع نسبه تكذيب الفيلم إلى 80 %، حيث انّ 10 إجابات اشارت إلى انّ افراد العينه لم يثقوا في المعلومات التي قدمها

الفيلم، رغم إعترافاتهم انّ إخراج الفيلم وتقديم شهادات باحتين غيّر فكرتهم السابقه عن الموضوع إلى درجه التصديق، ورغم دلك ظلوا متمسكين بالفكرة الاولى ودهبوا إلى التشكيك في انّ الفيلم مفبرك وكل الادله التي قدمت به تعدّ كادبه، وهو ما يكدب ما جاءت به بعض النظريات كون وسائل الإعلام تعمل على خلق نوع من الاتفاق الجماعي في الراي العام، وهدا عن طريق ما تقدمه من وجهات نظر بخصوص بعض الاحداث التي تشكل مواضيع الراي العام وتوجيه الجمهور إلى التفكير في اتجاه واحد، "ويتم هدا التوجيه عن طريق ما يمكن تسميته بـــ صناعه الراي العام "[1]، إد انّ دلك لا يمكن ان ينطبق على الحالات التي تكون فيها الاتجاهات السابقه مترسخه لدى الافراد، حيث دكر احد الطلبه انه مجرّد "إشاعة او دعايه" لا يمكن الوتوق به ولا اساس له من الصحة، كما تمّ إعتباره على انه خدعه سنمائيه انجزت بغرض التاتير على المشاهدين في إحدى اهمّ الفنوات العالميه، إلا انّ احد افراد العينه اشار إلى انّ معلوماته محدودة فيما يتعلق بموضوع الرحلات الفضائيه، لدلك فإنه ليس بإمكانه الفصل فيما إدا كانت معلومات الفيلم صحيحه ام لا، كما لم نسجل ايّ إجابه مفادها تصديق فكرة الفيلم، ما معناه انّ الاقليه من افراد العينه الدين صدقوا ما جاء به الفيلم غيّروا ارائهم وإنضمّوا إلى راي الجماعه، ويرجّح دلك إلى فعل النقاش بين افراد الفوج الواحد اتناء مشاهدة الفيلم وكدا اتناء الإجابه على الاسئله ما جعلهم يغيّرون رايهم في مرحله من اسئله الإستمارة وهو ما يؤكد دور قائد الراي باعتبار الراي العام "الفكرة السائدة بين جمهور من الناس، تربطهم مصلحه مشتركه إزاء موقف من المواقف، او تصرف من التصرفات او مساله من المسائل العامه التي تتير اهتمامهم او تتعلق بمصالحهم المشتركه"[2]، بينما بقي التردد مصاحبا لفردين من المجموعه إد دكروا انه يحتمل صدق المعلومات التي جاء بها الفيلم كما يحتمل كدبها اي بنسبه متعادله.

---

[1] كمال الدين جعفر عباس، الاتصال السياسي، الطبعة 1، المكتب الإسلامي، سنة 2004، ص 58.

[2] إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، سنة 1981، ص193.

تاتير المجموعه على الفرد قد لا يكون للوهله الاولى إلا انه لا يقاوم مع مرور الوقت، وليس امام الفرد إلا الدوبان في راي المجموعه، مهما كانت الادله والحجج القويه.

السؤال 6

ايهما في نظرك اصح ما بتته وسائل الإعلام مند سنه 1969 ام ما ورد في هدا الفيلم سنة 2002، ولمادا ؟.

في هده المرحله من الاسئله اي ما يمثل نسبة 50 % نلاحظ ان نتائج البحث تتجه وفقا للفرضيه الاولى ولا يوجد تغييرات كبيرة في إجابات افراد العينة بما يشير إلى الإنحراف عن الفرضيه، حيت سجلنا في هدا السؤال ان اغلبيه الطلبه دكروا انهم يؤمنون بما بتته وسائل الإعلام سنه 1969 مقدمين عدة تبريرات متشابهه في بعض الاحيان ما يدل على تاتير المجموعه في صياغه "الراي العام" _الخاص بها_، حيت اتجهت التعليلات كون عمليه صعود الامريكيين إلى القمر ترسخت بالادهان نظرا لقدمها، اي ان مدة اكتر من 30 سنه كانت كافيه لتصديق الفكرة خصوصا انها لم تلق اي إعتراض من وسائل إعلام معاديه، بينما استند البقيه إلى ادله إعتبروها اكتر تاتيرا وإقناعا من تلك التي قدمها "وليام كارل" في فيلمه، "رغم ان كلاهما يحاول فرض فكرته.."، ورغم إعتبار ادله الفيلم مقنعه إلى حد ما لدى الطلبه إلا انهم تمسكوا براي المجموعه وراي قائد الراي في المجموعه، ودكروا ان وسائل الإعلام لم تكن متطورة في الستينيات لتقوم بـ"فبركه هكدا فيلم" دون ان يتفطن لدلك العلماء وخبراء التكنولوجيا "حيت لم يحرك احد ساكنا"، بينما لاحظنا ان احد الطلبه دهب إلى تاتير وسائل الإعلام على جمهور القراء، المستمعين والمشاهدين في كلا المشهدين، اي سواء فيما يتعلق بعمليه الصعود سنه 1969 او تكديب الصعود سنه 2002، وهو ما لم يظهر في إجابات الاخرين، كونه ليس قائدا للراي رغم تدخلاته في المنافشه بين الافراد، وورد تصديق الفيلم في إجابه واحدة فقط، حيت إقتنع الطالب بالشواهد والادله التي قدمها المخرج وإعتبرها صحيحه غير مبال باراء المجموعه، اما اخر فقد تردد

في تصديق إحدى الفكرتين وترك الإحتمالين مفتوحين حول إمكانيه تصوير عمليه "ابوللو 11" في استوديوهات سينمائيه او فبركه فيلم "عمليه القمر"، كما لم نحصل على إجابه واحدة فقط.

استمرار نتائج البحث في نفس مسار الفرضيه الاولى يحيلنا على صدقها مبدئيا كون اغلب الإجابات انكرت فكرة الفيلم محل التجريب استنادا إلى راي الجماعه إلا بنسبه قليله.

السؤال 7

إلى اي مدى تثق في المعلومات التي تشاهدها عبر شاشه التلفزيون ؟.

من خلال إجابات افراد المجموعه التجريبيه دائما نلاحظ ان كلّ الطلبه اكدوا انهم لا يثقون فيما يشاهدونه عبر شاشه التلفزيون بنسبه مطلقه اي ليسوا متلقين سلبيين كما اشارت إلى دلك الدراسات الاولى في بحوث الإعلام والإتصال كدراسه بول لزارسفيلد، إذ انّ إقتناعهم بالمعلومات التي تقدمها شاشه التلفزيون تتوقف على مدى قدرة الادله على الإقناع وعدم وجود تيار معارض للمعلومه يزعزع ثقه المشاهدين بها في محيطهم، بحيث تركز عدة نظريات على الإفتراض اجتماعي، "إذ انه وبالرغم من اختلاف وتباين المجتمع الحديث إلا انّ الافراد الدين يحتلون موقعا متشابها في البناء الاجتماعي تكون لديهم طرق تفكير وسلوك متشابه، فاعضاء فئه اجتماعيه معينه سوف يختارون بنسبه او باخرى نفس المحتوى الاتصالي وسوف يستجيبون له بطريقه متكافئه"[1]، ونجد انّ اغلب الطلبه إعتبروا انّ جمله من المواضيع والبرامج فقط هي التي تحظى بالتصديق من طرفهم لإحتمال وجود تضليل للعقول او تزييف للوقائع، فمثلا يشير احد الطلبه انه لا يصدق اي معلومه إلا بعد مقارنتها بتلك المعروضه على قنوات فضائية معارضه او ذات سياسه مختلفه، حتى يكتشف ما بها من ثغرات فإما ان يصدقها وإما ان يرفضها، وتبقى بدلك درجه التصديق نسبيه، هدا ما تمّ ملاحظته لدى كل

[1] حمدي حسن، مقدمة في دراسة وسائل واساليب الاتصال، القاهرة، دار الفكر العربي، سنة 1978، ص 121- 122.

افراد المجموعه ولم توجد اي إجابه يقول فيها الطالب انه يصدق ما يبث في التلفزيون 100 %، دلك ما يدل على إتفاق المجموعه في نفس الراي خصوصا بعد مشاهدة التلفزيون إد يحتمل ان يكون راي بعضهم مخالفا لكن نتيجه الإنخراط داخل المجموعه الواحدة وفتح ابواب النقاش حول موضوع يتعلق اصلا بالتضليل الإعلامي في التلفزيون يكون قد غير هده الاراء وجعلها تسير في منحى واحد.

برامج التلفزيون لا تحظى كلها بتقه عمياء وإنما يتوقف دلك على عدة عوامل اخرى تتحكم في عمليه التاتير ولها علاقه مباشرة بالمشاهد.

السؤال 8

هل تفضل مشاهدة التلفزيون بمفردك ام مع الجماعه "اي برفقه اخرين" ولمادا ؟

يبدو من خلال هدا السؤال انّ إحدى النتائج المهمه المتعلقه بهده الدراسه بدات تظهر في المرحله الاولى من التجريب، حيت انه تمّ الإشارة سابقا إلى المؤترات الجانبيه للتكنولوجيا والتحولات التي اضفتها على الافراد فيما يتعلق بسلوكات الحياة، إد تشير اغلب الإجابات على هدا السؤال إلى تفضيل سلوك التفرد في مشاهدة التلفزيون بدلا من المشاهدة الجماعيه التي كانت سائدة إلى وقت قريب بما يوحي انّ الافراد يتجهون نحو التشردم والتشتت رغم انّ كتيرا من النظريات وعلى راسها نظريه ماكلوهان تنبات بتحول العالم إلى قريه كونيه بفعل زخم الإتصالات عن بعد عن طريق الهاتف، الانترنيت..، حيت نجد انّ 8 إجابات اي ما يمتل نسبه اكتر من 65 % يفضلون المشاهدة الفرديه لدواعي الحريه في إختيار القنوات والبرامج، التركيز وعدم الإزعاج، تجنب المنافشات العقيمه والمشوشه احيانا، تجنب الفوضى..وكان دلك اختيارهم في اغلب الاوقات إلا في بعض البرامج كمباريات كرة القدم التي تحتاج إلى "فانتزام" المشاهدة الجماعيه وتقاسم الشعور بالفوز والتحدي، في حين كانت إجابات 4 طلبه فقط مفضلة لمشاهدة التلفزيون جماعيا بغرض إضفاء روح المنافشه حول البرامج، تبادل المعلومات والاستفسار في حاله عدم وصول الرساله لدى احد المتلقين، ما معناه بدايه تفسخ عادات المشاهدة الاولى والميل نحو التفرد بالتلفزيون وهو ما تفسره

سلوكات العائلات من حيث إقتنائها لعدة اجهزة تلفزيون داخل البيت الواحد، بحيث يتاح لكل فرد من العائله إختيار القنوات والبرامج واوقات المشاهدة دون إزعاج من الاخرين.

الإتجاه نحو التفرد المصاحب لتطور تكنولوجيا الإتصال يغلب على نسبه كبيرة من افراد المجموعه التجريبيه، ما يشير إلى التخلي عن عادات الإجتماع بالاخرين اثناء التعرض لوسائل الإعلام.

السؤال 9

إدا شاهدت التلفزيون برفقه اخرين هل تتجادلون وتتنافسون حول البرنامج الدي تشاهدونه ؟.

مقارنه مع السؤال السابق يتبين لنا ان سلوكات التفرد في مشاهدة التلفزيون لا تزال محتشمه ومفضله فقط بينما لا تزال عادات "الإجتماع" مسيطرة على افراد العينه من حيث إنتمائهم إلى مجتمعات سائرة في طريق النموَ بعكس ما تشير إليه الدراسات فيما يتعلق بالمجتمع الامريكي وتفسخ العلاقات الإجتماعيه به، حيث نجد على عكس السؤال السابق الدي توصلنا من خلاله إلى انَ اغلب افراد المجموعه يفضلون مشاهدة التلفزيون بمفردهم، نجد انَ اغلب إجابات نفس الافراد تحيل على تفاعليه الفرد في المجموعه اثناء مشاهدة برنامج تلفزيوني، حيث انَ جميع الطلبه إلا واحدا فقط دكروا انهم يتنافسون ويتجادلون مع الاخرين بشان المواضيع التي يتمَ بثها على الشاشه بغرض تبادل الاراء والمعلومات والإشتراك في الإنتقادات، في حين يراها البعض انها ضروريه لتصحيح المعلومات وإستقبالها بطريقه سليمه إد من الممكن ان تعجز الوسيله الإعلاميه "التلفزيون" عن إيصال الرساله إلى المتلقين متلما يريدها المرسل، بينما دهب اخرون إلى انهم لا يفضلون النقاش إلا في المواضيع السياسيه الهامه والتي تحتاج إلى الجدل والإنتقاد والتعليق، امَا الإجابه الوحيدة المعاكسه فقد دكر من خلالها الطالب انه لا يميل إلى الإحتكاك بالاخرين ولا يحبذ مشاهدة التلفزيون برفقه الغير وهو ما توصلنا إليه في السؤال السابق.

الميل للنقاش بين افراد المجموعه اثناء مشاهدة التلفزيون لا يزال يسيطر على سلوكات المشاهد مع اتجاه نسبي نحو التفرد وإهمال الشكل المجموعاتي المعتاد.

السؤال 10

هل تقتنع بالمعلومات التي تشاهدها عبر التلفزيون ام المعلومات التي تحصل عليها من خلال نقاشك مع المجموعه التي تشاهد معك نفس البرنامج؟.

يتضح لنا جليا من خلال الإجابات على هدا السؤال دور المجموعه في ترسيخ الافكار والاراء لدى الفرد خلال تعرضهم لنفس البرنامج الإعلامي، إذ نلاحظ ان اكبر نسبه من الإجابات يقتنع اصحابها بالمعلومات التي يحصلون عليها من المجموعه اكثر من تلك التي يحصلون عليها من التلفزيون، حيث انهم اعتبروا ان النقاش يعد معززا لهده المعلومات وبإمكانه ان يصححها في كثير من الاحيان إلى درجه "تغيير رايك" بشأن الفكرة المشاهدة وهو نفسه ما حصل خلال هده التجربه خصوصا إدا كان افراد المجموعه دوو معلومات واسعه بشان الموضوع، في حين تحفظ البقيه وعددهم 4 طلبه فقط على المعلومات المقدمه من الطرفين مرجحين إحتمال عدم الصواب في المعلومات من كلا الطرفين اي إنعدام الثقه في كلتا الحالتين إلا بوجود ادلة مقنعة.

اقتناع الافراد بافكار واراء المجموعه التي ينتمون إليها يعد اكثر من إقتناعهم بالمعلومات التي يحصلون عليها من التلفزيون بسبب النقاش والتفاعل بينهم.

السؤال 11

هل تحب ان تمتلك تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثه مثل "فلاش ديسك، MP3، الكمبيوتر الشخصي في هاتفك النقال..؟.

كلّ إجابات افراد المجموعه التجريبيه تشير إلى ان الطلبه يفضلون استعمال تطبيقات التكنولوجيا الحديثه وإمتلاكها لدوافع مسايرة التطور السريع الحاصل لدى الدول المتقدمه، حيث ان "هده الوسائل تسمح بتقليص الهوة الفاصله بين العالمين المتقدم والسائر في طريق النمو" ولدوافع اخرى متعلقه باعتناق الموضه العالميه

وإختصار الزمان والمكان، ورغم ان الإمكانيات الماديه لا تسمح للكثيرين منهم بامتلاك تكنولوجيا الإتصال المتطورة إلا انهم يرغبون في دلك، وإدا كانت هده التكنولوجيا تسير نحو عزل الفرد عن الاخرين رغم إمكانيه إتصاله بهم عن بعد فإن دلك يعد مؤشرا إيجابيا في مرحله اولى حول صدق فرضيات هدا البحث.

كلّ الطلبه الخاضعين للتجربه يرغبون في إمتلاك تكنولوجيا الإعلام والإتصال غير واعين بتاثيراتها السلبيه المتمثله خصوصا في عزلهم عن بعضهم البعض.

السؤال 12

في نظرك، هل يضلل التلفزيون المشاهدين وما هو غرض القائم بالإتصال من وراء دلك ؟.

كلّ افراد المجموعه التجريبيه وبصفه مطلقه كانت إجاباتهم متقاربه وتخدم نفس الفكرة، ان الهدف من وراء استعمال وسائل الإعلام في تضليل الشعوب وعلى راسها التلفزيون الهدف منه فرض السيطرة والهيمنه الكامله على الافراد عن طريق خلق تشابه في الافكار التي يتم بتها، وعن طريق "التنشاة الإعلاميه" يشير احد الطلبه إلى تحويل المشاهدين إلى "عرائس يسهل التحكم بها دون اي دواعي لاستعمال القوة والطرق التقليديه في فرض الهيمنه كالحروب"، لكن قبل دلك نلاحظ ان جميع الطلبه الخاضعين للتجربه دكروا ان التلفزيون يمارس التضليل على المشاهدين ويبدو دلك نتيجه حتميه لما كلف به قائدي الراي في المجموعتين، حيث يلاحظ دور العلاقات الإجتماعيه والتجربه الجماعيه في التعرض لبرنامج الوسيله الإعلاميه، وهو ما دهبت إليه نظريات الإعلام حول دوبان راي الفرد في المجموعه التي ينتمي إليها.

قد يكون راي المجموعه الغالب هو إعتبار القائم بالإتصال والمسؤول عن الإديولوجيا التي تبتها كبرى تلفزيونات العالم هدفه التحكم في الشعوب، هو الاخر انطلاقا من تبادل للاراء بين الافراد ما يوحي بالدور الدي تلعبه المجموعه وتاثيرها على الفرد.

يمارس التلفزيون التضليل حسب افراد العينه ولا يمكن تبرئه القائم بالإتصال من إديولوجيا تحكم زمرة قليله في كل شعوب العالم.

خلاصة

في المرحله التجريبيه الاولى من البحث والتي تضمنت عينة مكونه من 12 فردا عرض عليهم فيلم "عمليه القمر" لـ "وليام كارل" مجتمعين اي في نفس الزمان والمكان مع السماح بايّ نوع من التفاعل بين الافراد، بل تحفيز النقاش حول الموضوع، ومن خلال 12 سؤالا تمّ طرحها على شكل استمارة بعد نهايه العرض مباشرة من اجل إختبار **الفرضيه الاولى**: التلفزيون يمارس اساليب التضليل وخلق الوعي المزيف ولكن بنسبه اقل لدى المجموعه.

تبيّن لنا صدق هده الفرضيه إلى درجه كبيرة حيث انّ اغلب افراد العينة في المرحله الاولى صاغوا ارائهم في قالب واحد متفق عليه من خلال النقاش بينهم، مفاده تكذيب مضمون الفيلم الذي تمّ مشاهدته رغم الادله العلميه وشهادات الفيزيائيين ورجال الفضاء التي قدمها في الفيلم كحجج مقنعه، حيث لاحظنا في البدايه ترددا من قبل بعض الطلبه في قبول الفكرة او رفضها لكن اخر المطاف تبيّن انّ هناك إجماعا كاملا على عدم الإقتناع بالفيلم وإعتباره اكذوبه وخدعه سنمائية انجزها المخرج لاغراض مختلفه قد تكون لتضليل المشاهدين وإختبار مدى تاثرهم بما تقدمه وسائل الإعلام خصوصا وان الوسيله التي اختيرت للبث هي قناة عالميه معروفه بمصداقيتها "ارت"، فنجد انه رغم الحجج التي قدمها "وليام كارل" إلا انّ الراي الاخير السائد كان داته راي قائدي الراي المتحكمان في المجموعه الواحدة وفقا لنموذج "فريدمان: ميزان التاثيرات" المذكور انفا، وباعتبار التدرّج في الاسئله وفقا لموضوع البحث وفرضياته وكذا موضوع الفيلم التجريبي توصلنا إلى نفس النتيجه التي تناولتها الفرضيه، حيث انّ التضليل للمجموعه كان موجودا لكن غير مؤثر اي ليس بدرجه كبيرة، واستنادا دائما إلى خطوات المنهج التجريبي ومن اجل التاكد من صحه النتائج قمنا بتكرار التجربه مرتين اخريين في نفس الظروف.

إختبار نتائج التجربه الاولى

بعد الإنتهاء من التجربه الاولى قمنا كخطوة تابعه بإعادة نفس التجربه على افراد عينتين او مجموعتين تجريبيتين تتكونان من نفس العدد اي 12 طالبا، وبنفس الطريقه التي مرت بها المرحله الاولى قمنا بعرض الفيلم التجريبي على الطلبه مع إحترام نفس الظروف، حيث تم توزيع اسئله التجربه على كل مجموعه وتمت مقارنه النتائج بين المجموعه الاولى والثانيه والثالثه.

من خلال إجابات افراد المجموعه التجريبيه الثانيه تبين ما يلي:

- تشابه في النتائج المحصل عليها مع المجموعه التجريبيه الاولى بنسبه 90 %.
- سيطرة قائدي الراي على المجموعتين وتحكمهما في النقاش.
- الراي السائد الاخير لدى اغلبيه الطلبه كان نفسه راي قائد الراي، حيث ان 90% لم يصدقوا مضمون الفيلم وتمسكوا بافكارهم القديمه حول صعود الامريكيين إلى القمر، وكذا الشان بالنسبه للمجموعه التجريبيه الثالثه حيث لم يكن الإختلاف بين نتائجها ونتائج المجموعتين الاوليين كبيرا، وإن مثل نسبة 75 % اي بفارق 25 %، وقد يعود هذا التراجع في تطابق النتائج واختلافها نوعا ما إلى صعوبه الحرص على توفير نفس الظروف التي مرت بها التجربتين 1 و2 او إلى متغيرات اخرى تتعلق بالطبيعه الانسانيه، هذا نفسه ما يعاب على المنهج التجريبي كونه اراد ان يطبق منهجا علميا بحتا على الإنسان بإعتباره ظاهرة منفصله للبحث. لكن رغم ذلك كانت النتائج متقاربه حيث لاحظنا نفس النتائج تقريبا اي موافقه الاغلبيه بنسبه 60 % على رفض فيلم "وليام كارل" واعتباره خدعه سنمائيه اريد بها التضليل في حين ان البقية إقتنعوا تماما بما جاء به الفيلم وعللوا إجاباتهم بالادله والبراهين العلميه التي اوردها "وليام كارل"، وهذا ما دهبنا إليه في فرضيه البحث كون حدوث تضليل إعلامي لدى المجموعه التي تشاهد نفس البرنامج "مجتمعين" بنسبة ضئيلة لإعتبارات اخرى مهمة اشارت إليها كثير من الدراسات الإعلامية والسوسيولوجيه مسلطه الضوء على دور العلاقات الإجتماعيه والمحيط الذي

ينتمي إليه الفرد اي انّ عمليه التاثير لا يمكن عزلها في علاقه مباشرة ما بين الوسيله الإعلاميه والمشاهد او المستمع او القارئ وإنما هناك مؤثرات جانبيه اخرى قد يكون لها مفعول اكبر من دلك الدي تحدثه وسائل الإعلام.

خلاصة

بعدما تمّ إخضاع افراد المجموعات التجريبيه الثلاثه لنفس الظروف الإختباريه اي انهم تعرّضوا لنفس الفليم وطرحت عليهم نفس الاسئله، توصلنا إلى نفس النتائج مع فارق بسيط في النسب كالتالي:

- المجموعه التجريبيه الاولى: 83 % من الطلبه اشارت إجاباتهم إلى تكديبهم لما جاء في الفيلم وتاكيدهم على مصدافيه فكرة صعود الامريكيين إلى القمر ونجاح مهمة "ابوللو 11" سنة 1969.
- المجموعه التجريبيه الثانيه: 90 % من الطلبه رفضوا فكرة الفيلم واعتبروه خدعه سنمائيه، اعتمد مخرجه على تقنية "التركيب" لهزّ ثقه المشاهد في افكاره المسبقه عن مهمة "ابوللو 11" وجعله يغير رايه بشانها.
- المجموعه التجريبيه الثالثه: 25% من الطلبه اقتنعوا تماما بالفيلم والغوا افكارهم المسبقه، كما رفضوا الدوبان في راي المجموعه رغم انها تشكل الاغلبيه الرافضه للفيلم، ما يشير إلى حدوث تضليل لدى 25 % او 3 طلبه مقابل 1 في المجموعه التجريبيه الثانيه و2 في المجموعه التجريبيه الاولى.

حتى نتاكد من مدى صحه الفرضيه الاولى نقوم اخيرا بتحليل نتائج المجموعه الضابطه "ج":

تحليل نتائج المجموعه الضابطه

المجموعه الضابطه كما ذكرنا سابقا هي مجموعه الافراد الذين لم يشاهدوا الفيلم التجريبي اي انهم لم يخضعوا لنفس التجربه، وتحمل المجموعه الضابطه نفس صفات المجموعه التجريبيه (التصنيف السابق) ليكون بذلك الإختلاف الوحيد بينهما هو مشاهدة الفيلم، وقد تم طرح مجموعه من الاسئلة على الطلبه الـــ 12 بغرض مقارنه النتائج:

السؤال 1

ما هو رايك في صعود الامريكيين إلى القمر، مهمة "ابوللو 11" سنة 1969.

كلّ إجابات افراد المجموعه الضابطه "ج" ذكرت ان صعود الامريكيين إلى القمر حقيقه وإنجاز عظيم حققته البشريه، اهل الولايات المتحدة الامريكيه لتكون القوة العالميه الاولى، حيث اعتبرت مهمة "ابوللو 11" مهمة ناجحة "ادهلت العقول"، كان ذلك بفضل التطور التكنولوجي والعلمي الذي حققته بإجماع من جميع الطلبه لا يمكن ان نفصله عن مفاهيم الراي العام باعتباره "حصيله افكار ومعتقدات ومواقف الافراد والجماعات إزاء شان من الشؤون، تمس النسق الاجتماعي كافراد وتنظيمات.."[1].

لم توجد اي إجابه نفت ذلك او شككت في مصداقيه المهمه اي ان هناك إيمانا مطلقا بفكرة صعود الامريكيين إلى القمر.

كلّ الطلبه لديهم افكار مسبقه ومتجذرة تؤمن بمهمة "ابوللو 11".

[1] إسماعيل سعد، الاتصال والراي العام، مبحث في القوة والإيديولوجية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، سنة 1979، ص 26.

السؤال 2

من اين حصلت على معلوماتك حول هدا الموضوع ؟.

يهدف هدا السؤال إلى معرفه مصدر معلومات الفرد حول الموضوع، حيث تبين ان 100 % من الإجابات ذكرت ان وسائل الإعلام هي المصدر الرئيس للمعلومات حول مهمة "ابوللو 11" وياتي التلفزيون في المرتبه الاولى إذ ان الحدث تم بثه على شاشات التلفزيون العالميه وشاهده الجميع، إضافه إلى البرامج التي تتناول نفس الموضوع منذ سنه 1969.."، ما يفسر الاهميه الكبرى التي يحظى بها التلفزيون كوسيله إعلاميه لها تاثيراتها على الافراد وتفرض "سلوك الإدمان على المشاهدة"، وهو مادهبت إليه الدراسات الامريكيه في إعتبار التلفزيون الوسيله الإعلاميه المفضله لدى الجمهور نهايه القرن 20 قبل شيوع الانترنيت، تم تاتي باقي وسائل الإعلام والإتصال التي كانت مصدرا لمعلومات الطلبه "الضابطين" كالجريدة، الإذاعه، الانترنيت، الكتب وكذا الإتصال الشخصي والجماعي (تبادل المعلومات من خلال الإحتكاك بالاخرين).

يعد التلفزيون المصدر الاول لمعلومات الطلبه حيث ان صعود الامريكيين إلى القمر يعد حقيقه لا جدال فيها، لان "كل وسائل الإعلام تحدثت عن دلك ولم تكدبه، ولان التطور العلمي والتكنولوجي الذي حققته امريكا يسمح لها بدلك.."، كما ان الجميع يؤمنون بدلك"، ما معناه ان تاكد الافراد من المعلومات الموجودة لديهم مرتبط ببثه على التلفزيون ما يحيلنا على المصداقيه التي تحظى بها وسائل الإعلام ودورها في ترسيخ الافكار والمعلومات.

بناء الحقيقه لدى الافراد كان على اساس نشرها في وسائل الإعلام.

السؤال 4

إلى اي مدى تثق في المعلومات التي تشاهدها عبر التلفزيون ولمادا ؟.

إن المكانه التي استطاع التلفزيون ان يحققها من بين الوسائل الاخرى جعلت الافراد يثقون ببرامجه إلى حد كبير حيث ان اغلب الطلبه لا يترددون في قبولهم لجميع المعلومات التي يبثها "نظرا لمصداقيته وتاثيره على المشاهدين.." ولانه ليس من السهل اكتشاف الكذب على الشاشه، في حين يفضل البعض تاكيد المعلومه من خلال مقارنتها على باقي القنوات او مقارنتها بالمعلومات المتواجدة لدى افراد العائله، الاصدقاء، زملاء العمل.. الوثوق إلى حد كبير بمعلومات التلفزيون يمكن من تمرير رسائل كاذبه او مضللة.

السؤال 5

الا يمارس التلفزيون في نظرك التضليل على المشاهدين ؟.

خلافا لما توصلنا إليه من خلال الإجابات السابقه كون التلفزيون مصدرا مفضلا لمعلومات الفرد والثقه الكبيرة ببرامجه نجد في هده المرحله من الاسئله ان كلّ افراد المجموعه الضابطه لديهم قناعات بان التلفزيون يمارس اساليب التضليل الإعلامي على المشاهدين، حيث ان كلّ البرامج والاخبار لا تكون خالصه وإنما مصقوله بالراي وطريقه المعالجه وإعطاء الاهميه والتركيز على مادة دون اخرى، وهو ما يرتبط بسياسه واديولوجيا القناة او القائم بالإتصال وهي لا تتوقف - اي التلفزيونات العالميه - عن التضليل لخدمه مصالحها ومحاولتها التاثير على الراي العام، إلا ان تعدد التلفزيونات قد يكشف تلاعب القنوات بالمعلومات.

التلفزيون يمارس اساليب التضليل في نظر افراد المجموعه الضابطه لكن يمكن إكتشاف دلك في ظل التنوع والتعدديه.

السؤال 6

هل تفضل مشاهدة التلفزيون بمفردك ام جماعيا (برفقه اخرين)، ولماذا؟

50 % من الإجابات يفضل اصحابها مشاهدة التلفزيون بمفردهم دون مشاركه الاخرين وذلك من اجل حريه إختيار القنوات والبرامج وتجنبا للتعليقات المؤثرة على تركيز الفرد رغم انهم اشاروا إلى ان ظروفهم الحاليه لا تسمح لهم بامتلاك عدة اجهزة داخل نفس العائله، إلا انهم يفضلون الإنعزال عن الاخرين عند التعرض للبرامج الإعلاميه، بينما يفضل فردان من المجموعه الضابطه ربط ذلك بنوع البرامج المشاهدة اي ان طبيعه البرنامج هي التي تحدد اختيار الفرد للمشاهدة الجماعيه او المنعزله، اما البقيه اي 4 افراد فقط يفضلون التعرض للتلفزيون برفقه اخرين كسلوك معتاد فرضه المحيط العائلي والمتغيرات الماديه خصوصا كما انهم يميلون إلى النقاش حول المواضيع وتبادل المعلومات بشانها والتي قد تغير احيانا ما يبثه التلفزيون.

المشاهدة الفرديه للتلفزيون رغم انها غير ملموسه إلا انها مفضله لدى اغلب الافراد.

السؤال 7

إذا شاهدت التلفزيون مع اخرين هل تتجادلون وتتنافسون حول البرنامج المشاهد ؟.

يتوقف ذلك حسب إجابات الطلبة على طبيعه المواضيع والمعلومات التي تتوفر لدى المجموعه المشاهدة حولها، إذ لا يمكن ان يقابل موضوع متير للجدل بالصمت من طرف الجميع رغم تواجدهم في نفس الزمان والمكان حتى وإن كانت مواضيع تافهه فإنها لا تسلم من التعليقات والإنتقادات المتبادله ويكون النقاش عموما حول مدى صحه الافكار وطريقه معالجتها وإرفاقها بالاحكام والاراء مقارنه مع معلومات افراد المجموعه وتلك التي تنشرها

تلفزيونات اخرى، في حين يفضل بعض الطلبه مشاهدة التلفزيون بمفردهم وهو ما تم التوصل إليه في السؤال السابق.

المشاهدة الجماعيه للتلفزيون لا يمكن ان تخلو من النقاشات وإبداء الاراء وتبادل المعلومات بين الافراد المؤثرة احيانا على المعلومات السابقه لدى الفرد.

السؤال 8

هل تقتنع بالمعلومات التي تشاهدها عبر التلفزيون ام المعلومات التي تحصل عليها من خلال نقاشك مع المجموعه التي تشاهد معك نفس البرنامج ؟.

ذكر اغلب الطلبه في إجاباتهم ان ذلك مرهون بمدى إقتناع الفرد بالمعلومات التي يقدمها التلفزيون او المجموعه المشاهدة اي مدى الحجج والبراهين وقدرتها على الإقناع وإن كان ميلهم اكثر إلى تلك التي يبثها التلفزيون لانه "اكثر مصداقيه" خصوصا إذا كان افراد المجموعه غير ملمين بالموضوع المشاهد وليست لديهم معلومات كافيه عنه، ما معناه انه يحتمل ان تلغى كلّ معلومات التلفزيون بشان نصيحه طبيه مثلا إذا كان المشاهد الثاني طبيبا، في حين قد يكون الاقتناع جماعيا بمعلومات التلفزيون إذا كانت جديدة او ان المشاهدين ليست لديهم درايه كافيه بالموضوع.

اقتناع الفرد بمعلومات المجموعه التي تشاهد معه نفس البرنامج التلفزيوني لا يكون إلا على اساس حجج وبراهين تتفوق عن تلك المقدمه في التلفزيون.

السؤال 9

هل تحب ان تمتلك تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثه مثل "فلاش ديسك ، mp3، الكمبيوتر الشخصي، التلفزيون في هاتفك النقال ..ولمادا ؟.

لا احد من افراد المجموعه الضابطه يعارض امتلاك التكنولوجيا الحديثه باعتبارها وسائل فعاله لتحقيق قفزة نوعيه نحو التطور واللحاق بركب الحضارات، إذ ذكر الطلبه ان التكنولوجيا الحديثه كفيله باختصار الزمان

والمكان وتحويل العالم إلى قريه صغيرة متلما اشار إلى ذلك ماك لوهان لدا يعد من الضروري امتلاكها واستخدامها في مجالات الحياة اليوميه، في حين دهب البعض إلى إعتبار دلك موافقا للموضه العالميه.

هناك رغبه مطلقه في امتلاك تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديته لدى جميع افراد المجموعه الضابطه "ج".

خلاصة

لقد كانت الاسئله التسعه المطروحه كافيه للتعرف على افكار افراد المجموعه الضابطه بشان مهمة "ابوللو 11" ومدى إقتناعهم بها من حيت ان جميعهم لديهم تصديق مطلق بنجاحها مشيرين إلى انهم حصلوا على هده المعلومات من التلفزيون إلى جانب باقي وسائل الإعلام ورغم ان تفتهم محدودة بما يبته التلفزيون إلا ان تغيير ارائهم بشان موضوع ما لا يكون مؤسسا إلا على حجج مقنعه يؤثر بها الاتصال الشخصي والجماعي.

المقارنه بين نتائج المجموعه التجريبيه والضابطه

بعد الإنتهاء من تحليل نتائج المجموعتين التجريبيه والضابطه نصل إلى مرحله المقارنه بين النتائج المحصل عليها حيت نقوم بتحديد اوجه الشبه والإختلاف بين المجموعتين.

تبعا لدلك نلاحظ ان الإختلاف الرئيسي بين افراد المجموعتين يكمن في نسبه الإمتناع عن تصديق الفيلم التجريبي حيت نجد ان المجموعه التجريبيه سواء الاولى او التانيه او التالته كانت فيها نسبه تضليل لدى قله من افرادها "فردان في المجموعه الاولى، فرد واحد في المجموعه التانيه، و3 افراد في المجموعه التالته" بينما لم نسجل وجود اي فرد اقتنع بالفيلم في المجموعه الضابطه اي ان نسبه الاقتناع بفكرة صعود الامريكيين إلى القمر ونجاح مهمة "ابوللو 11" كانت 100%، ما معناه حدوت تضليل لدى بعض الافراد المجتمعين الدين تعرضوا لنفس الفيلم وتاترهم بالبرنامج التلفزيوني رغم ان

راي الاغلبيه كان غير ذلك وفادة الراي كذلك ما يوصلنا إلى نتيجه : يمكن حدوث التضليل الإعلامي لدى المجموعه المشاهدة لنفس البرنامج، لكن بنسبه قليلة، اما عن اوجه التشابه بين المجموعتين فنجد إتفاقا بين افراد المجموعات الاربعه كون التلفزيون يعد وسيله مفضله لديهم في استقاء المعلومات رغم إقتناعهم بانها تمارس اساليب التضليل الإعلامي على المشاهدين بغرض التحكم في الراي العام وتكوينه، إضافه إلى ذلك تفضيلهم مشاهدة التلفزيون كلّ بمفرده اي الرغبه في الإنعزال عن الاخرين اما في حاله التعرض لنفس البرنامج في نفس الزمان والمكان برفقه اخرين فإن النقاش يكون له دور في تحديد الاراء والمواقف اتجاه الموضوع المشاهد فإما ان يكون معززا له او معارضا يغير الفكرة الجماعيه فيكون سببا في فشل وصول رساله القائم بالإتصال إلى المتلقي بطريقه إيجابيه.

واخيرا توصلنا إلى ان كلّ افراد العينه في المرحله الاولى من التجربه ذكروا انهم يرغبون في امتلاك التكنولوجيا الحديثه للاعلام والاتصال منها وسائل متطورة مثل "فلاش ديسك، mp3، التلفزيون في الهاتف النقال ..وهو ما سنتحدث عنه في الفرضيه الاخيرة من البحث، وقد اشرنا سابقا انهم يفضلون ذلك لاعتبارات متعلقه بالرغبه في التطور وتقليص الفجوة الفاصله بين العالم المتطور والاخر السائر في طريق النمو وكذا اعتبارات اخرى متعلقه بالموضه وتقليد الرجل الغربي.

خلاصه التجربه الاولى

انطلقنا في المرحله الاولى من تجربه هذا البحث من إفتراض ان **وسائل الإعلام تمارس اساليب التضليل وخلق الوعي المزيف، لكن بنسبه اقل لدى المجموعه،** حيث قمنا بعرض فيلم "عمليه القمر" للمخرج "وليام كارل" على مجموعه تجريبيه تتكون من 12 فردا من العينه وقمنا بتكرارها مرتين من اجل التاكد من صحة النتائج المتوصل إليها، وكان ذلك فعلا حيث لم يكن الفارق بين نتائج المجموعات الثلاث واسعا بالقدر الذي يبطل صحتها، ثم قمنا اخيرا بمقارنتها بالمجموعه

الضابطه التي لم تشاهد الفيلم، وكانت اهم النتائج التي توصلنا إليها في المرحله الاولى:

- انّ الافراد عند تعرضهم للتلفزيون مجتمعين في نفس الزمان والمكان يتنافسون ويتجادلون فيما بينهم حول الموضوع المشاهد.
- يكون هدا النقاش مؤترا وفعالا في تحديد الاراء والإتجاهات بشان الموضوع المشاهد.
- يمكن ان يغير النقاش بين افراد المجموعه القناعات بالموضوع المشاهد اي انّ راي الفرد يمكن ان يتغير تماما ويدوب في راي الاغلبيه رغم إقتناعه بالحجج التي يقدمها التلفزيون.
- لا يمكن الجزم بهدا القانون بنسبه 100 %، حيت انه يمكن لبعض الافراد ان يتمردوا على المجموعه ويفضلون الإقتناع بما يبته التلفزيون على المعلومات المتبادله بين الافراد.
- حدوت تضليل بنسبه قليله لدى افراد المجموعه المشاهدة لنفس البرنامج التلفزيوني في نفس الزمان والمكان.
- ميل الافراد نحو التفرد والإنعزال عن الاخرين في سلوكات مشاهدة التلفزيون.
- الرغبه في إمتلاك تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديته من طرف جميع افراد العينه لعدة إعتبارات.

5.4 المرحله التانيه من التجربه

تتعلق المرحله التانيه من التجربه بالفرضيه التانيه: **تتعزز إمكانيه التضليل الإعلامي في حاله عزل الفرد عن المجموعه وتصبح دات فعاليه ونجاعه اكبر من تلك التي تحدت في الصيغه الجماعاتيه.**

حيت قمنا بعرض الفيلم على 12 فردا "المجموعه التجريبيه المتبقيه" تحت نفس الظروف المدكورة في المرحله الاولى باستتناء سلوك المشاهدة اي انه في هده المرحله قمنا بعرض الفيلم على الطلبه كل بمفرده في القاعه "مخبر الدراسه"

حيث انه يشاهده بمفرده ويقوم كذلك بالإجابه على الاسئله بمفرده وهكذا يتكرر نفس العمل مع الافراد الـــ 12 ويمكننا التعرف على النتائج الاوليه من خلال إجابات الطلبه الخاضعين للتجربه كالتالي:

السؤال 1

ما هو تعليقك على الفيلم الذي شاهدته ؟.

لقد اجاب الطلبه بما يدل على إقتناعهم بمضمون الفيلم مبدئيا، حيث انهم إعتبروا ان الولايات المتحدة الامريكيه استطاعت ان تخدع شعوب العالم ومثلما ذكر المخرج "وليام كارل" ان مهمة "ابوللو 11" خدعه سينمائيه تم إنجازها في هوليوود، حدا حدوه افراد العينه مستندين إلى الادله العلميه وشهادة الفيزيائيين ورواد الفضاء الذين اعتمد عليهم المخرج في إنجازه للفيلم ولم يتسرب اي شك لديهم في كونه مفبركا بل تم التعامل معه على اساس انه شريط علمي وتاثقي فضح اكذوبه الامريكيين على مدى عدة سنوات، إذ يذكر احد الطلبه في إجابته انه كان إلى وقت قريب يصدق فكرة صعود الامريكيين إلى القمر، لكنه بعد مشاهدة الفيلم يقول: "علينا إعادة النظر في ذلك"

وذهب الجميع إلى تعزيز ما جاء به "كارل" فنجد مثلا ان احدهم يعلل إضافه إلى الادله التي شاهدها في الفيلم بان "الامر يبعث على الشك فعلا فكيف لم تتكرر رحلات الامريكيين إلى القمر بعد سنه 1969".

كلّ ذلك يشير إلى إقتناع الجميع بمضمون الفيلم رغم ان افكارهم السابقه والمتجذرة على مدى سنوات كانت عكس ذلك ما يحيلنا إلى قوة التاثير الكبيرة للتلفزيون على الافراد خاصه إذا كان المشاهدون منعزلين، حيث "تكون نسبه التغيير (في الإتجاهات) اكبر كلما زادت درجه انحلال الروابط التي تجمع بين هؤلاء الافراد والوسط الذي نشاوا فيه"[1].

[1] فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، سورية، دمشق، دار الفكر العربي، بدون سنة، ص 115.

كلّ افراد العينه اقتنعوا بما جاء في فيلم "عمليه القمر" واستطاعت الادلة والبراهين التي قدمها المخرج ان تلغي افكارهم السابقه.

السؤال 2

لمادا لم يظهر هدا الفيلم إلا بعد مدة 33 سنة ؟.

من خلال هدا السؤال تاكد لنا انّ افراد المجموعه التجريبيه مقتنعون تماما بمضمون الشريط الوتائقي، حيث انهم عللوا عدم ظهور هدا الفيلم حتى سنة 2002 لاسباب ارجعوها إلى عدم توافر الادله العلميه الكافيه في تلك الفترة ما لم يسمح بالكشف عن الخدعه السنمائيه التي حبكتها الولايات المتحدة الامريكيه ونشرتها عبر وسائل الإعلام، في حين تمكنت التطورات التقنيه للتكنولوجيا من إكتشاف هده الخدعه، بينما اشارت بعض الإجابات إلى انه لم يتمّ الكشف عن هدا "السر" لمعرفه تاثيرات وسائل الإعلام على الافراد، كما سجلنا عدم الإجابه على السؤال من طرف طالبين.

تبريرات افراد العينه لعدم ظهور الفيلم إلا في سنه متاخرة تؤكد إقتناعهم التامّ بمضمونه على حساب افكارهم السابقه.

السؤال 3

هل تعتقد ان النازا خدعتنا كل هده الفترة ؟.

الامر نفسه حدث في هدا السؤال، حيث انّ كلّ الإجابات دكرت انّ "النازا" خدعتنا فعلا منذ ظهور اول فيلم حول صعود الامريكيين إلى القمر إلى غايه ظهور الفيلم الذي اخرجه "وليام كارل" وهدا ما يؤكد النتيجه التي توصلنا إليها في السؤال السابق مع الإشارة إلى عدم الحصول على إجابه واحدة.

كلّ افراد العينه إعتبروا انّ "النازا" خدعت جميع سكان الارض، ما يؤكد انهم إقتنعوا بمضمون الفيلم.

السؤال 4

هل كنت تصدق من قبل انّ الامريكيين صعدوا إلى القمر، الم ينتابك اي شكّ ؟.

لم تثر اي إجابه من إجابات الافراد "التجريبيين" إلى وجود شكوك مسبقه حول "عمليه القمر" او صعود الإنسان إلى القمر، حيث انّ الجميع كانوا يصدقون بذلك رغم انّ بعضهم ذكر انّ الفكرة كانت بدايه ظهورها غير معقوله لكن بثتها عبر وسائل الإعلام خصوصا على شاشه التلفزيون جعل عقول الملايير من البشر يصدقونها، وترسخت هده الفكرة في الاذهان طيله سنوات مضت، إلا انّ الافراد الخاضعين لتجربه البحث غيروا رايهم بعد مشاهدة الفيلم مباشرة واعتبروها فعلا اكذوبه.

فكرة صعود الامريكيين إلى القمر تجدرت في عقول افراد التجربه إلى غايه تعرضهم للفيلم، ما معناه انّ الشاشه بإمكانها ان تغرس افكارا كما بإمكانها ان تزيلها.

السؤال 5

هل تثق في المعلومات التي شاهدتها في هدا الفيلم ولمادا ؟.

كان هدا السؤال اختباريا لمدى صحه الإجابات السابقه وقد تبين من خلال الإجابات المتحصل عليها انّ كلّ افراد المجموعه التجريبيه "ب" ابدوا ثقتهم الكامله في المعلومات التي قدمها فيلم "عمليه القمر" ولم يكن إعتراضهم إلا على ما حاول المخرج التشكيك فيه.

ثقه افراد التجربه الكامله في معلومات الفيلم تؤكد وقوعهم في التضليل الإعلامي حسبما تشير إليه فرضيه البحث.

السؤال 6

ايهما في نظرك اصح: ما بثته وسائل الإعلام منذ سنه 1969 ام ما ورد في هدا الشريط سنه 2002 ولمادا ؟.

إلى غايه هده المرحله من الاسئله تسير الإجابات في طريق تاكيد صحة الفرضيه الثانيه من البحث، حيث نجد انّ كلّ الإجابات اشارت إلى تصديق افراد

التجربه للفيلم الذي عرض لاول مرة سنه 2002 على قناة "ارت" الفرنسيه وقاموا بإلغاء جميع احكامهم المسبقه حول صعود الامريكيين إلى القمر واعتبروا المعلومات التي تم نشرها عبر وسائل الإعلام منذ سنه 1969 دعائيه لصالح الولايات المتحدة الامريكيه خصوصا وانها كانت في ظل الحرب الباردة والتنافس مع القوة العالميه الثانيه انذاك "الاتحاد السوفياتي"، كما ذكر بعض الطلبه ان التطور العلمي الذي عرفته البشريه في السنوات الاخيرة سمح بكشف خدعه الامريكيين وتفنيدها بادلة علمية.

استطاع مخرج فيلم "عمليه القمر" ان يلغي كل القناعات السابقه لافراد التجربه، ما معناه انه استطاع التاثير عليهم كل بمفرده.

السؤال 7

إلى اي مدى تثق في المعلومات التي تشاهدها عبر شاشه التلفزيون ؟.

نلاحظ من خلال الإجابات على هدا السؤال ان جميع افراد العينه ذكروا انهم يثقون في المعلومات المقدمه على شاشه التلفزيون بنسبه كبيرة متفاوته تصل إلى 99 %، وقد ارجع ذلك إلى المصداقيه التي يحظى بها التلفزيون كوسيله إعلاميه وقدرتها على إحداث الإقناع لدى المتلقي بالصورة والصوت وهو ما قد تفتقد له باقي وسائل الإعلام باستثناء الانترنيت اي ان قناعات الفرد تتوقف على مدى قدرة الوسيله على الإقناع بمعنى انه يمكن للتلفزيون ان يمارس اساليب التضليل الإعلامي على المشاهدين وان تكون نتائج ذلك إيجابيه في حال لم تلق المعلومات المبثوثة تكذيبا على قنوات اخرى وهو ما ذهب إليه الطلبه حيث انهم لا يزالون يصدقون ما تبثه البرامج المتلفزة إلى غايه ظهور اخرى تاتي بمعلومات مغايرة او منافيه ويكون ذلك عادة على فضائيات تختلف من حيث السياسه العامة للجهة المالكه، كما اشار بعض افراد العينه إلى ان شكوكهم تحوم حول بعض البرامج فقط ويبقى تصديقها مرهونا بالاستقصاء عن المعلومات التي قدمتها سواء من وسائل إعلام اخرى او من الكتب، المحاضرات، المختصين..

الإقناع الذي يمارسه التلفزيون على الافراد باستعمال الصورة والصوت يؤدي إلى تفتهم باغلب البرامج وبالتالي يسهل تمرير رسائل تضليليه وقبولها من طرف الفرد على انها حقيقة.

السؤال 8

هل تفضل مشاهدة التلفزيون بمفردك ام جماعيا اي برفقه اخرين ولمادا ؟.

لا يبدو الفارق كبيرا بين المجموعه التجريبيه "ا" مجتمعين والمجموعه التجريبيه "ب" منفردين حيت نلاحظ من خلال إجابات الطلبه انهم يفضلون سلوك المشاهدة الفرديه للتلفزيون في صيغه المستقبل اي انه ليس كل الطلبه يشاهدون التلفزيون بمفردهم خلال هده الفترة وإنما يرغبون في دلك لدواعي تتعلق بالإمكانيات المادية لكلّ عائله، حيت نجد ان تفضيلهم لسلوك الإنعزال مبررا بحريه إختيار البرامج والتركيز في استيعابها بينما يفضل اخرون سلوك الإجتماع امام الشاشه لانه يضفي طابعا خاصا على البرنامج المشاهد وكدا العلاقات الإجتماعيه بين الافراد، كما ان النقاش المتار حول معلومه ما قد يسمح بوضع إطار لفهم موحد للجميع سواء كان موافقا او مغايرا لاهداف القائم بالإتصال.

السلوكات الإنفراديه امام الشاشه رغم انها غير مطبقه بنسبه كبيرة إلا انها مفضله لدى الاغلبيه.

السؤال 9

إدا شاهدت التلفزيون برفقه اخرين هل تتجادلون وتتنافسون حول البرنامج الدي تشاهدونه ؟.

في الحالات التي يجتمع فيها الافراد امام شاشه التلفزيون، اشارت إجابات افراد العينه إلى ان جلساتهم لا تخلو من النقاش او التعليق حيت يتم تبادل المعلومات بينهم حول الموضوع خصوصا إدا كان متيرا للجدل، تختلف بشانه الاراء في حين يرفض اخرون هدا النقاش لانهم يفضلون مشاهدة التلفزيون بمفردهم كما جاء في السؤال السابق.

الإطار الجماعاتي لمشاهدة التلفزيون يفرض النقاش بين المشاهدين ما قد يؤثر على تلقي المعلومه والتعامل معها.

السؤال 10

هل تقتنع بالمعلومات التي تشاهدها عبر التلفزيون ام المعلومات التي تحصل عليها من خلال نقاشك مع المجموعه التي تشاهد معك نفس البرنامج؟.

توضح الإجابات على هدا السؤال المكانه التي يحظى بها التلفزيون لدى الافراد والجماعات حيث انه تم الإشارة إلى ان معلومات التلفزيون هي الاكثر تقبلا حتى ولو كان سلوك المشاهدة جماعيا خصوصا إدا تم تقديم ادله وبراهين مقنعه، وقد يصل دلك في بعض الاحيان إلى إقتناع الجميع بالبرنامج ودلك ما توصلنا إليه في الفرضيه الاولى من البحث بينما يتغير الامر إدا كان افراد المجموعه المشاهدة من دوي الإختصاص او لديهم قدرات على الإقناع اكثر من تلك التي يستعملها البرنامج، ومثل دلك وجود قائد للراي في المجموعه يتحكم في تكوين الراي الجماعي بشان البرنامج المشاهد ويصل دلك إلى قدرته على تغيير ارائهم تماما ورفضهم للمعلومات المقدمه بالبرنامج.

رغم إرتفاع درجه تصديق برامج التلفزيون إلا ان قائد الراي في المجموعه المشاهدة بإمكانه تخفيض هده الدرجات.

السؤال 11

هل تحب ان تمتلك تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثه مثل "فلاش ديسك، mp3، الكمبيوتر الشخصي في هاتفك النقال..."؟.

مثلما تحصلنا عليه في المجموعه التجريبيه "ا" فإن افراد المجموعه التجريبيه "ب" يفضلون إمتلاك التكنولوجيا الإتصاليه الحديثه لدوافع تتعلق بالتحكم في المعلومات الخاصة بكلّ العالم وفي زمن قصير (الزمان/المكان)، إضافه إلى الرغبه في بلوغ مصاف الدول المتقدمة ...

امتلاك التكنولوجيا الحديثه للاتصال يتحول مع مرور الزمن إلى حاجه ملحة لدى الافراد لعدة إعتبارات.

السؤال 12

في نظرك هل يمارس التلفزيون التضليل الإعلامي وما هو غرض القائم بالإتصال من وراء دلك ؟.

قناعات كل افراد العينه تشير إلى ان التلفزيون كوسيله إعلاميه يمارس اساليب التضليل الإعلامي والتلاعب بالعقول بطريقه او باخرى نظرا لقدرته الفائقه على تكوين الراي العام وبالتالي فإن القائم بالإتصال يهدف من خلال نشر رسائل مضلله تتوافق مع الإديولوجيا والاهداف المسطرة بغرض التحكم في الجماهير وتعبئتها بافكار ملائمه تخدم مصالحه دون حاجه إلى استعمال القوة والحركات الاستعماريه التقليديه.

استعمال اساليب التضليل في التلفزيون يهدف إلى التحكم في الشعوب وتكوين ارائهم في قالب واحد يخدم إديولوجيا معينة.

خلاصة

يتضح لنا في المرحله التانيه من التجربه التي تم فيها عرض الفيلم على 12 فردا منعزلين عن بعضهم اثناء زمن العرض انهم اقتنعوا تماما بما جاء به المخرج من افكار وانهم تاثروا بالادله والشهادات التي تضمنها الفيلم على حساب قناعاتهم السابقه حول صعود الامريكيين إلى القمر والتي ترسخت لديهم على مدى سنوات، وبناء على دلك بنيت لديهم افكار جديدة مفادها ان الولايات المتحدة الامريكيه استطاعت من خلال وسائل الإعلام ان تخدع جميع شعوب العالم، ورغم ان تفتهم بالتلفزيون عاليه إلا ان العلاقات الإجتماعيه وتموقع الفرد داخل العائله والمحيط وسلوكات المشاهدة الجماعيه قد يكون لها تاثير على تكوين اراء واتجاهات الفرد لدلك يكون عزل الفرد عن المجموعه وتعرضه للشاشه بمفرده "ظاهرة التوتيزم" اكثر تاثيرا عليه من حيت تقبله للرسائل التضليليه، واخيرا فإن

جميع افراد المجموعه التجريبيه "ب" يفضلون إمتلاك التكنولوجيا الحديثه بغرض مسايرة عصر التطور في الوسائل والتقنيات.

لا نحتاج في هذه المرحله من التجربه إلى إعادة تكرارها مرات اخرى مع إحترام نفس الظروف للتاكد من النتائج المحصل عليها متلما قمنا بذلك في التجربه الاولى، وذلك يعود لطبيعه التجربه المستقاة من الفرضيه التي تقتضي عرض الفيلم على كل فرد بمعزل عن الاخرين، وبما ان التجربه شملت 12 فردا تحت نفس الظروف فإن ذلك يعد تكرارا واختبارا لنتائجها 11 مرة إضافيه، وقد تم التاكد من خلال إجابات الطلبه ان الفوارق بسيطه بينها وانها تصب كلها في الفرضيه الثانيه من البحث كون التضليل الإعلامي للتفزيون يكون بصفه اكبر في حال توفر العلاقه (شاشة/فرد واحد فقط).

لناتي مباشرة إلى المرحله الثانيه وهي تحليل نتائج "الفرد الضابط" الذي لم يشاهد الفيلم ولم يخضع للتجربه بغرض مقارنتها مع ما سبق من نتائج.

تحليل نتائج "**الفرد الضابط**"

كما سبق وان ذكرنا فإن الفرد "الضابط" هو الذي يحمل نفس مواصفات افراد عينه التجربه باستثناء وحيد هو عدم مشاهدته للفيلم مع إجابته على مجموعه من الاسئله مشابهه لتلك المطروحه على المجموعه الضابطه "ج" في المرحله الاولى من التجربه وبالتالي فإن إجابته كانت كالتالي:

نلاحظ ان الطالب لديه قناعات سابقه بان الامريكيين صعدوا فعلا إلى القمر وليس لديه اي شك في ذلك، مشيرا إلى انه اخذ هذه المعلومات من وسائل الإعلام بالدرجه الاولى: التلفزيون، الإذاعه، الجريدة، الانترنيت..، إضافه إلى الكتب، المحاضرات، الإحتكاك بالاخرين..، حيث ان كلّ مصادر معلوماته تؤكد ذلك واستطاعت بالادله والبراهين ان ترسخ هذه الفكرة لديه لتكون بذلك معيارا اساسيا لقبول المعلومات وتصنيفها ضمن الحقائق المتفق عليها او الاكاديب كما ان ثقته بالتلفزيون تتوقف على ذلك باعتبار ان وسائل الإعلام تمارس اساليب التضليل الإعلامي على المشاهدين، القراء والمستمعين.

اما عن علاقته بشاشه التلفزيون فإنه يفضل المشاهدة الفرديه على الجماعيه لانها تسمح له بالتركيز والإحتفاظ بالمعلومات، اما في حاله مشاهدته للتلفزيون مع افراد اخرين فإنه يتفاعل معهم في النقاش حول الموضوع المشاهد ويعتبر رقما في معادله التاثير والتاثر في حين انه ذكر ان المعلومات المقدمه عبر التلفزيون اكثر إقناعا في حاله إذا كان المشاهدون معه لديهم معلومات غير كافيه او سطحيه عن الموضوع بينما يفضل الطالب متل بقيه افراد العينه امتلاك تكنولوجيا الإتصال الحديثه رغبه في سرعه التعامل مع المعلومات بشكل يفضي إلى التطور.

اهم ما يمكننا ان نستخلصه من إجابه "الفرد الضابط" على الاقل في هده المرحله انه مقتنع بفكرة صعود الامريكيين إلى القمر التي كان مصدرها وسائل الإعلام.

المقارنه بين نتائج "الفرد الضابط والمجموعه التجريبيه"

اخيرا نقوم بالمقارنه بين النتائج المحصل عليها لدى 12 فردا "منعزلين" (المجموعه التجريبيه "ب") والفرد الضابط "ج1" حيث نلاحظ ان هناك اوجها للإختلاف والتشابه بينهما، اما فيما يتعلق باوجه الإختلاف فهناك نقطه رئيسيه بينهما هي تصديق افراد المجموعه التجريبيه للفيلم المشاهد بنسبه 100 % وإقتناعهم بافكاره المكذبه لصعود الامريكيين على سطح القمر في حين نجد ان الفرد الدي لم يشاهد الفيلم بقي على قناعاته السابقه التي هي نفسها التي كانت لدى المجموعه التجريبيه "ب" وتغيرت تاترا بمضمون الفيلم وهنا يظهر تاثير التلفزيون على الفرد إذا كان بمعزل عن الاخرين بعكس ما توصلنا إليه في المرحله الاولى من التجربه اما فيما يتعلق باوجه التشابه بين الفئتين فتكمن في الإعتقاد السائد بان التلفزيون يمارس اساليب التضليل الإعلامي على المشاهدين وتفضيل سلوكات الإنفراد امام الشاشه لدى الجميع لاسباب ذكرناها سابقا، إضافه إلى الرغبه في إمتلاك التكنولوجيا الإتصاليه الحديثه وهو ما سنتحدث عنه في الفرضيه الثالثه من البحث.

بالتالي واستنادا إلى جمله المعطيات التي حصلنا عليها نكون قد تاكدنا من صحة الفرضيه الثانيه وهي ان **إمكانيه التضليل الإعلامي تتعزز في حاله عزل الفرد عن**

المجموعه وتصبح ذات فعاليه ونجاعه اكبر من تلك التي تحدث في الصيغه الجماعاتيه.

المقارنه بين نتائج مرحلتي التجربه

بعد تحليل إجابات الطلبه او افراد العينه التجريبيه ومقارنتها مع إجابات المجموعه الضابطه مرورا بمرحلتي التجربه الاولى والثانيه للتاكد من صحه الفرضيتين 1 و2 يتبين لنا الفرق بين سلوك المشاهدة الجماعيه لبرامج التلفزيون وسلوك المشاهدة الفرديه او المنعزله عن الاخرين، حيث كشفت لنا نتائج التجربه انه يمكن ان تمارس وسائل الإعلام –التلفزيون في الدراسه- تضليلا إعلاميا على المشاهدين وتمرير رسائل كاذبه ومموهه لاوجود لها من الصحه، لكن درجه التاثير تختلف حسب طبيعه سلوك المشاهدة، فإذا كان جماعيا تتضائل نسبه التاثير والتضليل نظرا لتدخل العلاقات الشخصيه والمحيط في قولبه الراي وصياغته نهائيا رغم ما يمكن ان يتضمنه البرنامج من اساليب إقناعيه دلك ان للمحادثات والمنافشات دور في التحكم في الافراد وتنظيم المجموعه وفقا لنظريه قائد الراي او تدفق المعلومات على مرحلتين، لكن نسبه تاثير الوسيله الإعلاميه ترتفع إلى حدود مرتفعه في حال عزل الافراد عن الاخرين من خلال سلوك المشاهدة المنفرد "توتيزم لوسيان سفتز"، إذ يسهل في هده الحاله التاثير على الافراد وتمرير الرسائل التي يرغب بها المرسل بعيدا عن المؤترات الجانبيه التي يمكن ان تتدخل في صياغه رايه متلما دكرنا سابقا. واستنادا إلى دلك تبين إلى درجه كبيرة صدق فرضيتي الدراسه، ومنه استخلاص الفرضيه الاخيرة.

6.4 الفرضيه 3

عزل الفرد عن الجماعه وخلق الوعي المزيف احد اهم ركائز الاستراتيجيه الكونيه لقادة العالم وقادة التكنولوجيا والإعلام (cybercontrole).

في اخر فرضيه من الدراسه سيكون الطرح فلسفيا نوعا ما قائما على ربط استنتاجات المرحلتين 1 و2 من التجربه والاستراتيجيا الكونيه لطبقه تحاول التحكم في جميع شعوب العالم تسمى بـ" الجماعات الخاصه صانعه القرار"[1].

لكن بطرق حديثه لها علاقه بتوظيف وسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثه لخدمه هده الاغراض من خلال إزاله جميع المعوقات التي اشارت إليها الدراسات العلميه السابقه، او بصيغه اخرى عزل الافراد عن بعضهم عن طريق استخدامات وسائل الإعلام وتكنولوجيا الإتصال او ما يعرف بظاهرة "التوتيزم" لدى لوسان سفنز، متحديه بدلك التاثيرات التقليديه لوسائل الإعلام وفاعليتها في كتير من القضايا الدوليه، حيت "ساهمت في إنهاء التدخل الامريكي في فيتنام، وفي استقاله رئيس الدوله انداك "نيكسون" إثر فضيحه "ووترجيت"، وكدا ازمه الرهائن الامريكيين في إيران، التي حالت دون انتخاب الرئيس كارتر لعهدة ثانيه..."[2]، إد تشكل "قوة اساسيه، فهي تضع برنامج المنافسه العامه، وهده القوة السياسيه الكاسحه لايقيدها القانون، وهي تحدد ماسيتحدث عنه الناس وماسيفكرون فيه"[3]

ايديولوجيا قادة العالم (idéologie des maitres du monde)

علينا ان نتفق اولا ان لكل ايديولوجيا بربرياتها، ويؤكد Paul Recoeur من خلال دراسه قام بها عن الطوباويات السياسيه في القرن 19 ان الايديولوجيا لا تعارض الحقيقه في حين تمثل الطوباويه الخيال واللاواقع، واقتران كل من

---

[1] احمد الخشاب، احمد التكلاوي، المدخل السوسيولوجي للإعلام، القاهرة، دار الكتب الجامعية، سنة 1974، ص 99.

[2] سيمون سيرفاتي(تر) محمد مصطفى غنيم :***وسائل الإعلام والسياسه الخارجيه***،ط1،القاهرة:الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية،1995،ص .27

[62] دوريس إيه جريبر(تر)اسعد ابوليدة:***سلطه وسائط الإعلام في السياسه***،ط1،عمان،دار البشير،ص 108.

الاديولوجيا والطوباويه يمثل ركيزة الخيال الاجتماعي، وادا كان Sfez يعتبر الاتصال ديانه الزمن الحديث حينا فإنه يربط هدا الاتصال بالاديولوجيا احيانا كثيرة.

إن المشروع الطوباوي لقادة العالم يبدو طموحا جدا، حيث يرتكز على ثلاث مستويات دكرها Breton هي:

.خلق مجتمع مثالي.

.ابداع تعريف انتروبولوجي اخر للانسان.

.ترقيه الاتصال والاهتمام به كقيمه في المجتمع.

الحكومه العالميه والمنطق الامبراطوري

"علينا الا نقع في المدهبيه الديمقراطيه حيث يكون الناس احسن الحكام بخصوص نفعياتهم..، الافراد حمقى للغايه ويجهلون كيف يكونون واعين بمصالحهم ...ولاننا انسانيين علينا ان نهمشهم ونضعهم تحت المراقبه، والوسيله الافضل لتحقيق دلك هي الدعايه".

هده احدى دعائم المنطق الامبراطوري التي دكرها هارولد لازويل في مقال له سنة **1933** بعنوان **(propagande)**[1]، فمند البدايات الاولى حيث فاز إنسان "الكروماتيون" بالحياة وانقرض إنسان "النياندرتال"، سعى الانسان دائما للسيطرة على الاخرين الدين يعيشون معه او الحاق القبائل المجاورة بقبيلته من خلال الصراعات وتوسيع الاعتداءات من اجل استعباد الاخر ووضعه تحت سيطرته ورقابته، والتاريخ الانساني حافل بنماذج مثل "الفرعون" و"الامبراطور الاعظم".

لكن هل الرغبه في المزيد من السلطه والتوحيد يعد قانونا طبيعيا للحياة ؟، هل قانون الاختلاف الدي سمح بتطور الفكر وتطور العالم لم يعد ضروريا، ويكفي اعطاء توكيل للفكر الاوحد ليفكر عن الجميع ؟.

يقوم الفكر الامبراطوري حسب ما يدكر هيرفريد مونكلر في كتابه "امبراطوريات" على ابتلاع المناطق الواقعه على حدود الامبراطوريه واستغلال

[1] http// : www.inst.at/trans/15nr/plenum/Chomskey15fr.htm , consulté le 10-12-2006.

تروتها، لتزداد فقرا بينما يزداد المركز تراءا، إن هدا القرار الامبراطوري الدي يصنع في المركز ويفرض على الاطراف يشرع التوسع والتدخل في كامل محميات الامبراطوريه.

حسب Nietsche فإن الإنسان القوي هو إنسان الفعل (l 'action) ، والإنسان الضعيف هو إنسان رد الفعل (la réaction)، والإنسان القوي ينقاد دائما لداخله وما تمليه عليه نزعاته وغرائزه وفطرياته، في حين ان الإنسان الضعيف يطيع العالم الخارجي ويخضع للمجتمع والاخلاق حسب David Riesman (other directed) [1]، ويقترح Nietsche محاكمه الاخلاق من خلال تعويضها بقانونين مستمدين من "الزولوجيا" او علم الحيوان:

.تدريب الغبي (le dressage d 'une bête).

.إزاله النوع (l 'élevage d 'une espèce).

هده الفلسفه تحمل في طياتها ميكانيزمات الإقصاء التي تخدم الاقليه النخبويه القويه على حساب الاغلبيه من خلال خلق نموذج الإنسان الحديث المبتور الداخل (sans intérieure)، والعبوديه الجديدة، دكر George Orwell سنة 1984 قائلا: "نحن لا نبحث عن السلطه من اجل تلبيه رغباتنا الخاصه ولكن من اجل الخير العام للأغلبية...عليهم ان ينقادوا لمن هم اقوى منهم، النوع البشري عليه الاختيار بين الحريه او الحياة الافضل ...، السيطرة على المادة ليس مهما لاننا تحكمنا مطلقا فيها، ما هو اكتر اهميه هو التحكم في العقول ..، السلطه ليس على الاشياء ولكن على الافراد .."[2].

[1] Philippe Breton , l'utopie de la communication , le mythe du village globale , op cit , p 12.

[2] http// :www.escl.com/george orwell/156332/le nouvel esclavage/ant.htm consulté le 04-02-2007.

التضليل الإعلامي

إنّ النظام الميدياني يمثل اله اديولوجيه تحتل اهميه كبيرة اكثر من النظام التعليمي من حيث إعادة إنتاج المجتمع او التنشاة الاجتماعيه، ويكفي لتاكيد دلك مقارنه عدد الساعات التي يقضيها الطفل امام الشاشه بتلك التي يقضيها في المدرسه، حيث انّ الافكار والمشاريع السياسيه اصبحت عبارة عن رسائل ميدياتيه من خلال الاستعمال المكثف لسبر الاراء والإشهار السياسي والتسويق وتقنيات الدعايه والتضليل، فانفجار الاتصال (Philippe Breton) لم يكن على مستوى التقني فحسب بل كان انفجارا على المجال السياسي خصوصا بعد الحرب العالميه التانيه، حيث اصبحت إمبراطوريه وسائل الإعلام الرمزيه تمثل رهانا اديولوجيا وسلطويا وممرا ضروريا لكافه الفاعلين السياسيين.

يشير Stuart Hall إلى انّ وسائل الإعلام تشكل احد اهمّ الميكانيزمات القويه لاديولوجيا النخبه السلطويه، وانّ المدركات والمكتسبات الثقافيه للافراد تتاثر حتما بهده الاديولوجيا (la manipulation des foules)، وما دام الإعلام في خدمه قادة العالم (Serge Halimi) والحضارة الفريدة[1] حسب تعبير صامويل هنتغتون فلا ضير من استعمال اساليب التضليل والتزوير والتلاعب بالمعلومات ونشر انصاف الحقائق من اجل التلاعب بالعقول وتطويع الجماهير.

وتعدّ من الوسائل الناجعه في تضليل الراي العام صرف انتباه الجماهير عن المشاكل الحقيقيه والهامه نحو المواضيع التافهه والبسيطه (نظريه وضع الاجندة) وتشتيت التركيز من خلال الخلط المتعمّد للاخبار والمعلومات (انظر الملحق)، لدلك يقول احمد عبد الملك انّ "الصبغه التجاريه للإعلام الامريكي لا يمكن باي حال من الاحوال ان تجعله يقلت من التوجهات العليا للسياسه الامريكيه مهما بشّر بحريه الإعلام او ديمقراطيته، وانّ التفوق الامريكي في الإعلام لم يكن تكنولوجيا فحسب، بل معلوماتيا واستراتيجيا، إذ يتمّ بناء سيناريو التغطيه الإعلاميه لاي حدث عالمي او محلي لدى دوائر القرار مع دوائر الإعلام"[2].

---

[1] س، ص 38 .

[2] احمد عبد الملك، :قضايا إعلامية، ط1، عمان، دار مجدلاوي للنشر، سنة 1999، ص 97

7.4 نتائج التجربه

بعد الإنتهاء من مراحل التجربه وفقا لإشكاليه الدراسه الموجهه للبحث والمطروحه كالآتي:

ما هي العلاقه بين "توتيزم سفتز" (le tautisme de lucien Sfez) والتضليل الإعلامي (la manipulation médiatique) في ظل "الاديولوجيا الفوقيه" ؟.

مصحوبه بثلاثه فرضيات رئيسيه:

1 . التلفزيون يمارس اساليب التضليل وخلق الوعي المزيف ولكن بنسبه اقل لدى المجموعه.

2. تتعزز إمكانيه التضليل الإعلامي وبنسبه كبيرة في حاله عزل الفرد عن المجموعه وتصبح ذات فعاليه ونجاعه اكبر من تلك التي تحدث في الصيغه الجماعاتيه.

3. عزل الفرد عن الجماعه وخلق الوعي المزيف احد اهم ركائز الاستراتيجيا الكونيه لقادة العالم وقادة التكنولوجيا والإعلام (cybercontrole).

بعد ان قمنا بعرض شريط وثائقي وهو فيلم للمخرج "وليام كارل" تم بثه سنه 2002 على القناة الفرنسيه "ارت"، محوره تكذيب فكرة صعود الامريكيين إلى القمر، وقد قمنا بالتجربه على عينه تتكون من 100 فرد من مجتمع بحث "طلبه السنه اولى جامعي إعلام وإتصال بجامعه وهران، السنه الجامعيه 2007/2006"، مقسمين إلى 10 افواج، 6 مجموعات تجريبيه و4 مجموعات ضابطه مع إحترام كل شروط تطبيق المنهج التجريبي على دراسه الظاهرة "التضليل الإعلامي كمتغير مستقل وعزل الافراد كمتغير تابع"، حيث خلصنا إلى النتائج التاليه:

1. صدق الفرضيه الاولى: التلفزيون يمارس اساليب التضليل وخلق الوعي المزيف ولكن بنسبه اقل لدى المجموعه، وذلك من خلال التجربه الاولى حيث تبين ان جميع افراد المجموعه التجريبيه تمسكوا باراء قادة الراي ولم يتقبلوا فكرة الفيلم رغم الادله والشواهد التي تضمنها، بينما لوحظ إقتناع قله منهم بالعكس ووقوعهم كضحايا للتضليل الإعلامي.

2. صدق الفرضيه التالته: تتعزز إمكانيه التضليل الإعلامي وبنسبه كبيرة في حاله عزل الفرد عن المجموعه وتصبح دات فعاليه ونجاعه اكبر من تلك التي تحدث في الصيغه الجماعاتيه، وهو محور هده الدراسه من حيث ارتباطه بظاهرة "التوتيزم" التي جاء بها لوسيان سفتز، حيث تبين انه كلما تحكم القائم بالإتصال في عزل المشاهدين عن بعضهم وضمان تلقيهم للرسائل الإعلاميه بشكل منفرد، كلما زادت إمكانيه التحكم فيهم وارتفعت إحتمالات تضليلهم، ومنه يمكن ان نستخلص ما جاءت به الفرضيه التالته.

3 . صدق الفرضيه التالته: عزل الفرد عن الجماعه وخلق الوعي المزيف احد اهم ركائز الاستراتيجيا الكونيه لقادة العالم وقادة التكنولوجيا والإعلام (cybercontrole).

4 لا يمكن تعميم هده النتائج في المجتمع الجزائري حيث لا تتواجد ظاهرة الإنفراد في العلاقه ما بين الفرد والشاشه بالحجم الدي تحدث عنه لوسيان سفتز حول "التوتيزم" لدى الطفل الامريكي من جهه ومن جهه تانيه إدا ما تم الاخد في الحسبان قصور المنهج التجريبي في الوصول لنتائج دقيقه فيما يتعلق بالعلوم الانسانيه حيث تقف صعوبه اصطناع الظروف اتناء التجربه كما هي في الحقيقه عائقا امام دلك.

بالتالي يمكننا الوصول إلى نتيجه نهائيه، ان عزل الافراد عن بعضهم البعض امام الشاشه او وسائل الإعلام بصفه عامه او ما يعرف لدى لوسيان سفيتز بظاهرة الـــ"توتيزم" وهو ما لاحظناه من خلال استعمال فيلم "عمليه القمر" في التجربه بإعتبار انه كدبه إعلاميه ومحاوله للتضليل. ومن خلال التربيه التكنولوجيه المكرسه للفردانيه "المشاهدة بمعزل عن الاخرين للتلفزيون، السنما، امام الكمبيوتر، اللعب مع الشاشه -العاب الفيديو- .."، يمكن ان تعيد لوسائل الإعلام اسطورة تاتيرها على الافراد والجماهير متلما كان يعتقد دلك الباحتون الاوائل في هدا المجال من امتال لزارسفيلد وهارولد لازويل كما يمكنها ان توضح الغموض

الذي كان يتميز به مفهوم الحشد إذ كان رايمون وليام في كتابه "الثقافه والمجتمع" يصفه بـ"ما لا نعرفه"[1] وتحويله إلى "ما نعرفه" من خلال عزل الافراد عن بعضهم،س حيث ان تنامي ظاهرة الـــ"توتيزم" يؤدي حتما إلى زيادة تاثير وسائل الإعلام وكذا نسب التضليل، ما يجعل المستقبل في وضع غير نشيط وسلبي للغاية بعكس ما اشارت إليه اخر الدراسات في الإعلام والإتصال، إذ ان تفكيك الرسائل "le décodage" بشكل فردي يختلف عن التفكيك ضمن المجموعه. ويمكننا القول ان الإنسان ستحكمه مجددا القوى الداخليه لكن تحت مراقبه قوى مؤثرة " cyber-éxtérieur" في العالم الخارجي وهو ما دهب إليه فيليب بروتون حين ذكر ان إنسان البشريه الاولى كان خاضعا للعالم الداخلي اي لنفسه كونه كان قليل الإتصال بالاخرين، ليتحول فيما بعد إلى مرحله التاثر بالعالم الخارجي اي بعدما إتسعت رقعه علاقاته واصبح متموقعا إجتماعيا، ثم بعد دلك سيعود مرة ثانيه إلى مرحله الخضوع للعالم الداخلي بحكم إنعزاله عن الاخرين مجددا من خلال استعماله لتكنولوجيا الإتصال وكذا إمتثاله للنمادج المسوقه عبر وسائل الإعلام، "من النموذج الجماعي نحو التناني إلى النموذج الفردي اخيرا" او تحوله من الفضاء العمومي إلى الفضاء الخاص، لصالح اصحاب المشاريع الكبرى "قادة العالم" بعدما فشلت وسائلهم التقليديه في الهيمنه لتتجه الانظار نحو طوباويه الدكاء الإصطناعي ومن يمكن ان تحققه العلاقات المستقبليه ما بين الإنسان والاله من تبعيه إلكترونيه في مجال الإنتخاب "e- voting"، الشراء والتسوق "e- commerce"، التعلم "e-learning"، الطب " télé-médcine"، العمل "télé- travail"، المحاضرات "télé-conférence"..إلخ.

[1] Sous la direction de Paul Beaud, Patrice Flichy, Dominique Pasquier, Louis Quéré, la sociologie de communication, réseaux et net, Paris,1997, p 26.

تستمد اديولوجيا سادة العالم إلهامها من غائيات Machiavel التبريريه* وعسكريات Carl Von Clauswitz الاستراتيجيه حول فن الحرب* والمنطق الغابي لداروين (البقاء للاقوى، او ما يسمى بالداروينيه الاجتماعيه)، وفلسفه Nietsche الاتنيه (عالم الاقوياء "القادة" وعالم الضعفاء "العبيد") و"إقالته للإله"، (استقاله الإله او وفاته وظهور الإله الصغير"الإنسان")، وصراعيات صمويل هنتغتون الحضاريه (الحضارة الفريدة)، وعنتريات هتلر الفوق انسانيه وحب المطلق (Pierre legendre)، وطوباويه Wiener الانتروبولوجيه حول المجتمع السيبرنطيقي الجديد وسيناريوهات النهايه لفرانسيس فوكوياما.

ولان للإيديولوجيا ايضا نبوءاتها متلما تنبا كارل ماركس باشتراكيه المجتمع الشيوعي و"الرايخ" النازي بحتميه سيادة الجنس الاري، فإن سادة العالم والتكنولوجيا يتنبؤون كذلك بـ"سبرنطقه" العالم الرقمي، من خلال التحكم في الانظمه الحيه وغير الحيه ووضعها تحت رقابه الفكر "الفوقي الامبراطوري".

قد تختلف الاشكال الانتقائيه لمنهجيه القوة وعنتريات المسيطر، لكنها مرنه للغايه مع التحولات الكبرى، وإن كانت الاستراتيجيا "الفوقيه" هي التي تصنع الاحداث المستقبليه وفق الرؤى والافتراضات والنظريات الكبرى ولا تنتظرها لتحدث حتى تتكيف معها، فإن افكار عزل الافراد عن بعضهم البعض "مفهوم التوتيزم لدى "لوسيان سفنز"، تنطلق من منطق التاثير على الجماهير: فكلما تناقص عدد افراد المجموعات وكان صغيرا، كلما كانت حظوظ النجاح في تمرير افكار محددة اكبر (déviser pour régner).حيث توصلنا إلى دلك من خلال العمل التطبيقي الذي صاحب هده الدراسه مستعملين في دلك المنهج التجريبي، إذ قمنا بإجراء تجربه على مجموعه من الطلبه في علاقتهم بالشاشه تطبيقا لمفاهيم الدراسه الاساسيه "التوتيزم" و"التضليل الإعلامي"، متبعين اثناء دلك جميع خطوات المنهج التجريبي والتي افضت إلى نتائج حققت فرضيات الدراسه بنسبه كبيرة،

---

* لقد أطلق Machiavel حكما مطلقا بغباء الشعوب و ضرورة قيادتها من طرف النخبة .

*من أهم ما تحدث عنه Carl Von Clauswitz حول فن الحرب هو التخطيط الاستراتيجي والقوة العسكرية الدفاعية والهجومية، ودراسة إمكانيات العدو، وكل ردود الفعل الممكنة والتكيف مع الظروف الطارئة والانقياد لقانون الاحتمالات ، إذ يعرف الحرب على انها "فعل القوة".

كانت اهمها: ان عزل الافراد عن بعضهم وضمان المشاهدة الفرديه يسمح إلى حد كبير بتضليلهم إعلاميا وبالتالي التحكم فيهم. لذلك، فإن الإنتاج التكنولوجي ليس وليد الحاجه او العشوائيه، وإنما وليد الإيديولوجيا والتخطيط الاستراتيجي من اجل تحقيق اهداف السيطرة والتحكم في الشعوب، إذ يعتبر Sfez التكنولوجيا سياسيه بالدرجه الاولى، والتي لم يعد بإمكان انسان الالفيه التالته الاستغناء عنها، حيث طغت على جميع مجالات الحياة، واستطاعت ان تتجاوز احداثيتي الزمان والمكان من خلال ما تقدمه من خدمات، هذا الطرح "التكنوفيلي" حول ايجابيات التكنولوجيا واسهاماتها في الرقي بحياة الانسان وتوفير الرفاهيه والحياة الافضل لا يغنينا عن الاخر "التكنوفوبي". فالتكنولوجيا قد سقطت صريعه الاديولوجيا والمشاريع السياسيه الكبرى واصبحت خادمه ــ سيدة في العالم التكنو-سياسي ،حسب تعبير .Lucien Sfez.

فالحديث عن حريه التعبير وحريه الوصول إلى المعلومه والشفافيه، بات دربا من الطوباويه والخيال المصنع في مصانع الديمقراطيه، كما بات اكيدا ايضا، ان التحكم في مصادر المعلومات بما يسمح إلى حد كبير بنشرها بطريقه ما، لا تسلم غالبا من اساليب التضليل والتلاعب بالعقول وخلق الوعي المزيف وخنق "الوعي الاجتماعي". ولعل التكنولوجيا الرقميه ادلت بدلوها في عمليه التضليل الإعلامي (la manipulation médiatique). هذه الظاهرة الإعلاميه، صارت تصنع في "مخابر فوقيه" تحت إشراف سادة العالم (les maîtres du monde) وسادة التكنولوجيا (les maîtres du technologie) و"الاعلامجيين"، (les massmedialogues). وإذا كان ماك لوهان قد تحدث عن القريه الكونيه البلوريه التي تنجزها مقاولات تكنولوجيا الإتصال إلى النحو الذي تزول فيه الحدود الجغرافيه، حسب ما ذهب إليه بول فاليريو، عندما اشار إلى "اننا نشهد اليوم نهايه الجغرافيا" من خلال تبادل الإتصال بالجميع ودون تحديد اطر للسوسيو ـ فضاء"، لكن توقعات لوهان خيبت ونبوءته كذبت وسقطت صريعه التطور السريع في التقانه الميديائيه، إلى درجه ان تصدع بلور القريه الكونيه وتشدرمت الروابط الإجتماعيه التقليديه لتصبح اشكالا افلويه ـ مما دفع بول صوليرانو إلى ان يعبر عنها بـ"نهاية الاتصال" ـ على اسوار تالوت: الاديولوجيا، الاستراتيجيا والتكنولوجيا، ووضع القواعد الجديدة للعبه التاثير مستقاة من سوسيولوجيات تشاكوتين، لزارسفيلد، هارولد لازويل

واخرون ومرتكزة في جوهرها على سيبرنطيقا نوبرت وينر، بما تحويه من مفردات التحكم الإجتماعي والسياسي "تفكيك مؤسسات التنظيم التقليديه وتجديدها بنظام شبكاتي اتصالي وروابط إجتماعيه افتراضيه"(وينر:الكتاب، فيليب بروتون، إنفجارالاتصال، ص246).

ما تناولناه في هده الدراسه من خلال الخوض في مختلف النظريات واللجوء إلى الإسهامات دات العلاقه الوطيدة، ومن خلال تجربه عزل الافراد اثناء سلوك المشاهدة في علاقتهم بالشاشه "التلفزيون او الكمبيوتر" يتضح جليا مصير الحشود والتجمهر الدي تحدثت عنه نظريات الإتصال الاولى وكدا تموقع الفرد الإجتماعي الدي اغتالته التيولوجيا التوتاليتاريه الجديدة "التوتيزم" ليصل فيليب بورتون إلى نتيجه: "إننا نعيش مع بعض منعزلين"،(بروتون:الكتاب، طوباويه الاتصال، ص137).

قد يبدو هدا الطرح استعجاليا واستباقيا لما هو جار عليه الحال بدول العالم التالت، مقارنه مع المجتمع الامريكي الدي متل رحم اشتقاق مفهوم "التوتيزم"، لكن التربيه التكنولوجيه التي يعد بها اسياد العالم في مشاريعهم الطوباويه حول الإتصال والسيبرنيطيقا

من خلال التطبيقات السوسيولوجيه لعلاقه الانسان بالاله لا تستبعد ان يكون هدا الطرح متربعا على عرش العلاقات الإنسانية مستقبلا جوهره الإتنيه السلطويه "سادة ـ عبيد".

قائمه المراجع

1. إبراهيم عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، الطبعه الاولى، الاردن دار محمد لاوي للنشر والتوزيع.
2. احمد بدر، مناهج البحث في الاتصال والراي العام والإعلام الدولي، بدون طبعه، القاهرة، دار قباء للطباعه والنشر والتوزيع، سنه 1998.
3. احمد يوسف مصطفى، تحديات العولمه والتخطيط الاستراتيجي، الطبعه التالته، سنة 2000.
4. احمد يوسف، سيميائيات التواصل وفعاليه الحوار، المفاهيم والاليات، بدون طبعه، الجزائر، مكتبه الرشاد للطباعه والنشر والتوزيع، سنه 2004.
5. الفن وهايدي توفلر، اشكال الصراعات المقبله، حضارة المعلوماتيه وما قبلها، تر: صلاح عبد الله، الطبعه الاولى، بيروت، دار الازمنه الحديته، سنه 1998.
6. يحي احمد الكعكي، الشرق الاوسط وصراع العولمه، الطبعه الاولى، بيروت، دار النهضه العربيه، سنه .2002
7. جيهان احمد رشتي، الاسس العلميه لنظريه الإعلام، الطبعه التانيه، دار الفكر ا لعربي، سنه 1978.
8. دوريس إيه جريبر، سلطه وسائط الإعلام في السياسه، تر: اسعد ابولبدة، الطبعه الاولى، عمان، دار البشير، بدون سنه.
9. ر. بورون وف. بوريكو، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، تر: سليم حداد، ديوان المطبوعات الجامعيه الجزائريه، الطبعه الاولى، سنه 1986.
10. زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعيه، المؤسسه الوطنيه للكتاب، الجزائر، سنة 1991.
11. سلوى عثمان الصديقي، هناء حافظ بدوي، ابعاد العمليه الاتصاليه، رؤيه نظريه وعمليه وواقعيه، بدون طبعه، مصر، المكتب الجامعي الحديث، ش دينوفراط / الازاريطه، سنه 1999.
12. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، الطبعه التانيه، القاهرة،

عالم الكتب، سنه 995 .

13. شيماء دو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الراي العام، الطبعه الاولى القاهرة، الدار المصريه اللبنانيه،2004.

14. عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي خلفيته النظريه والياته العمليه، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعيه، 2005.

15. علي حرب، حديث النهايات، فتوحات العولمه ومازق الهويه، الطبعه الاولى، المركز الثقافي العربي، المغرب، سنه 2000.

16. علي عجوة، العلاقات العامه والصورة الدهنيه، الطبعه الثانيه، القاهرة، عالم الكتب، 2003،

17. عواطف عبد الرحمن، ناديه سالم، ليلى عبد المجيد، تحليل المحتوى في الدراسات الإعلاميه، بدون طبعه، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، سنه 1983.

18. فضيل دليو ، مقدمه في وسائل الاتصال الجماهيري.....

19. قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال دراسه في الإعلام واتجاهات الراي العام، الإسكندريه، منشاة المعارف، سنة 1984.

20. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافه، بدون طبعه، القاهرة، عالم الكتب، بدون سنة.

21. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الطبعه الاولى، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعيه، سنه 1979.

22. محمد فلحي، صناعه العقل في عصر الشاشه، الطبعه الاولى، عمان، الدار العلميه الدوليه، دار الثقافه، سنه 2002.

23. ملفين ديفلور، ساندرا بول، روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، الطبعه الثانيه، الدار الدوليه للنشر التوزيع، سنة 1998.

24. منصور حسب النبى، الكون والإعجاز العلمي في القرآن، الطبعة الثالثة، دار الفكر العربي، مصر، سنة 1996.

25. نصر الدين العياضي، "علم اجتماع الميتودولوجيات وميتودولوجيات علماء الاجتماع"، مجله انسانيات، عدد 11، ماي-اوت 2000، مركز البحوث في

الانتروبولوجيا الاجتماعيه، وهران، crasc.

26. يوسف خياط، قاموس لسان العرب المحيط للعلامه ابن منظور، المجلد التالت من القاف إلى الراء. بيروت: دار لسان العرب.

27. موريس انجرس، منهجيه البحث العلمي في العلوم الإنسانيه –تدريبات عمليه-، تر: بوزيد صحراوي واخرون، الجزائر، دار القصبه للنشر، سنة 2004.

28. سيمون سيرفاتي، وسائل الإعلام والسياسه الخارجيه، تر: محمد مصطفى غنيم الطبعه 1،القاهرة، الجمعيه المصريه لنشر المعرفه والتقافه العالميه، 1995.

29. احمد عبد الملك، قضايا إعلاميه، ط1، عمان، دار مجدلاوي للنشر، سنه 1999.

30. صالح خليل ابواصبع، الاتصال الجماهيري، الطبعه1،عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، سنه 1999

31. صلاح الدين حافظ، احزان حريه الصحافه، الطبعه 2، القاهرة، مركز الاهرام للترجمه والنشر، سنة1997.

32. حمدي حسن، مقدمه في دراسه وسائل واساليب الاتصال، القاهرة، دار الفكر العربي، سنه 1978.

33. فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقميه، سوريه، دمشق، دار الفكر العربي، بدون سنه.

34. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبه الانجلو مصريه، سنه 1981.

35. إسماعيل سعد، الاتصال والراي العام، مبحث في القوة والإيديولوجيه، الإسكندريه، دار المعرفه الجامعيه، سنه 1979.

36. كمال الدين جعفر عباس، الاتصال السياسي، الطبعه 1، المكتب الإسلامي، سنه 2004

37. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسيه، دراسه في ترتيب الاولويات، القاهرة، دار نهضه الشروق، سنه 1997

38. مختار التهامي واخرون، الراي العام، القاهرة، مركز جامعه القاهرة للتعليم المفتوح، سنه 2000

39. احمد الخشاب، احمد التكلاوي، المدخل السوسيولوجي للإعلام، القاهرة، دار الكتب الجامعيه، سنه 1974

40. محمد سمير حسين، الراي العام، الاسس النظريه والجوانب المنهجيه، الطبعه1، القاهرة، عالم الكتب، سنه 1997،

41. صمويل هنتغتون، صدام الحضارات، إعادة صنع النظام العالمي، تر: طلعت الشايب، الطبعه الثانيه، سطور، سنه 1999

42. عبد القادر بوعرفه، "الاساس الاسطوري لنهايه التاريخ"، مجله إنسانيات، عدد 11، ماي– اوت 2000 ، مركز البحوث في الانتروبولوجيا الاجتماعيه، وهران crasc .

43. .Lucien Sfez , critique de la communication, édition SEUIL, Novembre 1992.

44. .Robert Escarpit, l'information et la communication, théorie générale, 1’édition, librairie hachette, 1991.

45. Albert Bressand, Catherine Distler, la planète relationnelle, Flammarion, 1995.

46. Alex Mucchielli, la nouvelle communication, Armand Colin, paris, 2004.

47. Armand Matlart, histoire de la société de l'information, édition la découverte, Paris, 2003.

48. Armand Mattelart, la communication – monde, histoire des ides et des stratégies, édition la découverte, Paris 1992.

49. Christophe Carré, halte aux manipulateurs, édition d 'organisation, 2004.

50. coordoné par phillipe cabin, la communication ; état des

savoirs, sciences humaines d'edition, 1998.
cours théorie de la communication, institut francais de presse, université Panthéon - Assas, année universitaire 2002. .51
Francis ball, média et société ,presse, audiovisuelle ,télécommunication ,multimédia télématique,7 édition ,Paris , édition Montchrestein,e,j,a,1994. .52
Gerard Leclerc, la société de communication, une approche sociologique et critique, presses universitaires de France, 1 édition, Paris, 1999. .53
Gerard Metayer, la société malade de ses communication ?, Dunod interférances, paris, 1980. .54
Gregory Bateson, Jurgen Ruesh, communication et société, édition de seuil, pour la traduction Francaise, 1988. .55
Gregory Derville, le pouvoir des medias, presse universitaire de Gronoble, 2001. .56
HACHETTE LITéRATEURE, LES COMMUNICATION DES MASS ,centre d' étude et de promotion de la culture , paris , 1972 .57
Hachette littérature, les communication de masse ; centre d'étude et de promotion de la culture , Paris ,1972 .58
Jean luc Micheal , la distanciation , essai sur la société médiatique , l 'harmattan , 1992 . .59
Jean Micheal Le Févre , savoir communiquer a l ' ère des nouveaux médias , 2 édition , Dunod , Paris , 1998 .60
Jean Yves, la communication politique, sous la direction de Jean Yves, la communication, cahier Français , octobre – Décembre 1992 , N°258. .61
Judith Lazar , la science de la communication…… .62
Marshall Mc Luhan, pour comprendre les media , les prolongements technologiques de l homme, traduit de l anglais par Jean Paré , édition SHMH, 1968. .63
Marshall Mcluhan, The medium is the massage: An inventory of effects, N.Y. Bantam books, Quentin Fiore 1967. .64
Michael Schudson , le pouvoir des medias , nouveau horizon , Paris ,2001. .65
Nicholas Negroponte, l'homme numérique, traduit par Michèle .66

Garéne, éditions Robert. Laffont, S.A, 1995.
PATRICE FLICHY, UNE HISTOIRE DE LA COMMUNICATION MODERNE –espace public et vie privé - édition la casbah,2000 .67
Patrick Farbiaz , comment manipuler les médias 101 recettes subversibles……. .68
Philippe Breton , l'utopie de la communication , le mythe de village globale , édition la découverte , Paris , 1995 .69
Phillipe Breton , Serge Proulx , l'explosion de la communication , ALGER , Casbah édition , 2000 .70
Philppe Breton , l utopie de la communication , le mythe de village planétaire , paris , edition la découverte , 1995 . .71
Rémy Rieffel, Sociologie des médias, ellips édition marketing s.a , Paris, 2001. .72
Rodolphe Ghilione et Marcel Bromberg , discours politique , télévision , 1 er édition ,Paris, presses universitaires de France 1998. .73
Sous la direction de Paul Beaud , Patrice Flichy , Dominique Pasquier , Louis Quéré, sociologie de la communication, édition CENT, Paris1997. .74
Sous la direction de Yeves Winkin , la nouvelle communication , édition Seuil 2000. .75
Valérie Devillard , « les précurseurs » , cours théorie de la communication, .76
Jean Cazaneuve, les pouvoirs de la télévision ; Paris , édition Gallimard, 1970, .77
Rémond et Neuschwauder, télévision et comportement politique, revue frasnçaise de sciences politiques , Juin 1963. .78
Philippe Breton, l'utopie de la communication, l'émergence de l'homme sans intérieure, édition la découverte, Paris, 1992. .79

Oliver simioni, la société de l'informtion, la nouvelle frontiére ?, univérsité de lausanne, institut d'anthropologie et de sociologie, 2002s. .80
Sous la direction de Paul Beaud, Patrice Flichy, Dominique Pasquier, Louis Quéré, la sociologie de communication, réseaux et net, Paris,1997. .81

http // www . reforme / arabonline /1548.a/ref.Htm , consulté le 05/01/2006. .82
http//www.pouvoir.med.com/14735.étude/interview.02-05-2000.journ.htm, consulté le 02-03-2006. .83
http//www.althawranews.net/ showdétails/php?id 28180, consulté le 24-11-2006 .84
http// :www.rezgar.com/debats/show.art.asp ?aid=4772 consulté le 12-01-2007. .85
Http// :www.cebchip.com/jean.guisnel/12586/guerres dans le cyberespace, service secret et Internet/clipper chip/dfr.9.2005/up.htm consulté le 02-02-2007. .86
http// :www.thalesgroup.com/all/pdf/brochure-thales-fr.pdf consulté le 05-01-2007. .87
http//.www maitredu monde. Org.sr./3.8.04/ tre consulté le 22/01/2006. .88
http//www.anti-med.com/Eric-laurent/18765-med/la face caché de 11 séptembre/doc.htm, consulté le 05-11-2006. .89
http //www.swalif.net/sforum1/archive/index.php/t.205365.htm , consulté le 05-11-2006. .90
http// :www.media.fr/les nouveaux chien de garde/24589 / Serge.12.halimi/kh.htm.consulté le 06-06-2006. .91
http// :www.image.com/média.asc/robin hunzinger.26455/kl,.htm.consulté le 04-01-2007. .92
http// : www.inst.at/trans/15nr/plenum/Chomskey15fr.htm , consulté le 10-12-2006. .93
http// :www.escl.com/george orwell/156332/le nouvel esclavage/ant.htm consulté le 04-02-2007. .94

استمارة تصنيف

يرجى ملئ بيانات هده الاستمارة، مع العلم ان المعلومات المحصل عليها ستخصص لاغراض علميه بحته.

* الاسم و اللقب:

* السن:

* 18-20 ☐
* 20-22 ☐
* 22-24 ☐

* شعبة الحصول على البكالوريا:

علمي ☐

ادبي ☐

* هل تملك تلفزيون؟

نعم ☐

لا ☐

* ما هي الوسيله الاعلاميه المفضله لديك؟

الصحيفه ☐ الراديو ☐ التلفزيون ☐ الانترنيت ☐

* ما هو عدد ساعات تعرضك لشاشه التلفزيون في الاسبوع؟

5-10 ساعات ☐ 10-20 ساعة ☐ 20-50ساعة ☐ اكثر من 50ساعة ☐

* ما هي نوعيه البرامج التي تشاهدها؟

سياسيه ☐ ثقافيه ☐ اجتماعيه ☐ اقتصاديه ☐ دينيه ☐

رياضيه ☐ اخرى ☐

* ما هو رايك في صعود الامريكيين إلى القمر "مهمه apollo 11 سنة 1969"

.....

.....

.....

.....

استمارة خاصه بالمجموعه التجريبيه

خلاصه الشريط الوثائقي :

هدا الفيلم للممخرج "وليام كارل" تم بثه من طرف القناة الفرنسيه "ارت" arte سنة 2002، يتضمن ادله علميه وشهادات حيه لفيزيائيين وشخصيات سياسيه معروفه مثل "هنري كيسنجر" و"دونالد رامسفيلد" حول فكرة صعود الامركيين إلى القمر من خلال مهمه "ابوللو 11" سنة 1969، حيث يكذب الفيلم هده الفكرة ويعتبرها خدعه من طرف الامريكيين، تم نشرها في إطار الحرب الباردة والسباق نحو التسلح ومن الادله العلميه التي يقدمها "كارل" مثلا انه لا يوجد هواء بسطح القمر، فكيف يرفرف العلم الامريكي ؟، بمعنى ان صعود الامريكيين إلى القمر كان إنتاجا سينمائيا من طرف "هوليوود"، تم تصويره في صحراء نيفادا التي يمنع دخولها.

ما هو تعليقك على الفيلم الدي شاهدته؟

.....

.....

.....

لمادا لم يظهر هدا الشريط إلا بعد مدة 33 عاما؟

.....

.....

.....

هل تعتقد ان النازا خدعتنا كل هده الفترة؟

.....

.....

.....

هل كنت تصدق من قبل ان الامريكيين صعدوا إلى القمر، الم ينتابك اي شك؟

.....

.....

.....

هل تثق في المعلومات التي شاهدتها في هدا الشريط ولمادا؟

.....

.....

.....

ايهما في نظرك اصح، ما بثته وسائل الإعلام مند سنه 1969 ام ما ورد في هدا الفيلم سنة 2002، ولمادا؟

.....

.....

.....

إلى اي مدى تثق في المعلومات التي تشاهدها عبر شاشه التلفزيون؟

.....

.....

.....

هل تفضل مشاهدة التلفزيون بمفردك ام مع الجماعه "اي برفقه اخرين"، ولمادا؟

.....

.....

.....

إدا شاهدت التلفزيون برفقه اخرين هل تتجادلون وتتنافسون حول البرنامج الدي تشاهدونه؟

.....

.....

.....

هل تقتنع بالمعلومات التي تشاهدها عبر التلفزيون ام المعلومات التي تحصل عليها من خلال نقاشك مع المجموعه التي تشاهد معك نفس البرنامج؟

.....

.....

.....

هل تحب ان تمتلك تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثه مثل فلاش ديسك، mp3، الكمبيوتر الشخصي، التلفزيون في هاتفك النقال ... ولماذا؟

.....

.....

.....

في نظرك هل يضلل التلفزيون المشاهدين وما هو غرض القائم بالإتصال من وراء دلك؟

.....

.....

.....

استمارة خاصه بالمجموعه الضابطه

ما هو رايك في صعود الامريكيين إلى القمر، مهمة "ابوللو 11" سنة 1969؟

.....

.....

.....

من اين حصلت على معلوماتك حول هدا الموضوع؟

.....

.....

.....

إلى اي مدى تثق في المعلومات التي تشاهدها عبر التلفزيون ولمادا؟

.....

.....

.....

الا يمارس التلفزيون في نظرك التضليل على المشاهدين؟

.....

.....

.....

هل تفضل مشاهدة التلفزيون بمفردك ام جماعيا "برفقه اخرين" ولمادا؟

.....

.....

.....

إدا شاهدت التلفزيون مع اخرين هل تتجادلون وتتنافشون حول البرنامج المشاهد؟

.....

.....

.....

هل تقتنع بالمعلومات التي تشاهدها عبر التلفزيون ام المعلومات التي تحصل عليها من خلال نقاشك مع المجموعه التي تشاهد معك نفس البرنامج؟

.....

.....

.....

هل تحب ان تمتلك تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثه مثل "فلاش ديسك، mp3، الكمبوتر الشخصي، التلفزيون في هاتفك النقال.. ولمادا؟

.....

.....

.....