

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -



كلية العلوم الاجتماعية
قسم : الفلسفة LMD

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الفلسفة ، تخصص فلسفة عامة و تعليماتها
الموسومة ب:

الفلسفة والإعلام

- تحت إشراف الأستاذ :

د. لعربي ميلود

- من إعداد الطالبة :

د. بك شيماء

السنة الجامعية: 2017/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

محمد علي

الإهداء

يسرني أن أتقدم بإهداء ثمرة جهدي الى:

• الوالدين الكريمين اللذان كانا سنداً و حضناً لا يعوض راجية من المولى

عز و جل أن يديم نعمة وجودهما بيننا.

• كما يشرفني أن أهدي عملي هذا إلى من تذوقت معهم أجمل اللحظات إليكم إخوتي

.. و إلى كل عائلتي و أخص بالذكر خلاتي و أبناءهم و بناتهم و أخوالي و زوجاتهم

وبناتهم و أبناءهم .

• كما أنني أهدي هذا العمل إلى كل طالب علم و معرفة أينما كان و حيثما وجد.

شيء..

شكر و عرفان

• الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله

أما بعد :

بتوفيق من العزيز القدير الذي إذا أراد شيئاً إنما يقول له كن فيكون ، فله الحمد و الشكر أولاً و آخراً.
أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المؤطر "لعربي ميلود" على التوجيه و الإرشاد و الصبر الذي تحلى به خلال إنجاز هذا العمل ، كما أشكره على الثقة التي منحني إياها.
كما يتسع حيز شكري ليضم كل الأساتذة في شعبة الفلسفة و الذين أفادوني بنصائحهم و توجيهاتهم .
دون أن أنسى الزملاء و الزميلات اللذين شاركوني مقاعد الدراسة طيلة الفترة الجامعية كما أخص بالذكر الصديقة و دكتورة المستقبل "بورزاق يمينة" على الدعم المعنوي الذي قدمته لي طيلة هذا العمل .

شياء.

خطة البحث

- مقدمة.
- الفصل الأول : من الخطاب الفلسفي إلى الخطاب الإعلامي.
 - المبحث الأول: في مفهوم الخطاب الفلسفي المعاصر.
 - المبحث الثاني: قراءة في الخطاب الإعلامي المعاصر.
 - المبحث الثالث: الفلسفة و إيديولوجيا الإعلام.
- الفصل الثاني : مدرسة فرانكفورت و مقاربتها للإعلام
(أد ورنو و ها برماس نموذجاً).
- المبحث الأول: الإعلام و الثقافة المصنعة (ادو رنو نموذجاً).
- المبحث الثاني: الفعل التواصلية ... بين الإعلام و المجال العام
(ها برماس نموذجاً).
- المبحث الثالث: نقاط التوافق و التناظر بين الفضاء العمومي
الافتراضي و الفضاء العمومي الها برماسي.
- الخاتمة.

مقدمة

مما لا شك فيه أن الفلسفة أم العلوم ، و هذا ما اتفق عليه الباحثين و المفكرين عبر التاريخ الفكري ، فلقد سميت الفلسفة بأم العلوم في بداياتها لأنها احتوت في مباحثها على جميع العلوم و المعارف ، ومنها قد تطورت و اشتقت مثل الفيزياء و الكيمياء و الهندسة و الاجتماع و السياسة و النفس و الفن و غيرها من العلوم .

بينما يرى الإعلاميون أن الإعلام شريك كل العلوم ، فهم يرون أن الإعلام بوسائله المختلفة شريك للسياسة و الفن و الطب و الاقتصاد و غير ذلك ، و هو إما يوظف هذه العلوم في قالب إعلامي أو أنه يوثقها و يسجل تطوراتها بوسائله المختلفة و لذلك أصبح الفصل بين الإعلام و الفلسفة أمرا غير ممكن أو شبه مستحيل في الوقت الراهن.

فمنذ أن ظهرت النظريات التي تناولت المصادر الإعلامية في أواخر القرن التاسع عشر الميلادي بالولايات المتحدة باتت الحاجة ملحة لتوفير بنية معرفية تعتمد على تقسيم تحليلي يؤكد قيمة الإعلام كفلسفة و علم و تخصص ، فنجد كل الحضارات القديمة و الحديثة تضمنت مفرداتها اللغوية و اللفظية و الخطابية ، الأمر الذي يؤكد على فلسفية الإعلام .

و من خلال ما سبق يتضح أن موضوع هذه الدراسة هو بعنوان : "الفلسفة و الإعلام"

• و فيما يتعلق بدوافع و اسباب دراسة هذا الموضوع فقد تراوحت بين ذاتي

و موضوعي :

✓ **فالدافع الذاتي :** هو الرغبة الشخصية و الميل الفكري نحو الفلسفة المعاصرة

و قضاياها الراهنة التي تمس كل ما هو معاش و آني ، لاسيما موضوع الإعلام باعتبار أنه لدي رغبة شديدة في خوض تجربة في هذا المجال.

✓ **أما الدافع الموضوعي :** فقد يتمثل في معرفة الرابطة الموجودة بين الفلسفة كنمط

تفكيري و الإعلام المعاصر و ما يحمله من تطورات سواء في المجال الميداني

أو التكنولوجي ، و الوقوف على أهم الأفكار الفلسفية التي كان مصدرها الإعلام و التي استطاع روادها بلورتها إلى مسائل فلسفية خالصة ، وبهدف الوصول إلى نتائج تبرر هذه العلاقة نطرح الإشكالية التالية :

❖ الإشكالية الرئيسية :

• ما علاقة الفلسفة بالإعلام المعاصر ؟ و هل هناك تداخل بين الخطابين ؟

و نتفرع عن هاته الإشكالية الرئيسية تساؤلات فرعية :

• فيما يتجلى مفهوم الخطاب الفلسفي المعاصر ؟ و ما علاقته باليومي ؟ و ما هو الخطاب الإعلامي المعاصر ؟ و ما هي أهم النظريات التي تطرق إليها و ما علاقتها بفلسفة الإعلام ؟.

• ما مفهوم الثقافة المصنعة الذي طرحه أد ورنو ؟ و ما هو الدور الذي لعبه الإعلام في التواصل حسب رأي ها برماس خاصة بعد هيمنة الدعاية في المجال العام ؟

و فيما تتجلى أوجه التوافق و الاختلاف بين الفضاء العمومي الافتراضي و الفضاء العمومي الها برماسي؟.

و لتحليل هذه الإشكالية و تفكيكها و تسهيل عملية البحث اعتمدنا في بحثنا على **المنهج التحليلي** و ذلك قصد تحليل مختلف الأفكار المتعلقة بهذا الموضوع و تفكيك جزئياتها

و كانت خطوات العمل كالاتي :

قسمت المذكرة إلى فصلين بحيث يتضمن كل فصل ثلاث مباحث تعالج كل منها نقطة معينة فكان الفصل الأول بعنوان **"من الخطاب الفلسفي إلى الخطاب الإعلامي"** و الذي كان عبارة عن مدخل مفاهيمي ، أين ضم ثلاث مباحث الأول: بعنوان **"في مفهوم الخطاب الفلسفي المعاصر"** و الذي تناولنا فيه مفهوم الفلسفة بوصفها تفكيراً في اليومي باعتبار أنه قد احدثت الفلسفة المعاصرة نقلة نوعية ساهمت في تغيير مسار البحث الفلسفي من فلسفة تعيد إنشاء ما قاله أفلاطون و ارسطو إلى فلسفة تهتم بالهم اليومي، أما المبحث الثاني : فقد قدمناه بعنوان **"قراءة في الخطاب الإعلامي المعاصر"** أين توقفنا عند نقاط عديدة تخص

مفهوم الإعلام و تجلياته التقليدية منها و التكنولوجية و أهم نظرياته و علاقتها بفلسفة الإعلام ، كما ختمت هذا الفصل بمبحث ثالث: كان عبارة عن نموذج لإيديولوجيا الإعلام و مدى سيطرتها على الفكر المعاصر .

أما الفصل الثاني فجاء بعنوان "مدرسة فرانكفورت و مقاربتها للإعلام" أين تناول هذا الفصل نموذجين من أعلام مدرسة فرانكفورت فكان المبحث الأول معنون ب : "الإعلام

و الثقافة المصنعة (ادو رنو نموذجاً)" باعتباره قد تحدث عن طبيعة ثقافية جديدة ساهم الإعلام في إنتاجها و التي أشار إليها تحت مسمى "الثقافة المصنعة" أما المبحث الثاني فكان بعنوان: "الفعل التواصل...بين الإعلام و الفضاء العام (ها برماس نموذجاً)" حيث كان عبارة عن معالجة لمفهوم الفعل التواصل و علاقته بالإعلام داخل المجال العام ، أما المبحث الثالث فكان فحوى هذا الفصل و هو عبارة عن لم شمل الفلسفة و الإعلام من خلال تحديد نقاط التوافق و التناظر بين الفضاء العمومي الافتراضي و الفضاء العمومي الها برماسي.

• و هذا ما ساعدنا على استخلاص جملة من النتائج بلورناها في خاتمة العمل.

و تجدر الإشارة إلى أن أهدافنا من خلال هذه الدراسة تتمحور حول ضرورة إبراز مدى تداخل الأفكار الفلسفية بالإعلام من منطلق أن كل مفكر و فيلسوف ينطلق من البيئة التي يعيش فيها فيشملها بالمعالجة و الطرح و النقد ، فيصبح الموضوع أكثر راهنية ، كما كان هدفنا أيضا متجها نحو تفسير طبيعة هذه العلاقة و الارتباط الموجود بين المفهومين.

الفصل

الأول

الفصل الأول

من الخطاب الفلسفي إلى الخطاب الإعلامي

المبحث الأول: في مفهوم الخطاب الفلسفي المعاصر.

المبحث الثاني: قراءة في الخطاب الإعلامي المعاصر.

المبحث الثالث: الفلسفة و إيديولوجيا الإعلام .

مدخل :

إن الحديث عن موضوع الفلسفة و الإعلام هو محاولة للربط بين تيارين متباينين مبدئياً ، بين الإعلام المعاصر و ما يحمله من تطورات سواء في المجال الميداني أو التكنولوجي وبين الفلسفة باعتبارها مجالا للتفكير و النقد سعياً للبحث عن تموقع الإنسان المعاصر الذي أصبح يعيش أزمة كنتيجة حتمية لنتائج التطور العلمي الراهن سواء على مستوى التفكير أو طرق العيش.

وقد نجد ان تجليات هذا النوع من الاهتمام قد بدت واضحة مع كانط الفيلسوف الذي تجرأ على نقد الميتافيزيقا نقدا جذريا و بناءا في الوقت نفسه، حيث واكب في ذلك تطور العلوم والتكنولوجيا، إلا أنه قد ظهر خلال القرن العشرين العديد من الفلاسفة الذين واصلوا ما بدء به كانط بل و ذهبوا الى أبعد من ذلك حيث أنهم قاموا بتشخيص واقع الإنسان و مقتضياته وساهموا في ربط الفلسفة النظرية بالهم اليومي و ما تبعه من تقدم تقني و تكنولوجي والذي شمل بدوره وسائل الإعلام و من خلال ما سبق نطرح الإشكال التالي :

- فيما يتجلى مفهوم الخطاب الفلسفي المعاصر؟ و ما علاقته باليومي؟ وما هو الخطاب الإعلامي و ما هي أهم النظريات التي تطرق إليها و ما علاقتها بفلسفة الإعلام؟

المبحث الأول : في مفهوم الخطاب الفلسفي المعاصر

ندرك جميعا أن التحديد الأصلي للفلسفة من حيث هي محبة للحكمة تقودنا الى التحرر من الواقع اليومي ، فالرجل الحكيم بالنسبة الى الإغريق- هو الذي ينسلخ من خضم الحياة العادية و ينصرف الى التفكير و النظر في الكون و العالم و في كل ما يجعل الحياة ممكنة.

"فالمبحث عن الحقيقة بواسطة المعرفة الخالصة يبقى مقصد التفكير الفلسفي الأصلي ، ذلك ينطبق أيضا على حداثة الفلسفة عندما توجهت للاكتشافات العلمية و التقنية في العصور الكلاسيكية الى تأصيل الفكر الفلسفي ، لأن الفلسفة قد حافظت على كونيتها و شموليتها

و ضمت في مخزون تفكيرها الحكمة العملية مثلها مثل الفلسفة اليونانية أو الفلسفة العربية، ولعل ان كانت هو الفيلسوف الذي تجرأ على نقد الميتافيزيقا نقدا جذريا و بناء في آن واحد"¹، و هذا ما اشرنا اليه في مقدمة بحثنا حيث انه قد واكب لا محالة في ذلك تطور العلوم و التكنولوجيا.

والجدير بالملاحظة ان الفلسفة "منذ أن أعلنت مع الأنوار* موت الماورائيات و الميتافيزيقا ما انفكت تُشرح جنتها و تُشرح مقوماتها للبحث عن بقايا حية فتعيد فيها الروح من جديد و همها أن تبقى خالصة متنزعة عن حقيقة الحياة اليومية ، فكان المشروع الكانطي الأساسي والمتمثل في إنزال العقل من السماء الى الأرض و البحث عن اساس آخر غير موجود في فلسفة الحياة القديمة لم يحقق مقصده إلا في فلسفة الالتزام، تلك التي تجبر الإنسان على الاهتمام الكامل بوضعيته و تغييرها إن لزم الأمر و تسيطر مشاريع أعماله حسب قاعدة العقل"².

يتضح مما سبق ان الفلسفة النظرية لا معنى لها إذا لم ترتبط بالهم اليومي ، "فإعادة إنشاء الفلسفة لا يكون بالضرورة في إعادة ما قاله أفلاطون أو أرسطو و لا يكون من خلال وضع

¹ فتحي التريكي ، فلسفة الحياة اليومية ، الدار المتوسطة للنشر ، تونس ، ط1 ، 2009 ص 17 .
*الأنوار: أول عص بيلور لنفسه عمل و ليوضح المعالم من خلال كتابات الفلاسفة و معاركهم الفكرية و هذا لأنه تميز بثورة العقل على كل سيطرة دينية كان خاضع لها .(أنظر : هاشم صالح ، مدخل إلى التنوير الأوروبي ، دار الطليعة للطباعة و النشر ، بيروت ط1 ، 2005 ، ص 138).
² المرجع نفسه ص 18 ص 19 .

الأنساق وإعادة تشكيل المدارس لأن الفلسفة حقيقة حسب تعبير الفارابي* ، هي تلك التي تحاول الإجابة نظريا عن مسائل العصر و مشاغل الناس¹.

أولا : الفلسفة بوصفها تفكيرا في اليومي

التفكير باليومي* و الانشغال على أهم القضايا التي تخترقه من العمق هو أحد أهم التوجهات الفلسفية المعاصرة و هي توجهات تهدف الى التخلص من مأزق الفلسفة الذي وصلت فيه الى طريق مسدود بسبب ما ينسب اليها من نظريات و مناهج و مقولات تتعالى فيها على ما هو يومي و متغير و آني و جزئي لصالح ما هو كوني و شمولي و انساق ثابتة، حتى غدت منظوية على نفسها تعيد طرح مواضيعها و تعيد كذلك فرز توجهاتها بينما الواقع اليومي بهوموم و قضاياها يتنفس هواءا مختلفا و يطرح تحديات على الفكر ليس بوسع الفلسفة و مناهجها التي تولدت في القرن التاسع عشر أن تجيب عن مثل هذه القضايا و التحديات .

وفي محاولتنا لتحديد مجال التفكير الفلسفي حاليا لابد من الانتباه الى الدور الذي تلعبه الحياة اليومية في تحديد معطياته و السيطرة على خطوطه العريضة ، فالیومي قد اصبح الآن موضوعا متميزا يتعلق بالتفكير عامة و بالفلسفة خاصة.

(1) – اليومي بين القريب و البعيد :

لقد اصبحنا اليوم كلنا نتوجه الى اليومي لمعرفة و مساءلته و استخراج معانيه، لأنه يحمل في ذاته مجموعة هائلة من الأفكار و المقاصد قد ضلت مخفية وراء الاعمال و الممارسات العادية المختلفة.

¹ المرجع نفسه ، ص 31.

*اليومي: every day تنطوي الاحالات الى اليومي دائما على مقابلة ضمنية مع مصالح الآخر ، و لذلك فإن معناه يتغير تبعا للسياق ، حيث يكون معنى اليومي هو ما يغلب عليه ما يحدث يوميا ، اليومي في جميع استعمالاته هو مصطلح حدودي يجري تمييزات بين مختلف الأزمنة و الأمكنة و المناسبات ، و في بعض السياقات مثلا : يركز معنى اليومي بوصفه المألوف و الاعتيادي على أفكار الشائع أو المبتذل (...) ، كما و قد ينظر الى الحياة اليومية على نطاق واسع بوصفها "تشریحا للعلو " فقد تطورت انتقادات الحياة اليومية في التبادلات بين النظرية الاجتماعية و الجمالية في أوروبا القرن العشرين التي استهدفت إعادة اكتشاف مصادر علو جديدة داخل ما هم يومي نفسه.(انظر : طوني بينيت ، لورانس غروسيرغ ، ميغان موريس ، معجم مصطلحات الثقافة و المجتمع ، تر : سعيد الغانمي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط1 ، بيروت ، 2010 ص 721 ص723).

"فكل التعبيرات الإنسانية من فنون و افكار و افعال متنوعة تحاول استئصال هذه المعاني من اليومي بواسطة مناهج و تقنيات مختلفة كالإنترنت مثلا أو بواسطة التصوير الرقمي أو عبر الفضائيات عن طريق المباشر ، بل اصبحنا نشاهد برامج التلفزة مباشرة و التي تطمح الى عرض الحياة اليومية على الجماهير و المشاهدين و المستمعين تعرية لمجالات كانت تعتبر في ما مضى حميمة ، فالاهتمام بالعادي أصبح شديدا حتى إن المبدعين في كل المجالات كالفنانين التشكيلين مثلا و السينمائيين و المسرحيين و غيرهم قد اصبحوا يسجلون الأحداث اليومية في رسمهم أو صورهم الفوتوغرافية أو نحتهم أو أفلامهم

ورواياتهم و أشعارهم و يعرضون الأشياء العادية التي نتناولها يوميا في عملنا و في حياتنا و كأنهم يجبروننا على النظر الى تلك الأشياء التي نراها و لكننا لا نمنع فيها النظر .

فهل يعني ذلك أن اليومي قد دخل فجأة مجال التفكير فأكسبناه قيمة لم يعتدها من قبل باعتبار أن القيمة الروحية و الفكرية كانت تعطى للأشياء التي نتأملها دون أن تكون لها درجة استعمال قصوى أم يعني ذلك أن الإنسانية قد بدأت تفقد شيئا فشيئا قيمها الروحية السامية فالتجأت الى العادي لتقديسه حيناً و للإعجاب به حيناً آخر و كأن ما نراه يوميا و هو دائما أمامنا لا نراه حقا و لا نشاهد فيه الا ما يكون نافعا لنا بينما يحمل هو في ذاته أكثر من معنى؟.

لابد أن نلاحظ قبل كل شيء أن تحديد اليومي بما هو عادي و بما هو مقترن بحضور لا يكفي لاستقصاء كل معطياته لأن هذا التحديد يحتوي أيضا على عملية تأصيل اليومي

ويستقطبه ضمن مجال الحياة الذاتية بان يستدعي كل حدث يومي غريب ليؤصله

ويستضيفه داخل مجاله الذاتي ، فالتجربة الإنسانية قد تصبح أيضا نقطة تأسيسية خالصة بمجال الكوني لذلك يجب أن نعتبر أن كل ما هو يومي هو بديهي و لا يقبل إشكالا و لا يستدعي تفكيرا¹.

¹ فتحي التريكي ، فلسفة الحياة اليومية ، مرجع السابق ، ص 57 ص 58.

(2) – اليومي علاقة توتر :

إن العلاقة التي كانت تربط الفلسفة باليومي علاقة صعبة تصل احيانا الى حد التوتر فكل منهما قد اتخذ لنفسه قطبا مغايرا و مضادا للآخر حتى أن الهوة بينهما قد أصبحت عبر تاريخ الفلسفة عميقة "فمنذ أفلاطون قد أصبحنا ننظر الى كل ما هو عادي و يومي نظرة استبعاد كاستبعادنا لكل ما هو ظن (دوكسا) ، و لكل ما هو نسبي و ما هو خارج عن مجال العقل ، فالعملية التعقلية هي تجريد قبل كل شيء أي انتزاع عن العادي و النسبي

والعامي فقد جعل مؤرخو الفلسفة بداية التفكير الفلسفي الحقيقي في الاستعلاء الحتمي عن كل ما هو بديهي و ساذج لدحض الظنون و الاعتقادات و الاحساسات المختلفة، و حتى العودة الى العادي اليومي انما هي عودة بيداغوجية تعليمية تصبو الى استئصال اليومي ونقده و محاكمته"¹.

فالإنسان الذي تطمح الفلسفة الى معرفته هو إنسان خارق للعادة و خارق لليومي ، لذلك لم تكن الفلسفة تفهم حقا منطق العالم اليومي و لا صورة الإنسان العادي ، لأنها قد حطت من شأنهما باعتبارهما يقطنان مجال الدوكسا و النسبية والذاتية .

"إلا انه و بعد مجيء (نتشه* و هوسرل** و فنغاشتين****) كل بطريقه حتى يصبح اليومي شيئا فشيء موضوع اهتمام فلسفي ، و سنرى كيف أن إعادة اكتشاف اليومي في الفلسفة قد قلب مجالها رأسا على عقب فأعطى التفكير الفلسفي طريقة جديدة و مواضيع متنوعة و غايات مختلفة .

فماذا نعني باليومي ؟. وإذا كان يتضمن معناه كل واردة و كل شاردة، ويحتوي على ما هب

¹ فتحي التريكي ، فلسفة الحياة اليومية ، مرجع سابق ، ص 59 ص 60 .
*نتشه : 1844-1900 فيلسوف ألماني يعد في أغلب الأحيان إلهام للمدارس الوجودية و ما بعد الحداثة ، يرى أن الفلسفة اليونانية كانت قائمة من روح التنافس الخالي من العاطفة و هذه هي جوهر فكرة إرادة القوة (انظر : مجموعة مؤلفين ، الموسوعة الفلسفية الإنجليزية المختصرة ، تر: فؤاد كامل و جلال العشري و عبد الرشيد الصادق ، مكتبة النهضة ، بغداد ، العراق ، (د، ط) ، (د، ت) ص 485 ص 486) .
**هوسرل : 1859-1938 فيلسوف ألماني و مؤسس الفينومينولوجيا أو الفلسفة الظاهرانية ، من أعماله : أزمة العلوم الأوروبية (انظر : زكريا إبراهيم ، دراسات في الفلسفة المعاصرة ، مكتبة مصر ، القاهرة ، (د، ت) ، (د، ط) ص 316) .
***فنغاشتين : 1889-1951 فيلسوف نمساوي و مهندس معماري و معلم ، عاش حياته كما أرادها و كما ابتغاها ، متخليا عن مجمل ثروته التي ورثها عن أبيه ، لم ينشر فنغاشتين في حياته إلا كتابا واحدا هو "رسالة منطقية فلسفية " ، كتبه إبان الحرب العالمية الأولى ، و نشر سنة 1922، (انظر : فيصل غازي مجهول ، تحليل اللغة في رسالة فنغاشتين المنطقية الفلسفية ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، ط1 ، 2009 ، ص 29 ص37.)

ودب... فكيف يكون اليومي في تنوعه الشديد حاملا للمعنى و مؤسسا لفكر ولمنطق تستطيع الفلسفة ملاحظتهما؟..

يجب ان ننطلق من تحديد أولي و ان نفهمه و نحله في محاولتنا لتوضيح مقاربات اليومي الممكنة : فالیومي هو كل ما يحيط بي و ادركه حالا و من دون واسطة ليصبح قريبا مني و حاضرا في ذهني حضورا مستمرا، فالیومي هو كل الأشياء التي تحدث بصفة منتظمة في عالمنا و تصبغ حياتنا اليومية¹.

• فكيف يمكن لنا معرفة اليومي معرفة فلسفية؟..

إن التحليل الفلسفي مهما كان اتجاهاه يحاول في تناوله للواقع ان يتعالى عن معطياته ليستخرج المعنى الكامن فيه ، بمعنى لا يقطن بالضرورة في ظاهر الأشياء و إذا ما اتخذ هذا الظاهر مسكنا له فإن ذلك لا يعني أن الظرفية هي التي تتحكم فيه ، فتجاوز الظرفية أو ما يسميه برتراند رسل* بحذف الأنوي الظرفي هو مفتاح كل دراسة فلسفية و علمية متعلقة بالظاهر و الفعل.

لذلك يجب ان نوضح من الأول أن "غاية فلسفة اليومي لا تكمن مطلقا في فهم عالم يومي معين حسب خاصية معطياته بل إن هم فلسفة اليومي يتمثل في استخراج المعنى المؤسس لليومي و طبيعة الحركة التحولية موضحة شروط إمكان هذا المعنى الذي يبدو و كأنه بديهي في عالم الحياة ، فالفلسفة تبحث داخل الحاضر العادي اليومي حضوريته و داخل الظاهر ظاهريته و هكذا لن تتخلى الفلسفة هنا عن معناها الأصلي المتمثل في التعالي والتجريد والبحث عن المعنى و عن الكليات"².

فلفلسفة اليومي هي اذن فلسفة الإنسان تعتمد احترام عيشه و تنوع انماطه و تعابير ثقافته

¹ فتحي التريكي ، فلسفة الحياة اليومية ، مرجع سابق ، ص 64 .

² المرجع نفسه ص 65 .

وتمظهرات عقله و تجليات عواطفه و في الآن نفسه توجه كل ذلك نحو تأصيل إنسانية الإنسان ، و لعل مقارنة اليومي التنوعية عندما تأخذ من المقاربة الأنطولوجية* فكرة وحدة الوجود و القول و من المقاربة الفينومينولوجية فكرة وحدة المعنى و التي ستكون هي المعالجة الناجعة في هذا الميدان لأنها مع احتفاظها بضرورة التنوع كخاصية اليومي الوجودية ستقر أيضا بضرورة العيش سويا حسب قاعدة الحرية و الكرامة.

المبحث الثاني : قراءة في الخطاب الإعلامي المعاصر

يعتبر القرن التاسع عشر عصر ثورة الإعلام مع ما تحقق فيه من انتزاع للحريات ، بينما يعتبر القرن العشرون عصر انتصار للإعلام و التقنيات مع ظهور الاتصالات المفتحة على الجميع ، أما القرن الواحد و العشرون فهو قرن التعايش ، بمعنى تأمين الشروط المطلوبة لعيش مشترك بين وجهات نظر مختلفة ، في عالم صغير للغاية يعلم فيه الأفراد كل شيء و لا يقوى المرء على الإفلات منه.

ان التحول الذي شهده الإعلام في القرن الواحد و العشرون ساهم في تغيير النظرة الإعلامية من انتاج الإعلام و توزيعه بواسطة تقنيات راقية الى العمل على تكريس شروط القبول أو الرفض من قبل ملايين المتلقين المتباينين و الذين نادرا ما يكونون على خط تواصل مع المرسلين ، فالمتلقي هو هدف الرسالة الإعلامية¹.

أحدثت التحولات الحاصلة على الميادين السياسية و الاقتصادية و التقنية على المستوى الدولي تطورات عدة في بنية الإعلام بشكل عام ، عادت بأثارها في تغيير طرائق أداء القائمين على العملية الإعلامية في جوانب الأداء و التوجيه و التنفيذ ..فما هو الإعلام ؟

¹ دومينيك وولتون ، الإعلام ليس توأصلا ، دار الفارابي ، بيروت ، لبنان ، ط1 ، 2012 ، ص 14 .
*المقاربة الأنطولوجية : ontology دراسة " الكينونة" أو ما يوجد فعليا (أنظر : ألن هاو ، النظرية النقدية ، مدرسة فرانكفورت ، تر: ثائر ديب، المركز القومي للترجمة ، دار العين للنشر ، القاهرة ، ط1 ، 2010 ص 272) .

أولاً : تحديد مفهوم الإعلام

"الإعلام في اللغة هو الإشهار و الإعلان و الإخبار بشيء أو عن شيء و الإبلاغ عنه .
كما أنه يعرف اصطلاحاً على بأنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة
والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من
المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجمهور و اتجاهاته و ميوله
ومعنى ذلك أن الغاية الوحيدة من الإعلام هي التنوير عن طريق المعلومات و الحقائق
والأرقام و الإحصاءات و نحو ذلك ، ويرى أيضاً أن الإعلام ليس مجرد إعطاء معلومات
ومعارف و إنما المقصود هو عملية تغير اتجاهات و تحريك الجماعات للعمل في اتجاه
معين لتحقيق الأهداف المرجوة و بعبارة أخرى فإن وسائل الإعلام تبلور صورة المستقبل ،
صورة قادرة على دفع الإنسان لعمل ما يجب أن يعمل و قادرة على تغيير البنيان الأخلاقي
للمجتمع"¹ .

ثانياً: أشكال الإعلام التقليدي

قد تشمل وسائل الإعلام التقليدية على العديد من الوسائل مثل الإذاعة ، التلفزيون، الصحف
المطبوعة ، المجلات و هي "تلك الوسائل المملوكة إما للدولة أو المؤسسات الإعلامية
الخاصة أو الجمعيات و الأفراد و قد تختلف نظم الإعلام باختلاف الأنظمة الإعلامية من
دولة الى أخرى لأسباب بعضها يتعلق بالإمكانات البشرية و التقنية و الأخرى ترتبط
بعناصر رقي المجتمع و تطوره في المجالات السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية
والثقافية ، لذلك فإن الأسلوب الذي تعمل به وسائل الإعلام في أي بلد يعكس النظام
السياسي و الاجتماعي و نفوذ السلطة و طبيعة العلاقة التي تربط أفراد المجتمع بالمؤسسات
الإعلامية"² .

¹ المرجع نفسه ص 19 .

² قينان عيد الله الغامدي ، التوافق و التنافر بين الإعلام التقليدي و الإعلام الإلكتروني ، ضمن: ورقة بحثية مقدمة لندوة : الإعلام و الأمن الإلكتروني ، (د.ت) ص 08 .

ثالثا: مفهوم الإعلام الإلكتروني المعاصر

يقال أن (لكل عصر وسيلة إعلامه و تواصله) ، و "بهذه المقولة يمكن ان نعبر اليوم عن ظاهرة استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية و التي تعتمد بشكل أساسي على الأنترنت و تقنية المعلومات على اختلاف مسمياتها فطبيعة شبكة الأنترنت التي تتميز بالأنية وبالسرعة في نقل المعلومات ، تجعلها الوسيلة الأمثل للتواصل أضف إلى ذلك سهولة الاستخدام لهذا الوسيط دون ان يكون للمستخدم خبرات تقنية عالية أو أي اختصاص في البرمجة المعلوماتية ن إذ يكفي أن نتصل عبر الكمبيوتر أو الهاتف المحمول لخوض محتوى الأنترنت ، كما يعتمد الإعلام الإلكتروني على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة و هي الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدي ، بهدف ايصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة و مؤثرة بطريقة أكبر ، و تتيح الأنترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة إلكترونية¹.

رابعا : أشكال الإعلام الإلكتروني

مع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة ، فإن المفاهيم الإعلامية و نظم الاتصال الجماهيري* أخذت أشكالا جديدة و أجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الأنترنت و من أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الرقمي ما يلي :

1. المواقع الإعلامية على شبكة الأنترنت .
2. الصحافة الإلكترونية : خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة
3. الإعلانات الإلكترونية : خدمات النشر الإعلاني على الأنترنت
4. المدونات** blogs.

¹ قينان عبد الله الغامدي ، التوافق و التنافر بين الإعلام التقليدي و الإعلام الإلكتروني ، المرجع السابق ، ص 06.
*الاتصال الجماهيري: هو اتصال منظم و مدروس يقوم على ارسال رسائل علنية مهمة صادرة عن مؤسسة اتصال جماهيري (انظر: محمد جمال الفار ،المعجم الإعلامي ، دار أسامة للنشر و التوزيع ،دار المشرق الثقافي ، الأردن ، عمان 2010 ،ص10 .
**المدونات: تطبيق من تطبيقات الأنترنت ، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى و هو في ابسط صورة عبارة عن صفحة عنكبوتية تظهر عليها تدوينات (مداخلات) مؤرخة و مرتبة ترتيبا زمنيا ، تصاحبها آلية لأرشفة المداخلات القديمة ، و يكون لكل مدخل منها عنوان إلكتروني دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة (انظر: قينان عبد الله الغامدي ، التوافق و التنافر بين الإعلام التقليدي و الإعلام الإلكتروني ، ضمن: ورقة بحثية مقدمة لندوة : الإعلام و الأمن الإلكتروني ص07) .

5. قنوات التواصل الاجتماعي¹.

خامسا: نظريات الإعلام و علاقتها بفلسفة الإعلام

هناك علاقة بين نظريات الإعلام و الفلسفة ، "فلسفة الإعلام هي بحث في العلاقة الجدلية بين نظريات الإعلام و تطبيقاته في المجتمع، أي تحليل التفاعل بين أسس الإعلام كعلم

وبين الممارسة الفعلية في الواقع الاجتماعي ، و يرى النظريون أن نظريات الإعلام جزء من فلسفة الإعلام لأن فلسفة الإعلام أعم و أشمل من النظريات و كثيرا ما شاع استخدام نظريات الإعلام باعتبارها فلسفة الإعلام أو مذاهب الإعلام و لكن في واقع الأمر أن استخدام تعبير نظريات الإعلام كان في مجمله انعكاسا للحديث عن أيديولوجيات

ومعتقدات اجتماعية و اقتصادية أو الحديث عن أصول و منابع العملية الإعلامية (مرسل مستقبل و وسيلة...)

كما ترتبط النظريات بالسياسات الإعلامية في المجتمع من حيث مدى التحكم في الوسيلة من الناحية السياسية و فرض الرقابة عليها و على المضمون الذي ينشر أو يذاع من خلالها و فيما يأتي تلخيص لأهم النظريات² :

أ- نظرية السلطة:

ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر و تعتمد على نظريات أفلاطون*

و ميكيا فيلي و ترى أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو السلطة ، فهي ملك الحاكم أو السلطة التي تشكلها.

وتعمل النظرية على الدفاع عن السلطة و يتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة

¹ المرجع نفسه ، ص 09.

² محمد جاسم فلحي الموسوي ، نظريات الاتصال و الإعلام الجماهيري ، ضمن : مرحلة الماجستير ، قسم الإعلام و الاتصال للأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، (د. ت) ، ص 56 .

والوزراء و موظفي الحكومة و على الرغم من السماح للقطاع الخاص بإصدار المجالات إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة.

وتمثل تجربة هيتلر و فرانكو تجربة أوربية معاصرة ، في ظل هذه النظرية و قد عبر هتلر عن رؤيته الأساسية للصحافة بقوله: (إنه ليس من عمل الصحافة أن تنشر للناس اختلاف الآراء بين أعضاء الحكومة لقد تخلصنا من مفهوم الحرية السياسية الذي يذهب الى القول بان لكل فرد الحق في أن يقول ما يشاء).

ومن الأفكار المهمة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية أن يعمل بها كامتياز منحه اياه الزعيم الممثل للدولة و يتعين أن يكون ملتزماً أمام الحكومة¹.

ب- نظرية الحرية :

ظهرت في بريطانيا سنة 1688 ثم انتشرت في أوروبا و أمريكا و ترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حراً في نشر ما يعتقد أنه صحيح عبر وسائل الإعلام و ترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر .

و من أهداف نظرية الحرية تحقيق أكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان و الترفيه والدعاية* ، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة و انشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب و الفساد و غيرها من الأمور ، كما أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام ، أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة بواسطة المحاكمة.

وترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام هي وسيلة تراقب أعمال و ممارسات أصحاب النفوذ

¹ محمد جاسم فلحي الموسوي ، نظريات الاتصال و الإعلام الجماهيري ، المرجع السابق ص 57 .
*الدعاية : بث معلومات و أفكار و آراء محددة بواسطة أفراد أو جماعات أو مؤسسات إعلامية بهدف التأثير على الرأي العام لتبني وجهة نظر خاصة ، تخدم مصالح القائم بالاتصال ، (أنظر : محمد جمال الفار ، المعجم الإعلامي ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، دار المشرق الثقافي ، الأردن ، عمان 2010 ، ص 82).

والقوة في المجتمع و تدعو هذه النظرية الى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع و نشر و إذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع.¹

كما و قد تعرضت نظرية الحرية الى النقد باعتبار انها أصبحت وسائل الإعلام تحت شعار الحرية يُعرض الأخلاق للخطر كما انها تقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة دون مبرر، وتبالغ في الأمور التافهة من أجل الإثارة و تسويق المادة الإعلامية الرخيصة و من هنا ندرك أن الحرية مطلوبة لكن شريطة أن تكون في إطار الذوق العام ، فالحرية المطلقة تعني الفوضى و هذا يسيئ الى المجتمع* و يمزقه.²

ت- نظرية المسؤولية الاجتماعية :

بعد ان تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات ، كان لابد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية ، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية و تقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية و ظهرت القواعد و القوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة و ذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة و الخوض في أخبار الجنس و الجريمة مما أدى الى الإساءة الى مفهوم الحرية .

كما يرى اصحاب هذه النظرية أن الحرية حق و واجب و مسؤولية في نفس الوقت و من هنا يجب أن تتقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع و يمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق و الموضوعية والتوازن و الدقة و يجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون و المؤسسات القائمة و يجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء و الأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال

¹ محمد جاسم فلحي الموسوي ، نظريات الاتصال و الإعلام الجماهيري ، المرجع السابق ، ص 58 .

² المرجع نفسه ص 58 .

النشر و العرض ، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عالية و أن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة، أضف الى ذلك أن الإعلاميين القائمين على وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسؤولين أمام مؤسساتهم الإعلامية¹.

كما تهدف هذه النظرية الى رفع مستوى التصادم الى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال ، كما تهدف هذه النظرية الى الإعلام و الترفيه و الحصول على الربح الى جانب الأهداف الاجتماعية².

ث- النظرية الاشتراكية :

إن الافكار الرئيسية لهذه النظرية التي وضع اساسها ماركس وإنجلز ووضع قواعد تطبيقها لينين و ستالين في الاتحاد السوفياتي السابق و ماتزال قائمة في بعض البلدان السوفياتية حيث يمكن ايجازها في أن الطبقة العاملة هي التي تملك السلطة في أي مجتمع اشتراكي

وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة و القوة فإنها لابد أن تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها ، لهذا يجب أن تخضع وسائل الإعلام لسيطرة وكلاء لهذه الطبقة العاملة و هم في الأساس أعضاء الحزب الشيوعي.

إن المجتمعات الاشتراكية تفترض أنها مجتمعات لا طبقية و بالتالي لا وجود لصراع الطبقات ، لذلك لا ينبغي أن تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا ينفذ الخلاف و يشكل خطورة على المجتمع.

● لقد حدد لينين اختصاصات الصحافة و أهدافها :

1. زيادة نجاح و استمرارية النظام الاشتراكي و بوجه خاص ديمقراطية الحزب

الشيوعي

2. يكون حق استخدام وسائل و قنوات الاتصال لأعضاء الحزب المتعصبين

¹ محمد جاسم فلحي الموسوي ، نظريات الاتصال و الإعلام الجماهيري ، المرجع السابق ص 59 .

² المرجع نفسه ص 59 .

و موالين أكثر من الأعضاء المعتدلين.

3. تخضع وسائل الإعلام للرقابة الصارمة .

4. يجب أن تقدم وسائل الإعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقا للمبادئ الشيوعية

و وجود قوانين موضوعية تحكم التاريخ.

5. إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك و إدارة وسائل الإعلام من أجل

تطويرها لخدمة الشيوعية و الاشتراكية.¹

ج- النظرية التنموية :

نظرا لاختلاف ظروف العالم النامي ، و بخاصة الدول التي ظهرت للوجود في منتصف

القرن العشرين ، و التي تختلف عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية

والاجتماعية حيث كان لابد لهذه الدول من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات التقليدية

الأربعة التي استعرضناها و يناسب هذا النموذج أو النظرية الأوضاع القائمة في هذه

المجتمعات فظهرت التنموية في عقد الثمانينات من القرن الماضي و تقوم على الأفكار

والآراء التي وردت في تقرير لجنة واك برايل حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث،

فهذه النظرية تخرج عن نطلق بعدي للرقابة و الحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية،

فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث تحد من امكانية تطبيق نظريات الإعلام التي

أشرنا إليها سابقا ، و ذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال كالمهارات المهنية و المواد

الثقافية و الجمهور المتابع.

إن المبادئ و الأفكار التي تضمنتها هذه النظرية تعتبر مهمة و مفيدة لدول العالم النامي

لأنها تعارض التبعية و سياسة الهيمنة الخارجية. كما أن هذه المبادئ تعمل على تأكيد

الهوية الوطنية و السيادة القومية و الخصوصية الثقافية للمجتمعات و على الرغم من أن هذه

النظرية لا تسمح إلا بقدر من الديمقراطية ، حسب الظروف السائدة ، إلا انها في نفس

الوقت ، تفرض التعاون و تدعو الى تضافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الاهداف

¹ محمد جاسم فليحي الموسوي ، نظريات الاتصال و الإعلام الجماهيري ، المرجع السابق ص 60 .

التنمية و تكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل من نظريات الإعلام الأخرى من اعترافها و قبولها للتنمية الشاملة و التغيير الاجتماعي¹ .

• و تتلخص أفكار هذه النظرية في النقاط التالية :

1. ان وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة.

2. ان حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية و الاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.

3. يجب ان تعطي وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية و اللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه.

4. ان وسائل الإعلام مدعوة الى إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار و معلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا و سياسيا و ثقافيا.

5. ان الصحفيين و الإعلاميين العاملين في وسائل الاتصال لهم حرية في جمع و توزيع المعلومات و الأخبار.

6. ان للدولة الحق في مراقبة و تنفيذ أنشطة وسائل الإعلام و استخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية².

ح- نظرية المشاركة الديمقراطية :

تعد هذه النظرية أحدث إضافة لنظريات الإعلام و أصعبها تحديدا فقد برزت هذه النظرية الديمقراطية* من واقع الخبرة العملية كاتجاه ايجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة ، كما أن هذه النظرية قامت كرد فعل مضاد للطابع التجاري الاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة، كما أن هذه النظرية

¹ المرجع نفسه ،ص 60 .

² المرجع نفسه ،ص 60 .

*الديمقراطية : démocratie – democracy هي لفظ مشتق من اليونانية kratio ،تعني الحكم domos تعني الشعب ، و هي نظام اجتماعي يكون فيه الشعب مصدر السلطة يمتاز بها ممثلون عنه أو نواب له من خلال التشريعات التي يقررونها (عبد المنعم حنفي ، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة ، مكتبة مديولي ، القاهرة ، ط3، 2000، ص 357) .

قامت ردا على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة التي قامت على معيار المسؤولية الاجتماعية و تنتشر بشكل خاص في الدول الرأسمالية* .

ان الدول الأوربية التي اختارت نظام الإذاعة العامة بديلا عن النموذج التجاري الأمريكي كانت تتوقع قدرة الإذاعة العامة على تحسين الأوضاع الاجتماعية و الممارسة العاجلة للإعلام و لكن الممارسة الفعلية لوسائل الإعلام أدت الى حالة من الإحباط و خيبة الأمل بسبب التوجه النخبوي لبعض منظمات الإذاعة و التلفزيون العامة و استجابتها للضغوط السياسية و الاقتصادية و لمراكز القوى في المجتمع، كالأحزاب السياسية و رجال المال ورجال الفكر .

كما أنه قد يعبر مصطلح المشاركة الديمقراطية عن معنى التحرر من نظام الأحزاب و النظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية و الذي أصبح مسيطرا على الساحة و متجاهلا للأقليات و القوى الضعيفة في هذه المجتمعات و تنطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري الذي يتسم بالتنظيم المعقد و المركزية الشديدة و الذي فشل في توفير فرص عاجلة للأفراد و الأقليات في التعبير عن اهتماماتها و مشكلاتها¹.

وهكذا فان النقطة الأساسية في هذه النظرية تكمن في الاحتياجات و المصالح و الآمال للجمهور الذي يستقبل وسائل الإعلام و تركز النظرية على اختيار و تقديم المعلومات المناسبة و حق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل و المشاركة في نطاق صغير في منطقته و مجتمعه ، و ترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على

وسائل الإعلام و لكنها تشجع التعددية و المحلية و التفاعل بين المرسل و المستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع و وسائل الإعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية ، كما انه تتلخص الأفكار الأساسية لهذه النظرية في النقاط التالية:

¹ محمد جاسم فليحي الموسوي ، نظريات الاتصال و الإعلام الجماهيري ، المرجع السابق ص 61 .
*الرأسمالية : capitalism تشير الرأسمالية الى "نظام يفصل وجود الرأسماليين " و هو مصطلح من أواخر القرن التاسع عشر يعتمد على إحالات سابقة من القرن السابع عشر ، الى رأس المال capital باعتباره الامتلاك المالي أو الاستثمار في مشاريع اقتصادية و هو يدل على ميزة من الملكية الخاصة ،(انظر : طوني بينيت ، لورانس غروسيرغ ، ميغان موريس ، معجم مصطلحات الثقافة و المجتمع ، تر : سعيد الغانمي مرجع سابق ،ص 355).

1. ان للمواطن الفرد و الجماعات و الأقليات حق الوصول الى وسائل الإعلام و استخدامها و لهم الحق كذلك في أن تخدمهم وسائل الإعلام طبقا للاحتياجات التي يحدونها.
2. ان تنظيم وسائل الإعلام و محتواها لا ينبغي أن يكون خاضعا للسيطرة المركزية القومية .
3. ان سبب وجود وسائل الإعلام أصلا هو خدمة جمهورها و ليس من أجل المنظمات التي تصدرها هذه الوسائل أو المهنيين العاملين بوسائل الإعلام .
4. ان الجماعات و المنظمات و التجمعات المحلية ينبغي أن يكون لها وسائلها الإعلامية.
5. ان وسائل الإعلام الصغيرة و التي تتسم بالتفاعل و المشاركة أفضل من وسائل الإعلام المهنية الضخمة التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد¹.

سادسا: سلطة الإعلام و مدى تأثيرها على الواقع المعاصر

إن الإعلام الذي يفرض نفسه اليوم يبرز "فكرة التواصل التلقائي أو الآني بحدّة أكثر ، أما غدا فإن التحدي الأساسي سيتمثل في إشكالية التواصل: اي شروط قبول المتلقي للمعلومات التي تأتيه من كل حذب و صوب و شروط التفاوض بشأنها ، فلقد ازداد الإعلام غزارة بينما شح التواصل ، فلم يعد كافيا أن ننتج معلومات أو نتبادلها بل أن نصل إليها لتحقيق التواصل.

بالأمس ، و عن طريق استخدام تقنيات محدودة ، كانت الرسالة المتبادلة تعني جمهورا متجانسا، أما اليوم فالرسائل لا تعد و لا تحصى و التقنيات شبه كاملة و المتلقون الذين هم في تزايد مستمر متباينون و متحفظون ، و السبب في ذلك لا يعود الى اللغات فحسب و إنما الى تصادم التصورات و الثقافات و الرؤى في العالم ، في مثل هذه الحالة لم يعد كافيا ان

¹ المرجع نفسه ، ص 61.

تسرع من وتيرة إنتاج و توزيع المعلومات من أجل تحقيق تواصل أكبر ، لا بل من شأن ذلك تضخيم النزاعات¹.

و من الأبحاث و النظريات التي أولت اهتماما متميزا لهذا الموضوع الشائك و الذي يتمحور حول التدفق الإعلامي "ما طرحه المفكر هوربرت شيل* herbert scheller في مؤلفيه (الاتصال و الهيمنة الثقافية ، و المتلاعبون بالعقول) حول التضليل و الهيمنة الإعلامية و بالأخص على دول العالم الثالث بهدف إحداث نوع من التبعية الفكرية.

فغالبا ما تعتمد القنوات الأجنبية بشكل مباشر الى نقل رسالة إعلامية تتكيف مع رغباتها و أهدافها و حين تتحول المادة الإعلامية الى سلعة تجارية ، فإنها تركز على ثقافة غير ملتزمة بالقيم و الأفكار و الذوق و تهدف الى المتعة و التسلية لدى الأفراد².

المبحث الثالث: الفلسفة و إيديولوجيا الإعلام

إذا كانت الإيديولوجيا* هي الوعي الزائف المنخدع بحقيقة الأشياء، و إذا كانت نسقا مترابطا من التبريرات الفكرية لواقع يفتقد الشرعية ، فهل قضت الوسائل الإعلامية الحديثة على الأيديولوجيا و هل قدمت لنا الواقع الحقيقي و الغير مزيف ؟

لقد اهتم العديد من المفكرين المعاصرين بموضوع الأيديولوجية الإعلامية و كيف ساهم الإعلام في إعادة انتاجها تكنولوجيا حيث أنها لا تؤثر على مجرد الوعي و الأفكار والتصورات بل تؤثر كذلك على الإدراك و الرؤية ، و معنى ذلك انتقال آليات التزييف من الانشغال على ملكة الفهم إلى الانشغال على ملكة الحس و الإدراك الحسي.

¹ دومينيك وولتون ، الإعلام ليس تواسلا ، مرجع سابق ، ص 20 ص 21 .

² محمد حمادي ، تنوع أشكال التعبير الثقافي في عصر الرقمنة (تقرير اليونسكو) ، ضمن : مجلة الحوار الثقافي ، العدد 9 ، مستغانم ، الجزائر ، ربيع و صيف 2016 ، ص

*هوربرت شيل: scheller فيلسوف ألماني برز في فلسفة القيم ، و كان للمنهج الفينومينولوجي تأثيره البالغ في تحليلاته النفسية العميقة ، (انظر عبد الرحمن بدوي ، موسوعة الفلسفة ، ج2 ، المؤسسة العربية للدراسات و النشر ، ط1 ، 1984 ، ص40 ص 44) .

** الإيديولوجيا : ideology –idéologie ابتكره مجموعة من الفلاسفة الفرنسيين في أواخر القرن الثامن عشر ، إذ أراد مفكرو التنوير هؤلاء أن يطبقوا المنهج العلمي الجديد على فهم العقل بتقديم أجوبة نفسية عن أسئلة فلسفية و هي تعني علم العقل (...) و هي تشكل تمثيلا مغلوطن لشروط الحياة المادية الفعلية ، (انظر : طوني بينيت ، لورانس غروسيرغ ، ميغان موريس ، معجم مصطلحات الثقافة و المجتمع ، تر : سعيد الغانمي ، مرجع سابق ، ص 133) .

أولا : الدور الأيديولوجي للإعلام

هل شهد عصر تكنولوجيا الإعلام إضمحلالاً للأيديولوجيا أم ازدهاراً لها ؟ حقيقة لقد ذهب الكثير من المفكرين إلى أن الأيديولوجيا انتهت و لم يعد لها مكان في عصر التكنولوجيا ، "ومن هؤلاء عالم الاجتماع الأمريكي دانيال بل صاحب كتاب (نهاية الأيديولوجيا) و كتاب (قدوم عصر ما بعد الصناعة)، و فرانسيس فوكو ياما صاحب كتاب (نهاية التاريخ) ،

وجان فرانسوا ليو تار صاحب كتاب (وضع ما بعد الحداثة) فما يشترك هؤلاء في قولهم بنهاية الأيديولوجيات الكبرى و التي تعبئ الناس عن طريق الأفكار او مثل و مبادئ وشعارات ، حيث يذهب بل الى أن التطور العلمي و التكنولوجي أدى الى التحول من مثاليات الأيديولوجيا إلى المنطق العلمي الأدوات للعلم و التكنولوجيا ، و يذهب فوكو ياما إلى أن التاريخ باعتباره صراعاً بين الأفكار و الذاهب و الأيديولوجيات قد انتهى بانتصار الديمقراطية الليبرالية و انتصار الغرب في الحرب الباردة و التحولات الديمقراطية في بلدان أوروبا الشرقية" ، كما يذهب ليوتار "إلى أن الوضع الفكري و المعرفي المعاصر في جميع المجالات يسعد نهاية لما نسميه بالسرديات الكبرى metanarratives و هي التسمية الخاصة للأيديولوجيا"¹. ناهيك عن الاعتقاد السائد بانتهاء الأيديولوجيا بقدوم عصر الإعلام الذي يتصف بالشفافية و النقل الحرفي و الحظي للحدث.

كما أن هناك مجموعة أخرى من المفكرين و الذين ذهبوا إلى أن العلم و التكنولوجيا أصبحا هما الأيديولوجيا الجديدة ، "و ابرزهم فلاسفة مدرسة فرانكفورت و ها برماس و عالم الاجتماع و السياسة الفرنسي جاك إيلول و فيلسوف العلم بول فييرابند ، حيث يذهب هؤلاء إلى أن العلم و التكنولوجيا أصبحا يقومان بالدور التقليدي للأيديولوجيا في تبرير الوضع القائم و إضفاء الشرعية على كافة صور الهيمنة السياسية و الاقتصادية و استبدال العقلانية الأدوات ، و هي عقلانية الوسائل بعقلانية الأهداف و القيم الموضوعية"².

¹ أشرف حسن منصور ، الفلسفة و ايدولوجيا الإعلام ،إسهام الفكر المعاصر في دراسة وسائل الإعلام ، ضمن : حوار التمدن ، محور صحافة وإعلام ، 2010 ، ص 03 .
² المرجع نفسه ، ص 03 .

إلا أن هناك بعد آخر لأيديولوجيا الإعلام و هو الأهم ألا و "هو البعد المعرفي الإيستمولوجي ، أي وظيفة الأيديولوجيا في تزييف الوعي و تقديم صورة مشوهة و منحرفة للواقع ، باعتبار أن معظم الدراسات عن الأيديولوجيا تنقسم الى قسمين : الأيديولوجيا باعتبارها خطابا كليانيا universalist يبرر الوضع القائم و يضيف الشرعية عليه ،

والأيديولوجيا باعتبارها آلية في تزييف الوعي ، ولا شك أن الأيديولوجيا سواء كانت خطابا تبريريا أو آلية مزيفة للوعي تخدم أهدافا واحدة ، أي تثبيت الناس على شكل معين من العلاقات الاجتماعية و الاقتصادية و جعلهم يقتنعون بها و يتقبلونها"¹.

ثانيا: الإعلام باعتباره جهازا أيديولوجيا

يمكن فهم الدور الأيديولوجي الذي يقوم عليه الإعلام على نحو أفضل إذا نظرنا إليه من زاوية عملية و هي "التحول المادي للأيديولوجيا Matérialisation de idéologie التي حدثت في القرن العشرين . فلم تعد الايدولوجيا تؤثر على مجرد الأفكار و المعتقدات ، بل أصبحت تحت تأثير الإعلام تؤثر على أسلوب النظر إلى الأشياء و إدراكها ، كما لم يعد **الخطاب* الثقافي** – الفكري هو الأيديولوجيا الوحيدة في العمل و الانتشار بل أصبحت بأدواتها المادية ، ولم تعد تنتشر بالكلمات بل بالصور و العلامات" .

"إن التحول المادي الأيديولوجي جعلها أكثر خفاء و أصعب في الرصد ، أي جعلها تختفي وراء أشياء أخرى و لا تكشف عن حقيقتها إذ يصعب التعرف عليها الآن ، فالسائد حاليا هو القول بنهاية الأيديولوجيا كان استنتاجا من نهاية فلسفات التاريخ و الشعارات و السرديات الكبرى ، إلا أن الأيديولوجيا لا تزال عاملة على مستوى الصورة و العلامة و الرمز"².

نستطيع فهم الايديولوجيا التي يقوم عليها الإعلام إذا فحصنا نظرية **التوسير**** في أجهزة الدولة الأيديولوجية ideological-state apparatus ، "تثبت هذه النظرية أن هناك

¹ أشرف حسن منصور ، الفلسفة و ايديولوجيا الإعلام ،إسهام الفكر المعاصر في دراسة وسائل الإعلام ، المرجع السابق ص 04 .
*الخطاب : discours كلام علني موجه إلى الآخرين ، و عملية عقلية متكاملة تترابط أجزائها ربطا منطقيا (عبده الحلو ، معجم المصطلحات الفلسفية فرنسي – عربي ، المركز التربوي للبحوث و الانماء ، مكتبة لبنان ، بيروت ، ط1 ، 1993 ، ص 48) .
**لويس ألتوسير : ولد بالجزائر 1918، ظهر ألتوسير في المشهد الثقافي عام 1965 ، بعد نشره لكتاب for marx و الذي أعقبه ب كتاب reading capital ، قام بوضع مفهوم "القطع" break انطلاقا من نظرية المعرفة التاريخية (أنظر : جون سكوت ، خمسون عالما اجتماعيا أساسيا : المنظرون المعاصرون ، تر: محمود محمد حلمي ، الشبكة العربية للأبحاث و النشر ، بيروت ، ط1 ، 2009 ص29 ص30) .
² المرجع نفسه ، ص 04 .

طرقا أخرى جديدة لممارسة الأيديولوجيا غير الطرق الخطابية discursive أو الفكرية ، فليس شرطاً في الأيديولوجيا أن تقتصر على مجال الأفكار و المعتقدات ، بل إن مؤسسة

أو جهاز معين يمكن أن يقوم بدور أيديولوجي مثل المدرسة أو الإعلام " كما يعلن التوسير صراحة أن الإعلام ينتمي عن جدارة الى أجهزة الدولة الأيديولوجية.

يرى التوسير أن أجهزة الدولة تمارس دوراً أيديولوجياً - مادياً و هو المساعدة في "تجديد إنتاج علاقات الإنتاج reproduction of the relations of production. فلا يكفي كي يستمر النظام الرأسمالي في الوجود أن تتوافر لديه الإمكانيات المادية فقط ، بل يجب أيضاً أن يحافظ هذا النظام على نفس الطريقة في توزيع الثروة و نفس العلاقات بين رأس المال و العمل المأجور و يضيف عليها الشرعية و المعقولية. و يقوم الإعلام بدوره الأيديولوجي عن طريق تأكيد و نشر مجموعة القيم و المعايير التي تساعد على المحافظة على علاقات الإنتاج القائمة .

و كي يقوم أي جهاز أيديولوجي بوظيفته كما يجب عليه أن يقدم نفسه باعتباره محايداً وموضوعياً. ويطبق التوسير* كلامه هذا على المدرسة و يذهب إلى أنها الجهاز الأيديولوجي الأول في الدولة البورجوازية ، فالمدرسة تأخذ طابع الحيادية و الموضوعية بدرجة عالية جداً ، إذ لا تظهر إلا باعتبارها مكاناً لتلقين العلم و تربية النشء و إعدادهم للمستقبل.

إلا أنها في الحقيقة خير وسيلة لترتيب الأفراد منذ الصغر على السلم الاجتماعي- الطبقي القائم¹، والحقيقة أن وسائل الإعلام قد اتخذت حالياً مكان المدرسة باعتبارها الجهاز الأيديولوجي الأول ، فالطابع الحيادي و الموضوعي الزائف هو ما يتخذه الإعلام الآن

و تؤكد عليه الدراسات الإعلامية أيضاً ، و الحقيقة أن وسائل الإعلام قد اتخذت حالياً مكان المدرسة باعتبارها الجهاز الأيديولوجي الأول ، "فالطابع الحيادي و الموضوعي الزائف هو ما يتخذه الإعلام الآن و تؤكد عليه الدراسات الإعلامية أيضاً ، و أولها و أهمها دراسة

¹ لويس التوسير ، الأيديولوجيا و أجهزة الدولة الأيديولوجية ، المرجع السابق ص 84 .

ماكلوهان الشهيرة "فهم الإعلام " understanding media ، إذ يؤكد ماكلوهان على حيادية الإعلام بقوله إننا لا نستطيع الذهاب إلى أن الإعلام نافع أو ضار، أو خير أو شر وذلك لأنه مجرد وسيلة ، و من هنا يجب علينا استبعاد الأحكام الأخلاقية و التقويمية في دراستنا له. و يتضح الطابع الحيادي و الموضوعي أيضا في قوله الشهير أن وسائل الإعلام هي الرسالة"¹.

وعليه فإن وسائل الإعلام قد اتخذت حاليا مكان المدرسة باعتبارها الجهاز الأيديولوجي الأول ، "فالطابع الحيادي و الموضوعي الزائف هو ما يتخذه الإعلام الآن و تؤكد عليه الدراسات الإعلامية أيضا ، و أولها و أهمها دراسة ماكلوهان الشهيرة "فهم الإعلام " understanding media ، إذ يؤكد ماكلوهان على حيادية الإعلام بقوله إننا لا نستطيع الذهاب إلى أن الإعلام نافع أو ضار، أو خير أو شر و ذلك لأنه مجرد وسيلة ، و من هنا يجب علينا استبعاد الأحكام الأخلاقية و التقويمية في دراستنا له. و يتضح الطابع الحيادي والموضوعي أيضا في قوله الشهير أن وسائل الإعلام هي الرسالة"².

كما أن من أهم وظائف الأيديولوجيا انها تقوم بقلب العلاقات الحقيقية الموجودة في الواقع "فإذا كان هناك صراع ألغته و عتمت عليه و قدمت بدلا منه الوفاق و الانسجام ، و إذا كان هناك تناقض طبقي قدمته على أنه تعددية و ليبرالية ، و إذا كانت هناك شمولية قدمت على انها تعدد و تنوع ، و هذا ما يقوم به الإعلام بالضبط ، فهو يصور المجتمع على أنه متعدد ومتنوع في حين أن الشمولية تسوده.

¹ المرجع نفسه ، ص 88.

² أشرف حسن منصور ، الفلسفة و ايديولوجيا الإعلام ،إسهام الفكر المعاصر في دراسة وسائل الإعلام ، المرجع السابق ، ص 05.

ثالثا : الإعلام والعودة للآليات التقليدية للأيديولوجيا

لا يقتصر طابع وسائل الإعلام الحديثة على كونها تتخذ وظائف أيديولوجية ، بل هي تراث كذلك نفس الآليات التقليدية للأيديولوجية بحيث نستطيع القول أنه يشكل الممثل والحامل الجديد لها ، و فيما يلي سنوضح الملامح الأساسية لهذه الآليات و مدى تعبير الإعلام الحديث عنها.

"اننا إذا فحصنا ظاهرة الاتصال التكنولوجي الحديث سنجد نفس وظيفة الأيديولوجيا باعتبارها تشويها للعلاقة بين دال ومدلول حيث تتكرر و تكتسب أبعادا جديدة ، فمن المفترض أن ما ينقله الإعلام هو الواقع بحذافيره ، أي دالا بريئا محايدا يشير مباشرة إلى مدلوله ، إلا أن ما يحدث هو أن هذا المظهر البريء المحايد يخفي وراءه كل خدع و أوهام الإعلام .فما أدرانا أن الصور التي ينقلها الإعلام هي الواقع الحقيقي !. فغالبا ما لا يكون للمرء اتصال مباشر بالواقع الحقيقي حتى يقارن بينه و بين الواقع الذي ينقله الإعلام فواقع الإعلام هو كل ما لديه و لا يملك إلا تقبله و الاعتراف به.

كما أن هناك عنصر آخر كانت تحتويه الأيديولوجيا التقليدية و لا تزال وسائل الإعلام تعبر عنه ، و هو التجريد و الاختزال فقد نقد ماركس اقتصاد السوق لكونه يختزل كل علاقة الإنسانية و كل نشاط بشري الى معادل واحد و هو القيمة التبادلية (المال) ، و الإعلام الحديث أيضا يقوم بنفس الوظيفة ، فهو يرد كل شيء إلى مجرد صور و مشاهد و علامات و لا يعد لأي شيء معنى إلا إذا تم التعبير عنها بهذه الوسائل ، و لا يصبح لأي خبر مصداقية إلا إذا تم نقله عن طريق هذه الوسائل ، و بذلك تلغى الخبرة الشخصية و يلغى أي معنى اجتماعي أو انساني لأي حدث إذا لم يمر بقنوات الاتصال الحديثة".¹

¹ المرجع نفسه ، ص 06.

• خلاصة الفصل الأول :

من خلال ما تقدم في هذا الفصل نصل إلى أن الفلسفة النظرية لا معنى لها إذ لم ترتبط بالهم اليومي ، فإعادة انشاء الفلسفة لا يكون بالضرورة في إعادة ما قاله أفلاطون أو أرسطو و لا يكون من خلال وضع الانساق و إعادة تشكيل المدارس لأن الفلسفة حقيقة حسب تعبير الفارابي هي تلك التي تحاول الإجابة نظريا عن مسائل العصر و مشاغل الناس.

إن الخطاب الفلسفي المعاصر لا يتحقق إلا من خلال التفكير في اليومي و الانشغال على أهم القضايا التي تخترقه من عمق فهو أحد أهم التوجهات الفلسفية المعاصرة ، و هي توجهات تهدف إلى التخلص من مأزق الفلسفة الذي وصلت فيه إلى طريق مسدود بسبب ما ينسب إليها من نظريات و مناهج و مقولات تتعالى فيها على ما هو يومي و متغير و أني و جزئي لصالح ما هو كوني و شمولي و انساق ثابتة.

في مقابل الخطاب الفلسفي يظهر الخطاب الإعلامي نتيجة للتحويلات الحاصلة في الميادين السياسية و الاقتصادية و التقنية على المستوى الدولي و التي أحدثت تطورات عدة في بنية الإعلام بشكل عام ، عادت بآثارها في تغيير طرائق أداء القائمين على العملية الإعلامية في جوانب الأداء و التوجيه و التنفيذ .

كما وصلنا إلى أن هناك علاقة بين نظريات الإعلام و فلسفة الإعلام ، فلسفة الإعلام هي بحث في العلاقة الجدلية بين نظريات الإعلام و تطبيقاته في المجتمع ، أي تحليل التفاعل بين أسس الإعلام كعلم و بين الممارسة الفعلية في الواقع الاجتماعي .

إن الدور الايديولوجي للإعلام يمكن فهمه على نحو أفضل إذا نظرنا إليه من زاوية عملية وهي التحول المادي للإيديولوجيا التي حدثت في القرن العشرين ، فلم تعد الإيديولوجيا تؤثر على مجرد الأفكار و المعتقدات ، بل أصبحت تحت تأثير الإعلام تؤثر على أسلوب النظر إلى الأشياء و إدراكها .

كما لم يعد الخطاب الثقافي- الفكري هو الإيديولوجيا الوحيدة في العمل و الانتشار بل أصبحت أدواتها المادية ، و لم تعد تنتشر بالكلمات بل بالصور و العلامات .

الفصل

الثاني

الفصل الثاني

مدرسة فرانكفورت و مقارنتها للإعلام

(أدورنو و هارتماس نموذجاً)

المبحث الأول: الإعلام والثقافة المصنعة (أدورنو نموذجاً).

المبحث الثاني: الفعل التواصلي...بين الإعلام و المجال العام

(هارتماس نموذجاً).

المبحث الثالث: نقاط التوافق و التنافر بين الفضاء العمومي الافتراضي

و الفضاء العمومي الهارتماسي.

مدخل:

كان للثورة الصناعية خلال القرن التاسع عشر أثر بالغ على الواقع الأوروبي، لما تبعها من تقدم تقني، وعلمي، وتكنولوجي، عمل على دفع عجلة التنمية والتطور داخل هذه المجتمعات، وإذا أمعنا النظر في المجالات التي مستها هذه التطورات سندرك أنها شملت أيضا وسائل الميديا أو وسائل الإعلام والاتصال لما لهذه الأخيرة من دور في نقل وتبادل الأخبار والمعارف من جهة، وقدرتها على التأثير في الرأي العام من جهة أخرى .

كما وقد عانت وسائل الإعلام في فترة ليست ببعيدة من سيطرة السياسة وتوجيهها لها حسب متطلبات اليوم. نظرا للاضطرابات التي عرفها العالم وقتئذ من حربيين عالميتين تبعتهما حرب باردة، مما دفع بالإنسان الصانع أن يتحرر من جملة القيود المفروضة على حرية الرأي والتعبير بواسطة العقل الأداتي الذي ينطلق من أن كل الأشياء الموجودة داخل العالم هي سبل لتحقيق غايات البشر، فكانت نتيجة ذلك ظهور تطورات على وسائل الميديا من تلفزيون وسنيما وإذاعة... التي باتت تخوض في سائر الموضوعات السياسية والاقتصادية وحتى الاجتماعية، فأصبح من اليسير جدا على العالم تبادل أنماط الحياة خاصة وأن ما تحاول وسائل الميديا تمريره في الفترة المعاصرة متعلق خاصة بالجوانب الاجتماعية ، تحديدا الثقافة لفرض سيطرتها على الجماهير وفق ما يعرف بسياسة الإلهاء، "فما قامت الثورة الصناعية بتضخيمه في القرن التاسع عشر، أخذت تكنولوجيا الاتصال بتحجيمه وتصغيره، إن التضخيم كان منتجا للثورة الصناعية في حين أن الحد من هذا التضخيم كان منتجا لثورة الاتصالات".

وقد عولج هذا الموضوع كثيرا من قبل الفلاسفة الألمان، وعلى وجه الخصوص ادو رنو وها برماس كل حسب نظريته الخاصة ، ففي حين تحدث ادو رنو عن طبيعة ثقافية جديدة ساهم الإعلام في إنتاجها وقد أشار إليها تحت مسمى الثقافة المصطنعة أو المصنعة culture undusrty ، ظهر بعده ها برماس بنظرية الفعل التواصلي و التي مست السلوك الاتصالي حيث كانت نقطة انطلاقه من الفضاء العام و بناءً على ما سبق نطرح الإشكال التالي : ما مفهوم الثقافة المصنعة الذي طرحه ادو رنو ؟ ما هو الدور الذي لعبه الإعلام في

التواصل حسب رأي ها برماس خاصة بعد هيمنة الدعاية في المجال العام ؟ وفيما تتجلى أوجه التشابه والاختلاف بين الفضاء العمومي الافتراضي والفضاء العمومي الها برماسي؟.

المبحث الأول : الإعلام و الثقافة المصنعة (ادو رنو نموذجاً)

كان ظهور مدرسة فرانكفورت وليد البيئة الألمانية وما عاشته خلال القرن التاسع عشر، أما توجههم الماركسي وتبنيهم للأفكار الماركسية فقد كان تطور الرأسمالية وظهور الطبقة البروليتارية سبباً في تبنيها، محاولين الدفاع عنها للخلاص من قيود الاغتراب* والتشيء**، وحتى يومنا هذا ماتزال مدرسة فرانكفورت تمدنا ببراديغم فلسفي " مطرده القدرة على فهم إشكاليات الدولة المعاصرة .. وذلك عبر دعامتين أساسيتين: بناء تصور نظري جديد للإنسان وللعالم من جهة، وإرساء منهج تحليلي قادر على فهم العضلات الاجتماعية الواقعية من جهة أخرى ¹. وكانت الأرضية الفكرية لمنظري المدرسة هي الواقع المجتمعي البورجوازي الذي انطلقوا منه بالنقد والتحليل منطلقين من توجه ماركسي لكن معظم هؤلاء تخلو عن الأفكار الماركسية لاحقاً وانشغلوا بفلسفة اجتماعية بينت "أن المجتمع القائم هو مجتمع لا عقلائي أو قمعي وذلك لأنه يسلب أو يدمر السمتين الأساسيتين للحياة الإنسانية وهما: قدرة الإنسان على تحويل بيئته، وقدرته على القيام باختيارات عقلانية جماعية تتعلق بحياتنا جميعاً"².

كما انصب اهتمام فلاسفة فرانكفورت على معالجة موضوع الثقافة لأنها غدت السبيل الوحيد في ربط العالم ببعضه البعض وتحقيق الاندماج داخله وقد انطلق أدو رنو من نقطة أساسية فحواها "أن الكائن البشري له قدرات وإمكانيات معينة سلبت منه في المجتمع الحديث، ولقد بات من المتفق عليه اعتبار أعلى أشكال الثقافة المتمثلة في الفن والأدب والموسيقى نتاجاً لقدراتنا البشرية وفي نفس الوقت نقداً لمجتمعنا الحالي"³، فالثقافة مثلت جانباً مهماً في حياة الأفراد فقد كانت "مستودع عناصر مثل الحقيقة والجمال وعلى الرغم من أن هذه العناصر كانت تحمل طابع العلاقات الطبقيّة إلا أنها كانت تنير الدرب أمام

¹ على عبود المحمداوي، الإشكالية السياسية للحداثة من فلسفة الذات إلى فلسفة التواصل ها برماس أنموذجاً، منشورات الاختلاف، الجزائر، دار الأمان، الرباط، ط1، 2011، ص70.

*الاغتراب: الأصول الأولى و هي aliento حيث كانت تدل على معان كثيرة، و يستمد الفعل معناه من الفعل aliener بمعنى تحويل ملكية شيء ما نملكه إلى شخص آخر (وإبل نعيمة، الإغتراب عند ماركس، دراسة نقدية تحليلية، كنوز الحكمة، (د.ت)، (د.ط) 2013. ص 05)، و هو غربة الإنسان عن جوهره، أو عدم التوافق بين الماهية والوجود (مصطفى حسيبي، المعجم الفلسفي، ص75).

² إيان كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى ها برماس، تر: محمد حسين غلوم، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، (د.ط)، 1978، ص283. **التشيء: التشيؤ تعني تصور النتائج الإنسانية وكأنها كانت شيئاً آخر غير هذه النتائج، أي بمثابة معطيات طبيعية، و التشيؤ لا يتضمن وحسب قدرة الإنسان على نسيان كونه هو نفسه مؤسس العالم الإنساني، (انظر: يورغن ها برماس، القول الفلسفي للحداثة، ص 127). ³ المرجع نفسه، ص 283.

إمكانية التحقق الإنساني، وبالمقابل لم تعد الثقافة تعمل الآن إلا بوصفها انحراف عن الواقع¹ ، فموقع الثقافة اليوم يختلف عما كانت عليه فقد "مثلت الثقافة لدى المنظرين النقديين تلك الزاوية الثالثة في مثلث بازغ من السيطرة المتزايدة فالتغيرات في الاقتصاد السياسي (...) والتغيرات في علم النفس الاجتماعي غدت تخدمها الآن سيرورة ثالثة ، إغراء صناعة الثقافة"².

ومن خلال ما تقدم نلاحظ الاهتمام الذي أولاه رواد مدرسة فرانكفورت* للثقافة على رأسهم أدورنو الذي وقف على المتغيرات التي طرأت على الواقع الألماني بداية، ثم ما عرفته وهو ما تعكسه "الوفرة الهائلة في النتاج الفني الساحة الثقافية الأمريكية خاصة مجال الفن الموجود في الولايات المتحدة الأمريكية متمثلة في كثرة الأفلام السينمائية، وكثرة الأسطوانات وسهولة اقتنائها المتميزة"³.

وقد سعت الليبرالية** كما هو معروف في الانتشار في فترة جد مبكرة من المرحلة الحداثية إلى محاولة تطبيق القيم الأساسية لها من حرية وسلام داخل العوالم المعيشية المختلفة ف"أصبحت المسألة هي دمج الأفراد بالمجتمع دمجا ناجحا ، وغدت الثقافة التي تعني الوسيلة التي تتبعها المجتمعات والأفراد لوضع تصور عن العالم هي العامل الوحيد لتحقيق هذا الاندماج"⁴ ، وكان أدورنو قد أشار تحديدا إلى واقع الفن بحكم أنه جزء مهم من الثقافة ، فالفن يمثل للمجتمعات بصيص أمل "تمكن من الحفاظ على الفرد واستقلاليتيه من استبداد وظلم السلطة والهيمنة"⁵ ولهذا السبب نجده قد منح للفن "وظيفة نقدية

¹ ألان هاو، النظرية النقدية، مدرسة فرانكفورت، تر: ثائر ديب، دار العين للنشر، القاهرة، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2010، ص 63.

*مدرسة فرانكفورت: معهد الأبحاث الاجتماعية في مدينة فرانكفورت ، هي حركة فلسفية – اجتماعية – نفسية نشأت بمدينة فرانكفورت 1923 بدأت الحركة في معهد الأبحاث بالمدينة ، ترأسها كارل جرينبرج و قد مثل المرحلة الأولى للجيل الأول للمدرسة ، بينما بدأت المرحلة الثانية في الثلاثينات مع هور كهايمر كما سميت المدرسة بالنظرية النقدية معه ، حيث اجتمع فيها مع فلاسفة أمثال : والتر بنجامين ، ثيودور أدورنو وها ربرت ماركيز (...). كما بدأت مرحلة أخرى و التي مثلت الجيل الثاني مع يرغن ها برماس و هو الممثل الأكثر شهرة للمدرسة (انظر : توم بوتومور ، مدرسة فرانكفورت ، تر : سعد هجرس ، دار أويا ، ليبيا ، ط2 ، 2004 ، ص 37).

² المرجع نفسه، ص62.

³ جمال مفرج، الفلسفة المعاصرة من المكاسب إلى الإخفاقات، منشورات الاختلاف، الجزائر، الدار العربية للعلوم ، بيروت، ط1، 201، ص 23.

⁴ إيان كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى ها برماس، تر: محمد حسين غلوم، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، (د.ط)، 1978، ص285. **الليبرالية: رغم أن الليبرالية تستقي أصلها من بواكير القرن التاسع عشر و هي المفردات السياسية للمجتمع الحديث ، تشدد الليبرالية التحررية على القيمة العليا للفرد ، كما ترى أن على الدولة أن تبقى بمنأى عن الحياة الاقتصادية عن مبدأ "دعه يمر " (انظر : طوني بينيت ، لورانس غروسيرغ ، ميجان موريس ، معجم مصطلحات الثقافة و المجتمع ، تر: سعيد الغانمي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ط1 ، بيروت ، ص562)

⁵ نعوم تشومسكي، سيطرة وسائل الإعلام، الإنجازات الهائلة للبروباغندا، تر: أميمة عيد اللطيف، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط1، 2003، ص28.

وثورية بخلقه لعالم جمالي معادل لانغلاقه الواقع ومواجه له، فحين تغدو الحياة اليومية أداة سلب دائم للوعي وقمعية وفق تصنيع آلي تحدده المؤسسة الرسمية ونمط الحياة والأفكار المعززة من قبلها يغدو العالم الذي يخلقه الأثر الفني(...) منطقة لإعادة تنوير الوعي " ¹.

وما هو معاش اليوم يعكس تماما مهمة الفن التي وجد من أجلها وهو ما خلفته التطورات الحاصلة في مجال الميديا، أين أصبح اليوم مصير العالم بكل ما يحتويه مرتبط بالتقنية وعلى حد تعبير ريتشارد رورتي فإنه لا "أظن أننا... نستطيع الآن أن نتخيل مستقبلا للكرامة الإنسانية والحرية والسلام فليس لدينا إحساس واضح بكيفية الخروج من المواضيع والقيم الجمالية، بل أصبح يعبر بشكل مميز عن الصفات النموذجية للمجتمعات الصناعية أي أصبح وسيلة للسيطرة على سلوك الجماهير من أجل أغراض تجارية(...) "² فما تعانیه الثقافة اليوم من سيطرة إعلامية قد أصطلح عليه أد ورنو* بالثقافة المصنعة أو وكان هذا في مقالة في الكتاب الذي جمعه بزميله cultur industry صناعة الثقافة**

ب: جدل التنوير عام 1972. dialectic of enlightenment هوركهايمر*** المعنون

وقد طرح كل منهما في السياق ذاته التساؤل المتمثل في : ماهي حدود وفوائد آثار التكنولوجيات الحديثة للاتصال على الثقافة؟ يمكننا أن نعقد مقارنة بين ما قدمه أفلاطون في أسطورة الكهف والواقع الذي يجسده الإعلام اليوم، فهذا الأخير يقدم عالما بحقائق يظنها المتلقي حقيقية ، يصدقها ويتبناها لكن ماهي إلا زيف، فالإعلام لا يقدم سوى الصور

¹ المرجع نفسه، ص 28.

² جمال مفرج، الفلسفة المعاصرة من المكاسب إلى الإخفاقات، منشورات الاختلاف، الجزائر، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت ط1، 2011، ص20.

* ثيودور أد ورنو : theodor adorno 1903 - 1966 فيلسوف ألماني ، أصبح عضوا رسميا في معهد الأبحاث 1938 ، تنقل بين ألمانيا والوهم ، شارك هوركهايمر في إعادة تأسيس معهد الأبحاث الاجتماعية كما شاركه في العديد من الكتابات منها : كتاب نقد العقل ، و جدل التنوير ، و أصبح مدير مساعد لمعهد الأبحاث (بول لوران أسون ، مدرسة فرانكفورت ، تر : سعاد حرب ، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر والتوزيع ، بيروت ، ط2 ، 2005 ، ص 16 ص 18 .

** صناعة الثقافة : مصطلح يستخدمه أد ورنو و هوركهايمر بمعنى تحقيري في إلقاء الضوء على الطريقة التي استولت بها المصالح التجارية على الثقافة و تعبيرا عن فزعهما إزاء ما للثقافة الجماهيرية من أثر أو مفعول يتمثل في حت ادراكنا لما هو قيم ثقافيا ، (أنظر : لن هاو ، النظرية النقدية ، مدرسة فرانكفورت ، تر : سعيد الغانمي ، المنظمة العربية للترجمة ، بيروت ، لبنان ط1 ، 2010 ، ص 267 .

*** ماكس هوركهايمر : max horkheimer 1895-1973 من أهم مؤسسي مدرسة فرانكفورت و منظريها ، تولى في سنة 1930 ادارة معهد الأبحاث الاجتماعية التابعة لجامعة فرانكفورت ، فأصبح بذلك على رأس المؤسسة الجامعية الوحيدة التي تتمتع فيها بحقائق المواطنة ، وهذا في ظرف شهد صعود النازية و أزمة العالم البورجوازي ، (أنظر : ماكس هوركهايمر ، النظرية النقدية والنظرية التقليدية ، تر: مصطفى الناي، مطبعة عيون النجاح، الدار البيضاء ، المغرب ، ط1 ، 1990 ص04).

وهذا ما بيّنه أفلاطون فما كان يراه أهل الكهف لم يكن حقيقة بل مجرد انعكاس لصور موجودة خارج الكهف مرت إلى داخله عن طريق الفتحة الموجودة في الكهف، "فشكل الكهف الذي كان يصفه أفلاطون يشبه الكاميرا التي يعني اسمها الغرفة المظلمة (...). به ممر طويل ينتهي بفتحة صغيرة يكاد أهله لا يشعرون بهذا الممر، والكاميرا كذلك هي كهف مظلم لا يدخله الضوء إلا من فتحة صغيرة هي العدسة"¹.

فهيمنة وسائل الإعلام اليوم تبقي أفراد المجتمع سجناء الكهف الأفلاطوني*، فما يقدمه الإعلام للمتلقّي هو مجموعة من الصور ليست هي الواقع الحقيقي إنما تمثل انعكاسا له فقط، و ما يجهله المتلقّي الطابع التقني صناعي الذي طغى على الصورة اليوم .

وإذا كانت الديمقراطية تمثل نمطا من أنماط الحرية الفردية التي حاول النظام الرأسمالي تصعيدها وتطبيقها على مجالات واسعة حتى تشمل أيضا حرية الرأي والتعبير باستخدام وسائل الإعلام فإن راهننا اليوم يعكس تماما صورة الإعلام لأن هذا الأخير يلعب دورا كبيرا اليوم في "مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم والعمل على دعم الوضع القائم، لذلك كانت دراساتهم النقدية للأوضاع الإعلامية وانتشار الثقافة الجماهيرية بديلا عن الثقافة الراقية أو الرفيعة التي ترتقي بأذواق الجماهير، لوضع تفسيرات خاصة بانتشار صور المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة على المجتمع"². ومن هنا يمكن صياغة مفهوم لمصطلح الثقافة المصطنعة التي يعمل النظام أو السلطة على إنتاجها ونشرها على نطاقات واسعة، هي "ثقافة زائفة تقف في مقابل الثقافة الشعبية الحقيقية الناتجة تلقيا من تفاعل البشر ببعضهم البعض في إطار المجتمع"³. تسعى وسائل الإعلام على تفعيلها داخل الأوساط الشعبية حتى تخلق أمكنة للثقافات الغربية داخل المجتمعات المختلفة، وهو ما يعكس المفهوم الجديد للديمقراطية اليوم أين يكبح عامة الأفراد من إدارة شؤونهم ويمنعون أيضا

¹ 19:04 09/10/2017 > s.asp www.m-ahewar.org

² كنزاي محمد، براديجم مدرسة فرانكفورت على المحك: منظور اتصالي، ضمن: مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، العدد9، 2014، جامعة سكيكدة، ص ص 107-108

*الكهف الأفلاطوني: مثال ضربه أفلاطون، يشبه فيه نفس الإنسانية في اتصالها بالبدن بسجن مقيد في كهف و ظهره إلى الضوء و وجهه إلى الحائط تقع عليه ظلال الأشياء الموجودة خارج الكهف، فهو لا يرى الأمور على حقيقتها و إنما يرى الظلال المتحركة فحسب (انظر: إبراهيم مذكور، المعجم الفلسفي، ص 156).

³ المرجع نفسه، ص 115.

من تسيير وسائل الميديا التي تلحق إدارتها بالسلطة بحيث لا يمكنها نشر أو إعلان آراء تخالف المواقف السياسية أو الاقتصادية للسلطة ما ينتج نوعا من التضليل والإلهاء للأفراد ، فنحن اليوم على الرغم من الثورة التقدمية في الاتصالات نفتقد التواصل الأصيل الذي يتم على مرئ ومسمع من الثورة الكبيرة التي يعرفها عالم الاتصال والإعلام بمعناه الإبلاغي، الآلي المباشر، ثورة شملت كل مناحي الحياة في أدق دقائقها و وصلت إلى أبعد نقاط الأرض وأكثرها انعزالا .أليس هذا التناقض الفاضح بين تواصل إنساني مرغوب ولكنه مفقود، وبين ثورة إعلامية شكلانية جعلت الإنسان أكثر غربة بل وأكثر اغترابا وأقل تواصلًا¹.

لهذا السبب رأى أد ورنو اليوم أنه "صار لزاما على العالم كله أن يمر بمصفاة الصناعة الثقافية"² ، لأنها عرفت اليوم تطورا " مع تطور التأثير اللازم عنها والتفاصيل التقنية التي يجب أن تعبر عن فكرة معينة يصار إلى تصفيتها مع تصفية هذه الفكرة بالذات"³.

ففكرة الحداثة* على مستوى الفن جاءت مغايرة تماما لما كان عليه الوضع الحداثي ونتائجه من تشيئ واغتراب ، فالحداثة "في الفن هي التي تمنحه القوة والطاقة الأساسية للوقوف ضد الاستلاب ومواجهته ، لأن حداثة الفن تعني بالدرجة الأولى إرادة إعادة الاكتشاف ويسمي أد ورنو هذه الفكرة ب: قوة المقاومة النفسية"⁴. وهو ما منح الإنسان الفنان حرية أكبر في تناول الموضوعات كان في السابق من المحرم الاشتغال بها وأخرج الفن بذلك من كل ما هو تقليدي ، وبسب ما يعرفه الاقتصاد من تقدم وسيطرة مكنته من الاستحواذ على " أشكال الحياة ، مما ترتب عليه وضع الفن موضوع الشك والريبة وخصوصا بعد أن مختلف استخدمت السلطة والشركات الاستهلاكية الفنون كأدوات لترويج منتجاتها وأصبح الفن

¹ جان مارك فيري، فلسفة التواصل، تر: عمر مهييل، منشورات الاختلاف، الجزائر، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط1، 2006، ص19.

² ثيودور أد ورنو، ماكس هوركهايمر، جدل التنوير، شذرات فلسفية، تر: جورج كتوره، دار الكتاب الجديدة المتحدة، بيروت، ط1، 2006، ص148

³ المصدر نفسه، ص 147.

*الحداثة: لغويا حدث ، حدث الشيء أي وقع ، و الأحداث : إتياء الشيء الجديد و المبدع (ابن منظور ، لسان العرب ، دار صادر ، بيروت ، ط4 ، 2005 ص 52 ص 53) و يرجع لا لاند استعمال الكلمة modern إلى القرن العاشر في المسجلات الفلسفية و الدينية أما الحداثة modernity فهي حسب ها برماس قطيعة زمنية متكررة ، لإنتاج نسق جديد بمعرفته ، و وجوده و قيمه و شرطيه الانساني و العقلاني (أنظر : الاشكالية السياسية للحداثة ، ص 87 ص 88).

⁴ جمال مفرج، الفلسفة المعاصرة من المكاسب إلى الإخفاقات، منشورات الاختلاف، الجزائر، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت ط1، 2011، ص29

مرادفا للدعاية الإعلان"¹. وبما أنه توجد علاقة بين الفن والدعاية الإعلانانية يجب ان نشير إلى أن " الدعاية تتم بإشراف الدولة حينما تدعمها الطبقات المتعلمة وحين لا يسمح بأي انحراف عن الهدف بإمكانها أن تحدث أثرا كبيرا"².

كما قد يعامل الفن أو العمل الفني اليوم معاملة السلع التجارية الخاضعة لقانون السوق المبني على العرض والطلب ف" التقارب الغريب بين الثقافة والصناعة هو وحده الذي أنصف حقيقة أن الثقافة لم تعد ذلك التعبير الإنساني الحي عن التكامل الاجتماعي بقدر ما و هو ما رآه غدت نتاجا للمصالح التجارية المتداخلة قائما على التلاعب والمضاربة"³، أد ورنو إجحافا في حق الفن .وفي هذا الإطار يحدد أد ورنو صنفين من الفن، أما الأول فهم " الفن السفسطائي الكاذب الذي يدمج نفسه مع الأنواع الأخرى من الدعاية ويتكيف مع الحياة الحديثة ، وليست له أية قدرة على المقاومة أو النفي ، فهو وسيلة إيديولوجية لتبرير الحياة، ومثل هذا الفن محكوم عليه بالموت ، لأنه مرتبط بقانون الحياة التي يروج لها أو يعبر لها فينتهي بانتهاء اللحظة التاريخية"⁴.

و بما ان الإعلام يتميز بخاصية التعميم ،فان وسائل الإعلام اليوم تستطيع "ممارسة دورها الإيديولوجي بأن تعمم مصالح معينة جزئية وخاصة ليس لها الحق في ذلك، والتعبير عن مواقف ووجهات نظر جزئية ومتحيزة بحجة أنها مواقف الكل ووجهات نظر الجميع"⁵ . ويمثل ما يبث على شاشات التلفزيون من أفلام وموسيقى شعبية وكذا ما يلتقطه الفرد عبر موجات البث الإذاعي من اخبار والتصريحات المنشورة عبر طيات الصحف كلها تسقط الإنسان في أن يكون مستهلكا من الدرجة الأولى .أما النوع الثاني فهو "الفن الحقيقي الذي يمثل قوة احتجاج ضد كل ما هو قائم وبالتالي يحرر الإنسان من أسر العالم ومن كل صور الاغتراب السائدة في الحياة اليومية والفن في صورته هذه هو الفن الوحيد المتاح له

¹ المرجع نفسه ،ص 24.

² نعوم تشومسكي، سيطرة وسائل الإعلام، الإنجازات الهائلة للبروباغندا، تر: أميمة عبد اللطيف، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، ط1، 2003،ص08.

³ آلان هاو، النظرية النقدية، مدرسة فرانكفورت، تر: ثائر ديب، دار العين للنشر، القاهرة، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2010، ص62.

⁴ جمال مفرج، الفلسفة المعاصرة من المكاسب إلى الإخفاقات، منشورات الاختلاف، الجزائر، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت ط1، 2011، ص27.

⁵ www.m-alhewar.org> s.asp 09/10/2017 19:04

الوجود"¹. وهذا النوع من الفن يتميز بنوع من الاستقلال عن الواقع الذي يعيش فيه "فالفن المستقل بخلاف الثقافة الجماهيرية التي تعبر عن عالم الرأسمالية المسلح ينطوي على عنصر مقاومة متأصلة فيه (...). وما كان يخطر في ذهن أدورنو من أعمال فنية قادرة على مقاومة استيعابها واحتوائها في صناعة الثقافة ، هو تلك الموسيقى الناشئة لدى مؤلفين أمثال شو بينبرغ (...)."² ونجد هذا النوع داخل الأوساط الشعبية تحت مسمى الثقافة الشعبية التي تعكس التجربة الحية للأفراد.

فالثقافة التي تعمل وسائل الإعلام على تصنيعها عبر وسائط الاتصال "من إذاعة وتلفزيون وصحف ، هي ثقافة مصطنعة لا تمثل حاجات البشر الحقيقية وإنما هي نتاج المجتمع الصناعي والتكنولوجي المتقدم الذي تغدو الثقافة فيه ثقافة آلية تمثل الواقع الصناعي المغترب، وهي ثقافة تخديرية للجماهير، لأنها تحاول صياغة وجدان الجماهير في سياق يتفق مع مصالح المؤسسات السائدة"³.

فما هو قائم اليوم يبين أن الحضارة الحالية منحت للجميع صفة المشابهة بحكم أن جميع القطاعات اليوم تقوم على الإعلام ، وما يميز هذا الوضع حسب أدورنو هو تحول صناعة الثقافة كوسيلة تحقق الربح المادي فلا "حاجة للسينما أو للراديو أن يتحولوا إلى الفن، فهما نشاط عملي (بزنس): وهنا تكمن حقيقتهما وأيدولوجيتهما من أجل تبرير ما يقومون بإنتاجه، إنهما يفرضان نفسيهما بأنهما صناعة وإعلان مقدار ما يربحه المديرون العاملون فهم يكتسبون بذلك كل الشكوك التي تدور حول ضرورة منتوجاتهم الاجتماعية"⁴. ويبين فادورنو يعتبر الإيديولوجيا كمفهوم الثقافة المصنعة والإيديولوجيا علاقة لا يمكن إخفائها يحيل في معناه إلى " الاستقلالية في الإنتاج الثقافي (...). الإيديولوجيا جوهر غير متحول ولا يتحول ، دون أن نفهم بالتحديد ما هو القصد بكلمة الإيديولوجيا"⁵. لأن ظهورها تزامن بظهور المجتمع البورجوازي خلال القرن الثامن عشر وليس المجتمع الصناعي وقد " تم

¹ مرجع سابق، ص 27.28.

² ألان هاو، النظرية النقدية، مدرسة فرانكفورت، تر: ثائر ديب، دار العين للنشر، القاهرة، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2010، ص 69.

³ علي عبود المحمداوي، الإشكالية السياسية للحدثة من فلسفة الذات إلى فلسفة التواصل ها برماس أمونجا ، مرجع سابق، ص 73.

⁴ ثيودور أدورنو، ماكس هوركهايمر، جدل التنوير، شذرات فلسفية، تر: جورج كتوره، دار الكتاب الجديدة المتحدة، بيروت، ط1، 2006، ص 142.

⁵ حسن مصدق، بورغن ها برماس ومدرسة فرانكفورت، النظرية النقدية التواصلية، المركز الثقافي العربي بيروت، الدار البيضاء، ط1، 2005، ص 50.

الربط بين الإيديولوجيا واقتصاد السوق لأنها بمثابة من يبرر المجتمع الرأسمالي الوليد في الوقت نفسه الذي تدافع فيه قوانين العقود الاجتماعية على غرار العقود التجارية ، وبذلك يمكن اعتبار الإيديولوجيا كرأس الحربة للهيمنة غير المباشرة (...) و إحدى الخصائص التي يتميز بها المجتمع الرأسمالي¹ حسب أد ورنو ، وبعد تشخيصه للأزمة داخل المجتمع البورجوازي تبين له أن "مفهوم الإيديولوجيا قد فقد موضوعه، فالعقل انقسم على مستويين، فمن ناحية يتم اعتبار النقد الذي يبتغي تحقيق التغيير في المجتمع الحالي مجرد عقل حالم غير واقعي، ومن ناحية أخرى ينظر له كإرادة لها القدرة على التخطيط والبرمجة"²

تعتبر صناعه الثقافة إحدى أوجه تطور الرأسمالية، فهي لا ترى في الفن وسيلة للتحرر والانعقاد بقدر ما ترى فيه وسيلة للتسويق تلبي الطلب، فإذا كان الفن "حسب التوجه الشيوعي هو صناعة أو هندسة تخدم الشيوعية وأفكارها وتوضح معاناة الطبقة العاملة، فإنه من الجانب الرأسمالي فقد زيف الفن وأبعد عن أصالته من خلال إدخاله في مكنة الدعاية والإعلام والنفعية والاستثمار والاستهلاك الذي اتخذ به الفن القيمة التجارية المادية مكان القيمة الجمالية"³. ويحاول الإعلام بسط سيطرته على الجماهير من خلال بعث الاطمئنان النفسي في نفوسهم ، وحاول أد ورنو في أحد مواقفه أن يبين أن زيف هذا الاطمئنان في تعقيب له على ما يعرف بالأبراج أو التنجيم في مقال له بعنوان هبوط النجوم على الأرض نشره عام 1975، فما "تنشره الصحافة في الزاوية المخصصة للأبراج وهي الزاوية ذات الشعبية الهائلة، فالتنجيم يقدم نفسه باعتباره علما من العلوم الأخرى، وهذا ما انتقده أد ورنو وحسب (...) ويدعي خبرة تشكل بحد ذاتها مبعثا للاطمئنان"⁴، موقفه هذا فإن إنسان اليوم أصبح خاضعا للنظام الإنتاجي مهما كان نوعيته وطبيعته طالما أن وسائل الميديا تسهل وتكيف الأعمال الفنية وفق متطلباته لكن الحقيقي في الأمر أن مجمل الأعمال الفنية باختلافها والمنقولة عبر وسائل الإعلام كيفية وفق ما تراه السلطة ، بحيث تفصلها عن سياقها الأصلي وتحاول القضاء على السمات الأساسية لها وفقا لما

¹ المرجع نفسه، ص51.

² على عبود المحمداوي، الإشكالية السياسية للحدث من فلسفة الذات إلى فلسفة التواصل ها برماس أنموذجا، منشورات الاختلاف، الجزائر، دار الأمان، الرباط، ط1، 2011، ص74.

³ محمد خليف خيضر الحياي، الهيرمينوطيقا النقدية مشروعية العقل التواصل، منشورات الاختلاف ، الجزائر، دار الأمان ، الرباط، منشورات ضفاف، بيروت، ط1، 2016، ص129.

⁴ إيان كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى ها برماس، تر: محمد حسين غلوم، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، (د.ط)، 1978، ص289.

تقتاضيه آليات التبادل التجاري ففي قانون السوق المقارنة السلعية هي أساس التبادل فمثلا "اللوحات يمكن نسخها وبيعها على نطاق واسع، ليس لمصلحة الفن، ولكن لترسيخ الاقتناء كقيمة يحرص عليها المجتمع السلعي"¹، وما يمكن ملاحظته من خلال هذا أن الفن الأصل سيبقى يحجز مكانه على الهامش طالما أنه متشبث بخصائصه والوظيفة التي وجد من أجلها في حين نجد الفن الاستهلاكي القائم على التبادل يعرف إقبالا ملحوظا من الجماهير لأن ما هو مهم الآن ليس قيمة العمل الفني أو الأثر الذي يتركه في نفس المتلقي إنما طبيعة السلعة فمثلا في "الموسيقى أدى الأثر الفني المعزول لصرف الوعي عن الكلية الشكلية، أما الرسم فإن تفضيل لون معين على حساب ما تبقى أدى إلى تشويه اللوحة ككل، وفي الرواية فإن العمق النفسي قد صار أكثر أهمية من بنيتها"².

فالإعلام المعاصر يعمل على قمع الفنون والأعمال الفنية وهو ما يوضحه تراجع الفنون مثل الرسم والمسرح واستبدالهما بالعمل السينمائي الذي يوقع الإنسان في مأزق الصورة والصوت "فالفيلم بمؤثراته الصوتية والذي يتجاوز بذلك مسرح الوهم، لا يترك مجالا لمخيلة ولا لتفكير المشاهد الذي يمكن أن يتحرك فيه (...)" فالفيلم يساعد المشاهد الضحية على التماهي مباشرة (...). هذه الأفلام تمنع عن المشاهد كل نشاط عقلي إذا ما أراد عدم إضاعة أي حدث من الأحداث التي تساق أمام عينيه"³، كما لا يخلو موقف أد ورنو من معالجة مسألة جد حساسة أربكت الوضع القائم وجعلته منحلا أخلاقيا وقد ساهم الإعلام في تعزيزها وهي الفن الإباحي فما "يميز صور الصناعة الإباحية الحديثة هي الطريقة التي بنيت فيها هذه الصورة برمتها على أنها سلع، فهي كسلع مصممة لكي تقدم الجنس بطرائق حية ومرتبطة بالأعضاء التناسلية إلى أبعد الحدود، وعلى نحو يقصي التصورات الحسية الأوسع، وباختصار فإن منتجات صناعة الثقافة النمطية كما يقول أد ورنو لم تعد سلعا أيضا بل سلعا تماما"⁴.

¹ جمال مفرج، الفلسفة المعاصرة من المكاسب إلى الإخفاقات، منشورات الاختلاف، الجزائر، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، ط1، 2011، ص26.

² ثيودور أد ورنو، ماكس هوركهايمر، جدل التنوير شذرات فلسفية، تر: جورج كتوره، دار الكتاب الجديدة المتحدة، بيروت، ط1، 2006، ص147.

³ المرجع نفسه، ص 148.

⁴ ألان هار، النظرية النقدية، مدرسة فرانكفورت، تر: ثائر ديب، دار العين للنشر، القاهرة، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2010، ص298.

المبحث الثاني : الفعل التواصلي ... بين الإعلام و المجال العام (ها برماس نموذجاً)

إن فلاسفة النظرية النقدية ومن حيث انطلاقهم من ممارستهم للنقد حاولوا " أن يفكروا في مسألة التغيير ، ليس باعتباره نتاج دينامية الصراع الطبقي كما تقول الماركسية ولكن من منطلق تفكير الإنسانية في نفسها ، واعتمادا على شكل جديد من النظرية الاجتماعية لذلك اعتبر مفكرو النظرية النقدية أن تداخل الاختصاصات شرط ضروري في النظر الفلسفي وأن على الفلسفة أن تدمج اجتهادات الاقتصاديين و المؤرخين و علماء النفس وغيرهم في صياغة أسئلتها"¹ ، حيث سكن هذا الهاجس تفكير ها برماس* في تكوينه المعرفي

وصياغته لنظريته في العقلانية التواصلية ، سعيا منه الى إنجاز ما شرعت به النظرية النقدية ، علاوة على اعتقاده بأهمية تلك المعارف التي تقع خارج الإطار الفلسفي في إتمام نظريته النقدية و اعادة بناء مقولاتها المكتسبة عبر منظومة مدرسة فرانكفورت، واعتمدت النظرية النقدية في هذا الدور على النقد لغرض "الكشف عن مصادر العطب الذي يطال المجتمع و تتوجه موضوعيا نحو تغييره، و يقوم منظورها للنشاط الفلسفي على ضرورة إنتاج فكر تحريري غير اسطوري يرتبط بشكل وثيق بالعلوم الانسانية التي تحاول اصلاح ذات المجتمع في ضوء الغايات العقلانية المرتبطة بالفعل التاريخي"² ، كما أن المشروع الأسمى لهذه المدرسة كان في التصدي لمختلف الأشكال اللاعقلانية المزيفة و التي لم تكن سوى أدوات لاستعمال العقل في تدعيم النظم الاجتماعية القائمة.

وقد تتجلى اهمية ها برماس الفيلسوف في انه فتح الفلسفة المعاصرة على نظرية التواصل بشكلها المتميز ثم سار بها قدما كي تمس السلوك الاتصالي " حيث يعتبر من ابرز المفكرين الالمان المعاصرين و آخر أعلام المدرسة النقدية فهو ينتمي لنفس التيار الفكري لمدرسة

¹ علي عبود المحمودي، الإشكالية السياسية للحدثة، من فلسفة الذات الى فلسفة التواصل، ها برماس أنموذجا، منشورات الاختلاف ، الجزائر، دار الأمان، الرباط، ط1، 2011، ص70.

*يورغن ها برماس: منظر و فيلسوف و ناقد اجتماعي و سياسي و هو معروف بإسهاماته في النظرية النقدية ، تدرب أصلا في فرانكفورت وينتمي للجيل الثاني للمدرسة، و قد بدأ مثل كل من هوركهايمر و أدورنو في بناء نظرية نقدية في اطار مدرسة هيجل و ماركس الألمانية ، : أول مؤلفاته بعنوان : التحول الهيكل في المجال العام 1926 ، كما نشر في أوائل الثمانينات مجلدي كتاب نظرية العمل الاتصالي (أنظر : ² إيان كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى ها برماس، تر :محمد حسين غلوم، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت، 1948 ص 283.

فرانكفورت او النقدية الجديدة التي تتميز بدفاعها عن الفرد ضد كل سلطة¹ ، كما يعتبر من المنشغلين بشكل كلي بالشأن العام، " حيث سعى الى تشخيص حال العالم بشكل عام والمجتمعات الأوروبية بشكل خاص محاولاً تحليل اسباب و نتائج ما يهدد الحياة الانسانية وبالأخص محاولات تحطيم بنيات الاتصال في خصوصيتها الإنسانية التي ترتبط بالقوى اللاعقلانية في عالم اليوم"².

و قبل أن نشرع في تحليل مفهوم التواصل عند ها برماس يجب أن نخرج على مفهوم التقنية لدى ها برماس أين سنحاول أن نحدد وجهة نظر ها برماس نحو التقنية حيث صاغه في قالب سؤال عن التقنية و الذي طرحه في كتابه : (العلم والتقنية كإيديولوجيا) .

أولاً : ها برماس وسؤال التقنية:

يقيم ها برماس الربط بين التقنية والعقلانية الأداتية معتبراً أن الأولى نتاج للثانية، أين تتحول التقنية إلى إيديولوجيا سائدة ومسيطرة معتبراً أن هذه الأخيرة كامنة ضمن أسلوب التفكير العلمي والتقني الحديث حيث يرى أن هذا الأسلوب ينظر إلى الطبيعة ويتعامل معها بوصفها مجالاً للوسائط ومادة للتحكم، إن مفهوم العقل الأداتي يتفق كما يبرز ها برماس مع مفهوم العقل التقني أين تغدو التقنية إيديولوجيا تعكس مشروعاً للسيطرة على الطبيعة وكذا على الواقع الاجتماعي الإنساني موضحاً أن العلم والتقنية قد تعاضماً إلى درجة أصبحتا معهما قوى إنتاجية ويسعى إلى تحليل عوامل التلاؤم بين نتائج العلمية وإيديولوجية ضعيفة، إن ها برماس يدعو الفلسفة في إجراءاتها النقدية إلى ضرورة أن تدمج العلوم الاجتماعية والأفق السياسي للنقد، فقد استصاغ ها برماس وجود علاقة بين المعرفة والمصلحة، في سياق تسعى فيه الحداثة التقنية إحداث نوع من التماهي بين المعرفة والسلطة، بين الفكر ومختلف المصالح التي ينبني عليها المجتمع الحديث بل في زمنٍ أصبحت فيه التقنية

¹ عمر كروش ، التواصل و فلسفة الفعل التواصل ، أعمال منشورة ص 1.

² أبو النور حمدي أبو النور حسن ، الأخلاق و التواصل ، يورجين ها برماس ، التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان (د.ط)، 2012 ص 6.

والعلم.. ليس فقط القوة المنتجة الأولى التي توفر شروط وجود سالم ومطمئن ولكنها غدت شكلاً جديداً من الإيديولوجيا تضيف الشرعية على العنف الإداري"¹.

تشير التقنية إلى دوافع السيطرة والنتيجة عن الرغبة في السيطرة على الطبيعة، التي دعت إليها عقلانية الحداثة، فهي لم تعد تشير إلى السيطرة على الطبيعة وحسب وإنما تعدت ذلك نحو السيطرة على الإنسان ذاته لينقلب بذلك دوره من الموجه إلى الموجه، " فمصطلح الأدوات عند ها برماس مضمونين اثنين، حيث يحمل أحدهما أسلوباً لرؤية العالم، والمضمون الثاني يمثل أسلوباً لرؤية المعرفة النظرية "²، يستشف ها برماس البحث ضمن مضامين التقنية والكشف عن الوهم التقني ومضمونه، " ذلك أن التكنولوجيا تضيف على الأشياء صفة الأدوات وتحولها إلى مجرد وسائل فتصبح بذلك مجرد وسائل لتكون عائقاً أمام التحرر إذ يتحول الإنسان ذاته إلى أداة "³، فالتقنية مشروع تاريخي واجتماعي يعكس توجهات وإرادة المجتمعات و المصالح المسيطرة أن تفعله بالبشر و بالأشياء ومنه هنا تطلب ضرورة البحث عن مضامين الهيمنة للنزعة التقنية فهذه الأخيرة كما يعترف بها هابرمارس " قد أطبقت على العالم المعيش واستفردت به من جميع الجهات، فهو يقر بأننا نعيش عصر الرأسمالية المتقدمة القائمة على التقنية بل إن شرعيتها أصبحت مستمدة منها فلا سبيل إذاً إلى الهروب منها إلى جداريات الماضي وأطلاله " ⁴، وتبدو قوة التقنية وصلابتها من حيث قدرتها على النفوذ والاستمرارية، فهي تمتلك القدرة على افتكاك شرعيتها، حيث أنها تختلف عن الإيديولوجيات التقليدية من أجل تبرير شرعيتها كما أنها تتصف ببعدها العالمي والعابر للحدود إنها قوة تتأسس معها إذ هي قوة سيطرة ناشئة ضمن ماهيتها " فقد استطاعت أن تخلق مصالح مرتبطة بوجوديتها بين جميع الطبقات والشرائح المختلفة، بل اخترقت حدود الجغرافيا والأمم، جميع حدود الطبقات والدول وحدود الأديان والمعتقدات والإيديولوجيات "⁵، تتلبس التقنية بلباس الإيديولوجيا بفضل ارتباطها بالعلم حيث يجسد تلاحمهما نوعاً من الإيديولوجيا، فقد تحول العلم في زمن الحداثة إلى قوة إنتاج

¹ محمد نور الدين أفاية، الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة، ها برماس نموذجاً، إفريقيا الشرق، المغرب، ط2، 1998، ص 154.

² هابرمارس يورغن، العلم والتقنية كإيديولوجيا، تر: حسن صقر، منشورات الجمل، كولونيا، ألمانيا، ط1، 2003، ص 47.

³ المصدر نفسه، ص 48.

⁴ محمد نور الدين أفاية، الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة، مرجع سابق، ص 107.

⁵ المرجع نفسه، ص 107.

ذات وظائف تعددية، ما يخول له أن يكون قوة ايدولوجية تمنح المشروعية للنظام الاجتماعي والسياسي الحديث المؤسس على عقلانية تقنية " وقد حاول ها برماس ضمن نصه الأساسي الذي خصصه للتقنية ضمن كتابه "التقنية و العلم كإيديولوجية" أن يستأنف أبرز أطروحة دافع عنها ماركيز و يناقشها ألا وهي الاعتقاد بأن التكنولوجيا تضيف على الأشياء صفة الأدوات"¹.

تنزاح التقنية في المجتمعات الغربية ممتداً مداها على كافة مؤسسات المجتمع وأبنيته أين تفقد هذه المؤسسات فاعليتها فيغدو بذاك منطقها الوحيد تكريس الإنتاجية التي تتموضع فوق كل مصلحة، وكل عقلانية تكنولوجية تتضمن قوة سيطرة داخلها تخضع كافة الأبعاد إلى أبعادٍ شبيهة، وتغيب أبعاد الإنسان وقيمه الوجودية و التحررية " ففي المجتمعات الرأسمالية المتقدمة صناعياً تتجه السيطرة إلى أن تفقد طابعها القومي الهيمني لتتحول إلى نوعٍ من السيطرة المعقلنة من دون أن تتخلى مع ذلك عن طابعها السياسي أو تفقده "²، تتحول آليات القمع المعاصرة إلى نوعٍ مغاير من تجلياتها أين يخضع الأفراد من خلالها إلى انزياحها عبر الاندماج في سلطة الإنتاج والتوزيع، ومنه فإنه يتولد شكل من السيطرة يتخذ صفة الشمولية التي تضيف من خلالها التكنولوجيات المعاصرة صيغة عقلانية على ما يعانيه الإنسان وعلى ما يتلاقاه من ضغوط و اكرهات التقنية التي توهم الإنسان باكتساب حريات أوسع "فإن العقلانية التكنولوجية لا تضع شرعية السيطرة موضع إتهام وإنما هي تحميها بالأفق الأداتي الوسلاتي لنزعة العقل الذي يقود إلى مجتمع كلياني مستبد وقد أضيفت عليه الصفة العقلانية "³، إن أشكال الهيمنة الجديدة تتوالد بفعل الدور والمكانة التي ينالها العلم بوصفه قوة إنتاجية، وبالتالي فإن إعادة استنطاق مدلولات الهيمنة داخل التقنية أمر مطلوب من أجل كشف ألا منطوق فيها وتميز الأبعاد العقلية من اللاعقلانية فيها.

¹ حمدي أبو النور حسن، يورغن ها برماس الأخلاق والتواصل، دار التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، 2012. ص76.

² سالم يفوت، المناحي الجديدة للفكر الفلسفي المعاصر، دار الطليعة بيروت لبنان، الطبعة الأولى، 1999. ص 94.

³ المرجع نفسه، ص95.

ثانيا : مفهوم التواصل لدى ها برماس

إن التواصل في مفهومه العام يقابله المصطلح الأجنبي *continuité* ، وهو يعني فيما يعني الاستمرارية

ويتضمن مفهوم آخر يتلامس معه و هو مفهوم الاتصال** *communication* ، كما يعرف التواصل في مفهومه الاعلامي "بانه عملية نقل معلومة او خطاب من مرسل الى مستقبل أو من باعث الى متلقي، الغاية منها تبليغ معلومة أو رسالة معينة الى متلقي معين

و تتم بواسطة قناة اتصال معينة و هي عملية بسيطة ، لكنها تحمل مركبات و مفارقات واختلافات نظرا لان الرسالة التي يراد تبليغها ليست على الدوام واضحة و دقيقة و تحمل المعنى المتفق عليه او المراد تبليغه، حيث تميل جميع الرسائل باتجاه التعدد و الاختلاف

والتنوع ، و بالرغم من اهمية مستوى المتلقي فإنه لا يسجل على الدوام معطى الرسائل بشكل سلبي بل يحاول فهم و اصباح الرسالة بدلالة معينة ، كما ان قناة الاتصال تقوم بدور مؤثر في محتوى و مضمون الرسالة و ذلك تبعا لكونها وسيلة سمعية ام بصرية ، كما انه لا يهدف التواصل الى الإخبار فقط ، بل الى التأثير و الإيهام و الاغراء لذا فان العملية التواصلية تتصف بخاصية التعقيد و تستلزم السؤال و الاستفهام و التحليل و الدراسة و حتى البحث¹، باعتبار ان التواصل يهدف الى نقل المعلومة أو الرسالة بين طرفين فانه يرتبط باللغة و فلسفتها.

فيما اعتبر ها برماس أن التواصل هو مجموع الترابطات التي يتفق حولها المشاركون بغية تحقيق مخطط اعمالهم بطريقة فعالة ، و يظهر التواصل بالنسبة اليه في شكل الفعل الذي يخرج الوعي من باطنه نحو الانفتاح على الآخر.

"وقد اسس ها برماس نظريته في مجال التواصل على نتائج نظرية افعال الكلام و الألسنية والتداول و اعطاها تفسيرات اجتماعية و سياسية و قانونية ، و نقطة الانطلاق في تناوله

¹ عمر كروش ، التواصل و فلسفة الفعل التواصل ، مرجع سابق، ص 2.
**الاتصال: *communication* : مشتقة من اللفظ اللاتيني *communicante* بمعنى يشارك ، و هي تعني الحوار بين العقول و الذوات (...)
والاتصال يتضمن احتكاك مباشر بين العقول عن طريق المشاركة الوجدانية (مراد وهبة ، المعجم الفلسفي ، ص 18).

مجال التواصل هي الفضاء العام و كيفية تشكل الراي العام ،"حيث يرى بان الفضاء العام كان مجالا او ميدانا للتعبير عن الراي الفكري و النقدي ،ثم جاءت وسائل الإعلام لتحتله

وتشوهه، و تسيطر على مضمونه و تجعله دعامة للإيديولوجيا و المصالح و بات من الضروري تحول العلم و الايديولوجيا الى أدوات للهيمنة ،مسائلة للفضاء العام و التفكير في التواصل من جديد، و ذلك من خلال تأسيس نظرية اجتماعية و ثقافية في التواصل تسمح بالشروع في تفكير عقلي و نقدي جديد و مستقل لقضايا عصرنا ،و هو امر لا ينتهي إلا بواسطة نظرية الفعل التواصلية* حسب ها برماس¹.

كما يعد الفعل التواصلية اطار نظري و فلسفي لنقد العقل عند ها برماس و القائم على مفهوم تداولي للغة "حيث يماهي بين اللغة و العقل من جهة النظر الى اللغة بوصفها مبدأ العقل وتمثل اللغة بالفعل او هي العقل في حالة الفعل ،لذلك يمكن اعتبار العقل التواصلية عقل لغوي ،حيث تشكل اللغة الأساس و المحتوى لكل مجتمع انساني و يتحقق ذلك بشكل تداولي ،غير ان فعل التواصل بين الأفراد و الجماعات هو منطلق ها برماس حيث لا يقوم الفعل التواصلية فقط على تبادل المعلومات ضمن سياق او ظروف اجتماعية معينة بل يقوم بتأويل ما يحدث لأنه يساهم في بناء العالم المعاش.

كما أن الفعل التواصلية هو فعل يستلزم المحاجة و المناقشة النقدية الى جانب الحق في الرفض او القبول و قد وضع ها برماس مفهوم أخلاق المحادثة "الذي يعتمد على اللغة العادية بوصفه مبدأ معياري و نموذجي في البلدان الديمقراطية معتبرا أن الانسان ما أن يبدأ في الحديث أو الحوار أو في فعل التواصل حتى يكون قد قبل بالاحتكام الى معيار أخلاقي يُخضع جميع الاختلافات للحجج و الأدلة التي تحقق الإجماع لذلك تنهض المحادثة على قاعدة الكونية و الديمقراطية"² ، قد يعتبر ها برماس هذه النظرية نتاجا للفعل الانساني

وتخدم ذلك الفعل و تهدف لتحقيق اكبر قدر من الحرية للإنسان.

¹ عمر كروش ، التواصل و فلسفة الفعل التواصلية ، مرجع سابق ص2.
*الفعل التواصلية : communicative action هو الفعل الموجه صوب اتفاق أو توافق مشترك ، و يعارض ها برماس بين الفعل التواصلية و الفعل العقلاني (الاداتي) ، حيث يقوم هذا الفعل الأخير على أساس من الحوادث الإميريقية التي يمكن التنبؤ لها نسبيا ، أما الفعل التواصلية فيقوم على أساس معايير توافقية ، و التي تقوم على أساس تواصل مشترك ،(ألن هاو ، النظرية النقدية ، مدرسة فرانكفورت ، تر: ثائر ديب ، المركز القومي للترجمة ، دار العين للنشر ، القاهرة ، ط1 ، 2010 ص 267).
² المرجع نفسه ، ص3.

ولتبيان نظرية ها برماس في العقلانية التواصلية علينا أن نفهم نقده للعقل الآداتي الذي كان عليه ان "يدرك العالم الموضوعي فقط، بوصفه وسائل من اجل الذات و العقل بوصفه أداة للسيطرة عليه، و هذا التصور يهمل حقيقة ان الذوات لا تتعلق و لا ترتبط بالعالم الموضوعي كأفراد ،و لكن فقط بشكل جماعي يستلزم فعلا تواصليا سابقا متجها الى صورة موافقة للفهم و التناسق هذا من جانب **الأداتية*** كنتيجة للعقل المتمركز ذاتيا ،اما بالنسبة كطبيعة لذلك العقل فهنا يتضح دور العقلانية التأملية النقدية عبر نزع قناع الذاتية و الحاجة الى التواصل فعلى العقل هنا ان يتجاوز ذاته عبر النقد¹ ذلك انه بمثابة "اسلوب في نزع القناع عن تأليه ذاتي تمارسه الذاتية في الوقت نفسه تأليه ذاتي تخفيه عن نفسها، و بهذا تهب نفسها صفات تستعيرها من المفاهيم الميتافيزيقية الدينية و من نظامها المنهدم ينجم بالتضاد هذا الآخر المطلوب المغاير و بوصفه مغايرا يستمر بالرجوع اليه انطلاقا من عملية جذرية تجعل المطلق متناهيا ، هذا المطلق الذي حلت الذاتية مكانه الخطأ"² فلا يفهم "حاجة الإنسان الى التواصل تمام الفهم إلا إذا درس نتيجة الإخفاق في اي نوع من التواصل و اذا عرف المرء معنى النرجسية"³ حيث تتعلق هذه الأخيرة بالبعد السيكلوجي للذاتية على مستوى الفرد والفكر عموما .

وعليه يحل بديلا عن أنموذج التمرکز الذاتي ،أنموذج آخر هو "نموذج التفاهم ،اي علاقة بين الذوات ،بين الافراد الذين دمجا اجتماعيا عبر التواصل ،و يعترف كل منهما بالآخر فقط بدءً من هذا يتجلى نقد هذا الفكر المنظم الذي ينمي عقلا متمركزا على الذات...نقدا لا يشخص فيض العقل ،بل الافتقار الشديد للعقل"⁴.

فالتواصل كفاعلية هو في الحال نفسه عقلانية ، و بالتالي فان المفهوم الجوهري للعقل الذي اقتضى مطلقته سينتفي مع الفاعلية التي تحيله الى البراكسيس* تجاه موضوع محدد و هنا

¹ علي عبود المحمودي، الإشكالية السياسية للحدثة، من فلسفة الذات الى فلسفة التواصل، ها برماس أنموذجا، منشورات الاختلاف ، الجزائر، دار الأمان، الرباط، ط1، 2011، ص148.

*الأداتية : instrumentalisme ضرب من البراغمتية اصطنعه ديوي للدلالة على أن المعرفة آلة أو وظيفة في خدمة مطالب الحياة (مراد و هبة ، المعجم الفلسفي ، ص 36 .

² يورغن ها برماس، القول الفلسفي للحدثة، تر: فاطمة الجيوشي ، منشورات وزارة الثقافة ، دمشق ، (د، ط)، 2012، ص473.

³ علي عبود المحمودي، الإشكالية السياسية للحدثة، من فلسفة الذات الى فلسفة التواصل، ها برماس أنموذجا، مرجع سابق ، ص184.

⁴ يورغن ها برماس، القول الفلسفي للحدثة، تر: فاطمة الجيوشي ، منشورات وزارة الثقافة ، دمشق ، (د، ط)، 2012، ص475 ، ص476.

*البراكسيس: أو ممارسة praxis جانب من النشاط العملي الموجه نحو الطبيعة و المجتمع و ترى الماركسية أن الممارسة هي ما يحدد حياة المجتمع و يشكل مضمونها و تبين الأسباب العقلية للتطور الاجتماعي (أنظر: علي عبود المحمودي، الإشكالية السياسية للحدثة، من فلسفة الذات الى فلسفة التواصل، ها برماس أنموذجا، منشورات الاختلاف ، الجزائر، دار الأمان، الرباط، ط1، 2011، ص43).

المنحنى الثاني قد تحقق في تسويق جدوى الفعل التواصلي كنظرية في العقلنة ، و يبقى المنحنى الآخر الذي ينطلق من معنى العقلنة في "الغاء علاقات السيطرة المندمجة بصورة خفية في بنى التواصل و التي تمنع التحكم الواعي في الصراعات و تمنع تسوية توافقية لهذه النزاعات بوضع عراقيل امام التواصل على المستوى الضمنفساني ،كذلك على الصعيد البيئشخصي (البيئذاتي)**".¹

ثالثا: المجال العام...ماهيته و فاعليته

يرى ها برماس في المجال العام على أنه "ميدان اجتماعي لبلورة الأفكار و تداولها وبالتالي صياغة رأي عام عبر حرية تداول المعلومات و هو قائم على استخلاص المعرفة من العقل عبر النقاش"² ، و لقد كان بمثابة لحظة تاريخية برجوازية ،كما يرى ها برماس أن الصحف والمجلات و وسائل الإعلام بالعموم تزيد من انتشارها ،وصارت غارقة في مؤسسات رأسمالية عملاقة ،تعمل من أجل المصالح الخاصة لعدد قليل من الأشخاص، أما الرأي العام فقد خسر استقلاليته و وظيفته النقدية ،و بدلا من أن يدعم تشكيل الرأي العقلاني فقد أصبح في القرنين التاسع عشر و العشرون مسيرا و يمكن التلاعب به ، و كل ذلك أثر سلبيا على حرية الإنسان ، بدلا من أن يجعل هذه الحرية تنمو و تزدهر، وقد تميز المجال العام حينها بميزات ثلاث هي:

1. إن الخطاب في المجال العام لم يكن يعبر أهمية لمكانة الأشخاص المشاركين فيه وهو بذلك يفترض أن السلطان و الامتياز أو التفوق كان لقوة الحجة و المحاجة الأفضل.

2. إن النقاش في المجال العام كان يشكل حول القضايا المناقشة فيها ،تلك القضايا التي كانت مناقشتها حكرا حينها ، إما على الكنيسة أو الدولة.

¹ يورغن ها برماس ، بعد ماركس ، تر : محمد ميلاد ، دار الحوار للنشر و التوزيع ، (د، ب) ، ط1 ، 2002 ، ص48.
 **البيئذاتي: intersubjectif ، يتحدد المعنى العام للفظ التداوت بوحدة ممكنة لذوات يصل بينها انشغال واحد هو التفلسف.(أنظر: محمد محسن الزراعي، ايدموند هوسرل ، الفينومينولوجيا و مسألة المثالية ، دار التنوير للطباعة و النشر ، بيروت ط1، 2010، ص 244).
² دوغلاس كلنر ، الماركسية الغربية ، تر: كامل شيباع ، دار الرواد للطباعة و النشر ، العراق ، (ب، ط) 2008 ص 29 .

3. السيرورة التي حولت الثقافة الى سلعة مع امكانية أن تكون الثقافة في متناول الكل كسلع ضرورية ، فلم يعد لذلك موضوع النقاش و الإشكال في المجال العام مقصورا على مجموعة أو زمرة (النخبة) وكأن ها برماس كان يريد بتشخيصه هذا ، الإشارة الى الحالة المثالية للحوار و التي بدأت تتشكل تاريخيا¹.

وبعد تشخيص ها برماس لمساوئ اقتصار المجال العام على النخبة البرجوازية يحاول تخليصه من خلال التعويل على التبدل السوسيولوجي له، إذ يصبح منطلقا لنقاشات عامة بين مواطنين عوام وخواص ، "إن الواقع السوسيولوجي لهذا الفضاء العام يكف فجأة عن أن يعاني من انغلاقه البرجوازي ،لكي يشمل مجموع المواطنين و انطلاقا من ذلك ، يصبح هذا الفضاء العام البعد الأساسي لديمقراطية ذات صيغة جديدة"².

وتأسيسا لما سبق يصبح المجال العام "المملكة التي يجمع فيها الأفراد للإسهام في النقاشات العمومية ، حيث بإمكان كل واحد الحلول به ، و لا أحد يدخل في الفضاء العمومي بامتياز لا يملكه غيره ، و هو بهذا المعنى يكمل مسيرة النسق الها برماسي ، في افتراض الحالة المثالية للكلام ، إذ أن المشاركين في المجال العام و بتداولهم القضايا المتنازع حولها و التي تخص المواضيع السياسية حيث يلبسون نوعا من القناع المثالي الذي يفرغهم من محتوى امتيازاتهم بمختلف صفاتها ،و المجال العام يعتمد على إعادة البناء ، التي كفلها مشروع ها برماس للعالم المعاش"³.

كما يقول ها برماس (إن المجال العام ، أولا و قبل كل شيء ، مجال حياتنا الاجتماعية حيث يوجد شيء عن الرأي العام يقترب من التبلور و يكون الوصول إليه متاحا من قبل جميع المواطنين ، وجزء من المجال العام يتجلى في المحادثة اليومية حيث يجتمع أفراد خاصين لتشكيل كيان عام ، بعد ذلك لا يتصرف هؤلاء على أنهم رجال أعمال أو محترفين في مجال العلاقات الخاصة ، كما أنهم لا يتصرفون كأعضاء في نسق دستوري معرض

¹ ألان هاو، النظرية النقدية، مدرسة فرانكفورت، تر: ثائر ديب، دار العين للنشر، القاهرة، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2010، ص101 ص102 .

² دافيد فونيسكا ، أثر ها برماس في الفقه الدستوري المعاصر ، ضمن مجلة القانون العام و علم السياسة ، العدد 6 ، (د،ب) ، (د،ت)، ص445.

³ علي عبود المحمودي، الإشكالية السياسية للحداثة ،من فلسفة الذات الى فلسفة التواصل، ها برماس أنموذجا، مرجع سابق، ص 239 .

لقيود قانونية في بيروقراطية الدولة، فالمواطنون يتصرفون على أنهم كيان عام عندما يتباحثون بطريقة غير محدودة أي أنه هناك ضمان لحرية التجمع و الترابط و حرية التعبير عن آرائهم العامة و عن قضايا ذات طابع عام) ، كما يرى ها برماس في المجال العام صندوقاً رناناً للمشاكل الاجتماعية الشاملة ، و ملتقياً للذبذبات التي تبعثها العوالم الخاصة المعاشية ، و ذلك يحتم على المجال العام أن يضم إليه مجموعة الأصوات المهمشة و ذلك لتشكيل رأي عام فعال و بآليات ديمقراطية¹.

رابعاً: الإعلام والدعاية في المجال العام

يرى ها برماس "ان وسائل الإعلام الجماهيرية تحمل في داخلها قدرة متناقضة أو متضاربة، و سيكون خروجاً عن الموضوع ، الزعم بشكل ثقافي نقدي- كما فعلت النظرية النقدية القديمة- إن وسائل الإعلام الجماهيرية تخرب كل رأي عام نقدي ،فهي على العكس من ذلك يمكن ان يعزى اليها دون شك قدرة تحريرية بذلك ففي الإعلام جانبين : الأول معلوماتي اشهاري تواصل و الثاني دعائي يحمل في ثناياه علناً أو إضماراً هيمنة أو استعماراً للعالم المعاش و الوسط الاجتماعي و يحمل الفعل النسقي السياسي والاقتصادي"²، وبما ان النشاط الذي تمارسه الهيمنة البرجوازية داخل النسق التاريخي الاوربي مقترن الى حد بعيد بفاعلية واضحة في التفكير و التواصل، المرتبطين بدورهما بمنطق الانتاج والتطور الصناعيين و صيرورة القوي المنتجة و الطابع التقني لوسائل الانتاج، لذا حاول ها برماس أن يبرر اغتراب الوعي الجماعي داخل منظومة الدعاية الغربية .كما لجأ هابرماس الى تحليل ظاهرة نموذج الميدان العام بحركة الديمقراطية التحريرية ...فقد قام ها برماس برصد جينياالوجي لطبيعة العلاقة بين الوعي الجماعي

ووسائل الإعلام و الدعاية منذ نشوئها و حتى الوقت الحاضر"³ ، و لكل ذلك حاول

¹ المرجع نفسه، ص 240 .

² المرجع نفسه ص 256 .

³ عمر مهيل ، إشكالية التواصل في الفلسفة الغربية المعاصرة ، منشورات الإختلاف ، الجزائر ، الدار العربية للعلوم، لبنان ط1، 2005 ص331 ص332 .

ها برماس تسليط الضوء على ضرورة الإعلام الخالي من هيمنة المؤسسات و الافراد من جهة و كشف زيف الممارسة الدعائية لتلك المؤسسات و الافراد من جهة أخرى .

كما يعتقد ها برماس "ان وسائل الإعلام بجانبها (التواصلي-المعلوماتي-الإشعاري)

والحاملة لمشعل التحرر هي الدلالة الفعلية لمعنى الإعلام المفعول للتواصل و إن كان يمكن استعماله دعائياً ، إلا انه يجب أن تقتصر على دلالاته الإيجابية في دعم الفعل التواصلي ،

وأن الجانب السلبي الذي يمثل الدعاية الداعمة للهيمنة ، ذلك التوجه يجعلنا نتكلم عنهما منفصلين بعنواني الإعلام و الدعاية"¹

ويرى ها برماس أن الدعاية تأخذ بذاتها البعدين السابقين فهناك دور نقدي للدعاية و هو يختلف جدا عن الوظائف التحكيمية التي تضطلع بها الدعاية بشكلها الآخر و لذلك نجدنا نميز على اساس الفاعلية المتوخاة من الدعاية ، "فالتي تهدف الى تشكيل رأي عام والتأثير عليه كممارسة نقدية ، و تحاول الإفادة منه بنوع من الإشهار و التعميم الإعلامي هو الصنف الأول و المعول عليه في عملية التواصل ، أما التحكم و الهيمنة التي ترافق بعض عمليات الدعاية فهي الوجه الآخر و الذي سنبقى على تسنيته بالدعاية للعرض و الوظيفة التي يؤديها بالخصوص و هي وظيفة الدعاية أو التشويه"².

خامسا: الإعلام و دوره في التواصل

يرى ها برماس ان وسائل الإعلام "هي و بصورة اساسية حاملة للغة ، أي مكبرات للتواصل اللغوي ، كما ان لها ميزة إزاء الزمان و المكان ، إذ انها تجعل تداول الخطاب مكثفا للغاية ، و ذلك التواصل انما يصاغ من متطلبات الإعلام و الدعاية و العلاقات العامة وبذلك فالمجال العام على الرغم من التشكيك بفاعليته مع الدعاية المهيمنة فانه يمتلك مقومات الفاعلية و الامكانية للتفكير بعقلانية المجتمع و مناقشتها، بما فيها المشكلة السياسية"³.

¹ على عبود المحمودي، الإشكالية السياسية للحدث، من فلسفة الذات الى فلسفة التواصل، ها برماس أنموذجا، مرجع سابق، ص 256 .

² المرجع نفسه ، ص 257 .

³ المرجع نفسه ، ص 257 .

ومن المعنى السابق يمكن القول ان "الإعلام يؤدي دورا أساسيا في عملية التواصل، فهو عامل اشهاري لموضوعات النزاع و النقاش داخل المجتمع ، كما انه عامل محفز للنشاط السياسي – الاجتماعي ، فهو يجعل من الفعل الاجتماعي قوة مؤثرة باتجاه السلطة كما يصح العكس، حينما تستخدم الدولة المؤسسة الإعلامية للتزييف او الهيمنة و الحفاظ على النمط و النسق الحاكم ، فمن الوسائل المهمة والمسائل المركزية لتقدم النقاش العام في العالم دعم الصحافة الحرة و المستقلة ... و الحاجة الى وسائل إعلام جماهيرية حرة و قوية تُدرك بسرعة في شتى أرجاء العالم"¹.

كما يرى ها برماس انه قد تشكل وسائل الإعلام أهمية كبيرة لدعم التواصل مع بعضها البعض و يكون ذلك من خلال "فهم العالم الذي نعيش فيه كما في حالات حرية التعبير، واشهار مواضيع النقاش، بذلك تمثل وسائل الإعلام السليمة و الغير المقيدة عاملا مهما في الحياة الاجتماعية – السياسية لأسباب عدة :

- أن غياب هذه الوسائل بصفقتها الحرة، و منع الناس من التواصل السليم بصورته الاشهارية ، يقلل و يحط من أهمية و نوعية الحياة الانسانية.
- إن للإعلام دورا أساسيا في نشر المعرفة و النقد ، فهي تمارس دور الكشف عن المعلومات من جهة وتحليلها و التحقق منها و التحقيق فيها من جهة أخرى .
- للإعلام وظيفة دفاعية للمهمشين و المهملين، من خلال اىصال اصواتهم و اسهامهم في الأمن الاجتماعي ، و الاتصال بين الحكام و السياسيين ، الذين غالبا ما يكونوا منعزلين عن المجتمع.
- إن تشكيل القيم ، عبر التواصل و الانفتاح و النقاش تعتمد الإعلام لجعل العملية التفاعلية لإنتاجها خاضعة لمعايير عامة كونية عبر نقاش ممكن تسهله وسائل الإعلام تلك.²

¹ المرجع نفسه ،ص 258 .

² علي عبود المحمودي، الإشكالية السياسية للحدثة ،من فلسفة الذات الى فلسفة التواصل، ها برماس أنموذجا، مرجع سابق ،ص 258 .

كما قد يرى ها برماس ان استقلال النظام الإعلامي يساهم و بشكل منظم ذاتيا في فاعلية الإعلام ، كما أن الشكل الصحيح للعلاقة بين المجال العام السياسي و المجتمع المدني قد يظهر من خلال تلك الفاعلية و التي بدورها تكشف عن أزمات الشرعية و نواقصها في النظام السياسي ، وعليه يجب الأخذ بعين الاعتبار التمييز بين النظام الإعلامي و بيئته التي ساهمت في انتاجه من جهة، و بين التدخل الذي يطرأ عليه من قبل الأنساق السياسية والاقتصادية من جهة أخرى.

لذلك يعتقد ها برماس "ان مواطني المجتمعات الحديثة مستعدون لإنتاج نظام ديمقراطي ثابت من خلال نقاشاتهم حول الفضاء العام و فيه، وينبغي ايضا ان لا يكون مكان السجال السياسي هذا صغيرا أو مستعمرا من خلال وسائل الإعلام أو سلطات أخرى تصدر الكلام ولذلك تعاني الديمقراطية من انصراف المواطنين عن الفضاء العام ، لأنه لم يعد فيه من يصغي اليهم أو حتى يسمعهم ، و لعجزهم عن احيائه بأنفسهم"¹.

سادسا : الدعاية و الهيمنة على المجال العام

إن المجال العام عند ها برماس يحمل معان عدة كونه منظومة نقدية تعمل على مواجهة الدعاية المفروضة من قبل السلطات السياسية و الاجتماعية و التي تستمد قوتها و هيمنتها من قبل هذه السلطات كما أن النظرة الفينومينولوجية للدعاية تقتضي أن يكون كل شعور هو شعور بشيء ما. هذا ما يعني انها ليست وعاء فارغا لكنها محملة بمجموعة من قيم المجتمع و الذي ينتجها من خلال نظرتة الى الحياة في صورتها التكاملية و بقناعاته الخاصة "المنتجات المادية و السياسية و الاقتصادية مجتمعة تصب في هذا الوعاء المنفرد الذي هو الدعاية و منه يصير تجليا للتوافق الاجتماعي- السياسي حيناً وتعبيراً عن الصراع احيانا أخرى و ما هو عام ايضا يرتبط ارتباطا عضويا بالمجالات الاجتماعية المعاشة يوميا ، هذا أن الدعاية أصبحت واقعا يفرض علينا التعاطي معه كما هو الشأن بالنسبة للمجال العام.

¹ المرجع نفسه ، ص 259 .

كما يرى ها برماس أن المجال العام قد خضع بسبب الدعاية و الإعلام الداعم لها الى ما يسمى بهيمنة الدولة ومؤسستها **البيروقراطية***، بحيث أصبحت الدعاية تسهم في تكوين رأي عام يوازي أهداف الدولة على الدوام، و لا تسمح لهذا الرأي ان يتعارض مع برنامج المؤسسة السياسية و مشروعها العام في السيطرة، و وصلت هيمنة هذه الدعاية الى الحد الذي أصبحت فيه اطارا لتحديد وجودنا، نحن لا نعي تحكمها الكامل بوعينا حتى أصبح وجودنا محض دعاية ، أو بحاجة الى الارتباط بالدعاية¹.

إن ما أحدثته **الدعاية*** من سيطرة في العديد من منصات المجتمع ساهمت في قيام رؤية جديدة لدى ها برماس حيث يرى ان المجال العام يحتاج الى مواطنين يعطون اصواتهم لحل مشاكل المجتمع " و يساهمون في القضايا العامة و المشتركة و يكون ذلك من خلال اسهامهم في النقاشات و ذلك قد يتدخل لسببين الأول هو الحرمان الاجتماعي و منع المواطنين و ذلك يفسر الدخول الاختياري ة المتفاوت في التواصل الإعلامي و الثاني هو السيطرة التي تقوم بها الأنساق –السوف و السياسة- لذلك فإن الاهتمام بالشؤون العامة

و استعمال الإعلام السياسي يرتبط بصورة كبيرة بالحالة الاجتماعية و الخلفية الثقافية

والاهتمام بالوصول الى فهم مشترك عبر نوع من الإعلام، و ذلك حقيقة ما تجلى في انحصار فاعلية الإعلام بالدعاية مما جعل الأمر صانعا لتفاوت و لا مساواة انسانية ساهمت في تفكيك ابعاد و اهداف التواصل الاجتماعي.

"إن اختراق الأنساق للفعل التواصلية بشتى صورته ومراحله ، قد اتضح مسبقا في بحثنا إلا ان الناتج الإعلامي – الثقافي ، تحدده بقدر كبير ان لم يكن كلية ضرورات السوق ، ذاتها التي تحكم ما ينتجه النظام الشامل من سلع و خدمات في حين انه و كما نعلم جيدا فان الناتج الإعلامي- الثقافي لا يمثل الوحدات المتعارف عليها من السلع الاستهلاكية الشخصية فحسب، و انما يجسد ايضا الملامح الايديولوجية للاقتصاد الرأسمالي ، و يستخدم بصورة

¹ المرجع نفسه، ص 259 .

*البيروقراطية: bureaucracy هي مفهوم يستخدم في علم الاجتماع و العلوم السياسية حيث يشير إلى تطبيق القوانين في المجتمعات المنظمة ، ويقال سياسيا على سلطة الموظفين المكتبيين النافذين ، ويعتمد هذه الانظمة على الإجراءات الموحدة و توزيع المسؤوليات بطريقة هرمية (أنظر: خليل أحمد خليل ، معجم المصطلحات السياسية و الدبلوماسية ، دار الفكر اللبناني ، بيروت ، 1، 1999، ص 41).

جد ناجعة في تعزيز و تطوير الدعم الشعبي لقيم النظام او لما يصنعه على أقل تقدير ،لذلك فقد ادى الاستعمال السلطوي- النسقي (الاقتصادي و السياسي) للإعلام و الدعاية الى اختراق واضح للعملية التواصلية و تشويه فاعليتها، و قصرها على انجاز مشروع المحافظة على أسس النظام المسلط ،وبذلك يفقد التواصل بعده النقدي"¹.

كما و قد نجحت الدعاية في العصر الحديث في خلق وسيلة أخرى للتواصل ، "فقد قامت بتكوين مذهب علائقي جديد او نمط واسع و راسخ من الاتصالية، فالدعاية حاليا قد عدت واقعا فعليا و ليس معطى، لأنها اصبحت بحد ذاتها اساسا و مصدرا لمعطيات جديدة .

فقد شملت كل شيء حتى النظام السياسي الذي يفرزها سقط داخل نطاق احتوائها فالبرلمان على سبيل المثال و هو المكان الذي يساعد على خلق و تطوير النقاش السياسي، و يقوم بإخضاعه لمبادئ و قوانين المؤسسة الدستورية، فقد غدا بدوره شكلا من اشكال الدعاية..فيما ان البرلمان يضم مجموعة من الرجال المنتخبين من طبقات المجتمع المتباينة فانه بالضرورة يمثل بالنسبة للمواطن العادي الشعب بكامل إرادته، لكن هذا البرلمان في الحقيقة ليس سوى دعاية محضة تريد الايحاء للجمهور، بأنها تمثل المجتمع بكامل ارادته"² لذلك يرى ها برماس انه يجب البحث حول فاعلية النظام السياسي و كل ما ينتج عنه من مقولات او سلوكيات عملية ، و العمل على نقد الهيمنة التي حصلت او قد تحصل في الميدان العام السياسي، مما سينتج عنه تحريره من هذه القيود التي سلطتها الهيمنة والتي اخذت به نحو الاضمحلال.

"فحسب هذا التطور الفعال في عمل الدعاية و في مزاحمة الرأي العام الفعال النقدي داخل الفضاءات العمومية تبدأ عملية الصراع بين النظرية و الواقع بين نظرية التحرر-

ها برماس والواقع المهيمن عليه من قبل الدعاية- ازمة المجتمع المعاصر الا انه مع تطور النقاش والحوار داخل المؤسسات المجتمعية، تولد تراكم معرفي يتميز اكثر ما يتميز بطابعه النقدي ، و صار يشكل مصدرا تحديدا للدعاية ، ذلك أن هذه الاخيرة قامت اساسا

¹ علي عبود المحمودي، الإشكالية السياسية للحدث، من فلسفة الذات الى فلسفة التواصل، ها برماس أنموذجا، مرجع سابق، ص 260 .
² المرجع نفسه، ص 261 .

من أجل قمع الرأي المخالف و القضاء على كل ما يمكن ان يشكل حركة مجتمعية فكرية مضادة لها ومقاومة لهيمنتها ، هذا النقد كما يرى ها برماس يمكنه ان يكون وسيلة ايجابية للخروج من قبضة الدعاية الطاغية عن طريق بعض الانماط الجديدة من التواصل بين الأفراد و السلطة القائمة من جهة و بين الأفراد انفسهم من جهة ثانية ، على ان يكون مستقلا تمام الاستقلالية عن اية قولية مؤسساتية او اي ارغام آخر ، من اي نوع كان ، ماعدا خضوعه لسلطان العقل و استرشاده به"¹. كما ان وسائل الإعلام الحرة يمكنها ان تؤدي "دورا حاسما في تسهيل عملية النقاش عموما... كذلك تتبين الصلة متعددة الوجوه لوسائل الإعلام و (السؤال) كيف يمكن ان تغير التعديلات المؤسساتية ممارسة النقاش العام ، ففورية و قوة النقاش العام تعتمد لا على التقاليد و المعتقدات الموروثة فحسب بل على فرص النقاش و التفاعل التي توفرها المؤسسات و على الممارسة لذلك ايضا، و تتحول الدعاية من خلال هيمنتها المذكورة أعلاه الى مانحة للشرعية ، بينما هي في حقيقة الأمر فاضحة لأزنتها، و ذلك ما يجب ان يتضح من خلال ممارسة المجال العام لدوره النقدي"².

المبحث الثالث : نقاط التوافق و التنافر بين الفضاء العمومي الافتراضي

و الفضاء العمومي الها برماسي

تولدت عن ظاهرة التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال الحديثة و تطبيقات شبكة الانترنت ما بات يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي التي اضافت بعدا ثقافيا و اجتماعيا و سياسيا للتكنولوجيا الحديثة و خلقت مجتمعات افتراضية غير تلك التي كان متعارف عليها قبل يومنا هذا "حيث يعرف سيرجي بروكس المجتمع الافتراضي بانه (مجموعة افراد يستخدمون بعض خدمات الانترنت الاتصالية 'منتديات المحادثة ، حلقات النقاش

¹ عمر مهيبيل ، إشكالية التواصل في الفلسفة الغربية المعاصرة ، مرجع سابق ، ص 344 .

² علي عبود المحمودي، الإشكالية السياسية للحدث، من فلسفة الذات الى فلسفة التواصل، ها برماس أنموذجا، مرجع سابق، ص 262 .
*تكنولوجيا : teknologia الكلمة الإغريقية، اما technologia باللاتينية ، ظهور التصنيع و انطلاق التصور الاقتصادي المرتبط بالابتكارات القائمة على العلم ، (أنظر : طوني بينيت ، لورانس غروسيبرغ ، ميغان موريس ، معجم مصطلحات الثقافة : مفاتيح اصطلاحية جديدة ، تر : سعيد الغانمي ، المنظمة العربية للترجمة ن بيروت ، لبنان ، ط1 ، 2010).

أو مجموعات الحوار' و الذين تنشأ بينهم علاقة انتماء الى جماعة واحدة ، و يتقاسمون نفس الاذواق ، القيم و الاهتمامات و لهم اهداف مشتركة ¹، اي ان العلاقة التي تنشأ بين مجموعة المستخدمين لمنتديات النقاش و الدردشة الإلكترونية هؤلاء المستعملين يتقاسمون الأذواق و القيم و الاهتمامات و حتى الأهداف مشتركة.

أولا : الفضاء العمومي الافتراضي

يعقد الكثير من المفكرين و الباحثين الآمال على جيل الأنترنت في تجديد الأنظمة السياسية و الديمقراطية التي تعاني اختلالات و من بينهم فيدال الذي يرى انه "من خلال تبسيط تدفق المعلومات و تسهيل التفاعل بين الأفراد ، تتيح الشبكات الإلكترونية للمواطنين المشاركة بنشاط اكبر في حياة العامة و بالتالي تعزيز الديمقراطية .

كما يمكن للأنترنت ان تساهم في اخراج المجتمع المدني من دائرة مأزق العلاقة المتوترة بينه و بين المجتمع السياسي "فجيل الانترنت حمل معه بداية ديمقراطية الحياة السياسية و ظهور مجالات عديدة للتعبير الحر و للتفكير الناقد و الالتزام بقضايا وطنية فضلا عن تبادل المعلومات و الأخبار و جلب التضامن و التعاطف للقضايا العادلة ²

كما ان الانترنت ستعطي نفسا جديدا للديمقراطية تماما مثلما التلغراف في القرن 19 ،

ان الانترنت بفعل التطبيقات الجديدة التي وفرت نشوة اتصالية غير مسبوقة تمكن الفرد من التخاطب مع اكثرية الناس دون عناء بكل حينية و سرعة المطلوبة في التفاعل و التجاوز.

ثانيا: الفضاء العمومي بالمفهوم الها برماسي

لم يستعمل مفهوم الفضاء العمومي إلا مع يورغن ها برماس في اطروحته التي نشرت سنة 1960 تحت عنوان (الفضاء العمومي أركيولوجيا الدعاية باعتبارها مكون بنيوي للمجتمع البرجوازي*) "حيث تطرق الى ميلاد الفضاء العمومي البرجوازي بإنجلترا خلال القرن 18

¹ هواري حمزة ، مواقع التواصل الاجتماعي و إشكالية الفضاء العمومي : ضمن مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية ، العدد 20 ، الجزائر ، 2015 ، ص 226 .

**البرجوازي : طبقة نشأت في عصر النهضة الأربية بين الأشراف و الزراع ، وأصبحت دعامة للنظام النيابي ، ثم صارت في القرن التاسع عشر الطبقة التي تملك وسائل الانتاج في النظام الرأسمالي ، وقابلت بهذا طبقة العمال ، (انظر : ابراهيم مذكور ، المعجم الفلسفي ، ص33) .

² أحمد خواجة ، المجتمع المدني و المواطنة ، حالة المجتمع الافتراضي ، ضمن :

الذي شهد أيضا ميلاد الصحافة التي شكلت أداة **للسلطة**** السياسية من أجل إيداع المراسيم و أخبار الأمن و المحاكم و أسعار المنتجات كما ظهرت أيضا فضاءات عامة (مقاه ، صالونات ، نوادي) كان البرجوازيين يتبادلون فيها الرأي و يتناقشون في قضايا الفن والمسرح و الأدب"¹.

كما يتركز الفضاء العمومي عند ها برماس على النقاش و الحجاج العقلي ، فالفعل التواصلية ضمن ما يصطلح عليه ها برماس بالعالم المعيش " و يتبنى التفاهم في النظرية التواصلية عند ها برماس على الحجاج العقلي ، الذي لا يمكن أن يستقيم على غير سلطة العقل ، و الذي يجب أن يكون بمنأى عن أية تأثيرات ايديولوجية و الذي يمكنه ان يتركز على التراث الكوني لحقوق الإنسان كقاعدة لنظرية مشتركة ، هذا الضرب من الحجاج لا يمكن ان يتحقق إلا داخل فضاء عمومي تتحقق فيه شروط الديمقراطية لذلك ، كما يرى

ها برماس ان التفاهمات و التوافقات المشار إليها لا يمكن أن تتم إلا في المجتمعات الديمقراطية ، اما المجتمعات الغير ديمقراطية فلا سبيل امامها من الوقوع في عدد من النزاعات الدموية و الصراعات الأهلية لأنها لا تتوفر على القنوات الضرورية لفض النزاعات "².

انطلاقا من هذه العوامل يرى ها برماس أن الفضاء العمومي هو أداة التي من خلالها يتمكن المجتمع من التحكم بنفسه و رفض نزاعاته من خلال المشاركة العمومية ، وهذه المقاربة المفاهيمية للفضاء العمومي هي العنصر الأكثر مثالية في نظرية الفيلسوف ها برماس باعتبار أن الفضاء العمومي هو أحد ركائز الديمقراطية.

كما يرى ها برماس ان الفضاء العمومي هو عبارة عن دائرة وسيطة تكونت تاريخيا في عصر الأنوار بين المجتمع المدني و الدولة و هو مجال متاح لجميع المواطنين حيث

¹ هواري حمزة ، مواقع التواصل الاجتماعي و إشكالية الفضاء العمومي ، ضمن : مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية ، العدد 20 ، العدد 20 ، 2015 ، ص 227 .

****السلطة :** power كانت السلطة نقطة إحالة قيسريه في فهم ما يحرك الناس ، و كيف يقفون مع بعضهم ، و ما الذي يسيطرون عليه و الذي يسيطر عليهم ، (أنظر :

² محمد الأشهب ، يورغن ها برماس و راهن الفلسفة في الفضاء العمومي ، ضمن مجلة : رهانات ، العدد 3 ، الدار البيضاء ، المغرب ، 2007 ، ص 10 ، ص 15 .

"يجتمع الجمهور للتعبير عن الرأي العام كما يشير برنارمياج ان تنظيم الفضاء العمومي يتم من خلال اربعة نماذج للتواصل تعاقب تكوينها تدريجيا بواسطة صحافة الرأي و بعدها الصحافة التجارية الجماهيرية ثم الإعلام السمعي و البصري الجماهيري و أخيرا التلفزة الجماهيرية ، و يرى فولتون ان الفضاء العمومي يرمز الى واقع الديمقراطية في نشاطها و ممارستها و انه لا يمكن تقرير وجوده كما لو اننا في انتخابات"¹.

• اشار ها برماس الى أن نجاح المجال العام يعتمد على :

- أ- مدى الوصول و الانتشار
- ب- درجة الحكم الذاتي (المواطنون يجب ان يكونوا أحرار ، يتخلصون من السيطرة و الهيمنة و الإجبار)

ت- رفض الاستراتيجية (كل فرد يشارك على قدم و مساواة) .

ث- الفهم و الثقة و الوضوح في المضمون الإعلامي.

ج- وجود سياق اجتماعي ملائم

كما ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى و التكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الالكترونية

و على رأسها الأنترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية ها برماس² .

ثالثا : احياء الفضاء العمومي

ارتبط ظهور الميديا الجديدة بعودة الحديث عن الفضاء العمومي وسط النخب الأكاديمية التي ترى في الميديا الجديدة المنشئ لتأسيس الساحة العامة اقدرتها على خلق فضاء متنوع الأبعاد يحتضن انماطا متعددة من التفاعل (ما بين ذاتية و جمعية) و انماط من الكتابة الجديدة (التدوين) و انماط من الاتصال ذات نماذج تقليدية رغم وجودها في الفضاء

¹ هواري حمزة ، مواقع التواصل الاجتماعي و إشكالية الفضاء العمومي ، ضمن : مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية ، العدد 20 ، العدد 20 ، 2015 ، ص 227 .

² عبد اللطيف بن صفية ، وسائل الإعلام و المجتمع المدني في الفضاء العمومي ، ضمن : مجلة اتحاد الإذاعات العربية ، العدد 4 ، 2011 ، ص 9 ص 19 .

الافتراضي كإعلان و التسوق و في هذا المضمار ينشط عدة فاعلين في العديد من المؤسسات الاقتصادية و السياسية¹ .

اذن كان الفضاء العمومي كما تحدث عنه ها برماس يعني " ذلك المجال الذي يتم فيه التحوار والمناقشة و تبادل الآراء ، حول قضايا الشأن العام و مسائل المواطنين السياسية والاجتماعية .والفضاء الذي يتيح للمواطن و السياسي امكانية التواصل و التفاعل لمناقشة قضايا مجتمعهم فان فضاءات الانترنت الاتصالية تعد تجسيدا فعليا لما تحدث عنه

ها برماس و بالخصوص فضاء التدوين blogosphere الذي ينتعش بالحوارات

والنقاشات العديدة بين عدة اطياف و شرائح من المجتمع بدءا من المواطن العادي

والصحفي و صولا الى السياسي و هو ما يجعله وفقا لبعض الباحثين يعتبر الفضاء الأمثل الذي يجسد الفضاء العمومي"².

كما انه قد تتصل اشكالية الميديا الجديدة و المجال العمومي في المجتمعات الغربية بقدرة الميديا الجديدة على احياء النموذج الأصيل و الأصلي للمجال العمومي و تجديده "من خلال تيسير نفاذ المشتركين الى النقاش العام و تعزيز طابع التنوع الفكري عبر استحداث فضاءات جديدة للنقاش و تجاوز التتميط الفكري "³.

و يتميز الفضاء العمومي الافتراضي ببعض الخصائص عن الفضاء العمومي التقليدي وفق المستويات التالية :

أ- اعادة تشكيل الحدود بين العام و الخاص : مواقع التواصل الاجتماعي اصبحت تمثل فضاءات لبناء الهوية الفردية و لاستعراض الذات في المجال العمومي يطل من

¹ حاتم سليم العلانة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري ، ضمن : المؤتمر العلمي السابع بعنوان : ثقافة التغيير ، جامعة فيلادلفيا ، 2012 ، ص 6 ص 8 .

² صادق حماني ، الميديا الجديدة و المجال العمومي ، الإحياء و الانبعاث ، ضمن : مقاربة تواصلية للإعلام الجديد لمجلة : الإذاعات العربية ، العدد 4 ، 2006 ، ص 15 ص 29 .

³ ابراهيم بعزيز ، دور الإعلام الجديد في تحول المتلقي إلى مرسل و ظهور صحافة المواطن ، ضمن : مجلة اتحاد الإذاعات العربية ، العدد 3 ، تونس ، 2011 ، ص 47 ، ص 56 .

خلالها الناس على العوالم الذاتية للآخرين ، هذا التداخل بين العوالم الذاتية الخاصة و العوالم الخارجية تؤدي الى إعادة تشكيل المعايير الثقافية التي تحدد الخصوصية والذاتية في المجتمعات العربية .

ب- اشكال جديدة من الفعل الاجتماعي : سمحت مواقع التواصل الاجتماعي للنخب السياسية المهمشة بتجاوز اليات تغييبها من المجال العمومي التقليدي الذي تسيطر عليه الدولة و شكلت فضاءات يحكمها الانسجام الفكري و التي تنتج مضامين سياسية و ثقافية.

ت- جماليات جديدة : تتجلى في الفضاء العمومي الافتراضي العوالم الذاتية و الآراء والافكار ذات العلاقة بالشأن العام و تتجلى هذه الجماليات الجديدة في الطرق التعبيرية للمستخدمين من صور و نصوص و فيديو هات.

ث- المستخدم المبتكر: تحول الجمهور في الفضاء العمومي الافتراضي الى جمهور مبتكر للمضامين و لم يعد انتاج الخطابات محتكر على نخبة معينة كما هو الشأن في الفضاء العمومي التقليدي ، قد تكون هذه الابداعات اصيلة و قد تكون إعادة تدوين لمضامين وسائل الإعلام التقليدية .

ج- نخب جديدة : افرزت مواقع التواصل الاجتماعي نخباً جديدة تتكون من المدونين و مشرفي الصفحات على الفاسبوك حيث يسيطرون على النقاش و يديرونه نظراً لشعبيتهم¹.

¹ صادق حمادي ، الميديا الجديدة و المجال العمومي ، الإحياء و الانبعاث ، مرجع سابق ، ص 15 ص 29 .

• خلاصة الفصل الثاني :

مما تقدم نستخلص أنه قد تمكنت مدرسة فرانكفورت و بشكل كبير في إرساء معالم الدولة المعاصرة و ذلك من خلال الاهتمام الذي أولته في بناء تصور نظري جديد للإنسان و العالم ، كما ساهمت في تأسيس منهج تحليلي قادر على فهم المعضلات الاجتماعية الواقعية .

كما و قد عولج مفهوم الإعلام من قبل العديد من فلاسفة فرانكفورت و الذي كان كنتيجة حتمية لما أحدثته الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر و التي تبعها تقدم تقني و علمي و تكنولوجي ساهم في دفع عجلة التنمية داخل المجتمعات الاوربية ، كما أن هذا التطور شمل أيضا وسائل الميديا لما لهذه الأخيرة من دور في نقل و تبادل الأخبار و المعارف من جهة و قدرتها على التأثير في الرأي العام من جهة أخرى.

فلقد تحدث ادو رنو عن طبيعة ثقافية جديدة ساهم الإعلام في إنتاجها و قد أشار إليها تحت مسمى الثقافة المصنعة .

فالثقافة اليوم هي السبيل الوحيد لربط أوصل عالمنا المعاصر و الذي يعاني التشتت و الاضطراب ، و دافعا لتحقيق الاندماج داخله ، لأنها تمثل مستودعا لعناصر مثل الحقيقة و الجمال ، كما يعود اهتمام ادو رنو بالثقافة بحكم أنها توحى بالخصوصية المجتمعية لأن الحضارة الحالية أعطت الجميع مساحة من المشابهة، ساهم الإعلام في تجسيدها .

كما و قد كشف ادو رنو عن حقيقة الثقافة التي يتم صناعتها عبر أجهزة الاتصال حيث اعتبر أنها ثقافة مصطنعة و لا تمثل حاجات البشر الحقيقية و إنما هي من إنتاج المجتمع الصناعي و التكنولوجي المتقدم الذي تغدو فيه الثقافة ثقافة آلية تمثل الواقع الصناعي المغترب، و هي ثقافة تخديرية للجماهير تحاول صياغة وجدانهم في سياق يتفق مع مصالح المؤسسات السائدة . كما و قد اعتبر أن الثقافة المصنعة أو ثقافة الإعلام نموذجاً ناجحاً لإفلاس الثقافة و سقوطها في التسليع حسب ادو رنو.

و من بين الأهداف التي يسعى الإعلام الوصول إليها هي بث الاطمئنان في نفوس الجماهير، إلا أن أد ورنو يرى أنه اطمئنان زائف و هو ما تتضمنه مقالة منشورة سنة 1975 و المعنونة ب: "هبوط النجوم على الأرض" أين انتقد أعمدة الصحف المخصصة للتنجيم أو الأبراج و التي تزيف أو تفصل في حقائق مزيفة تبعث على الاطمئنان ، كما و قد وقف ادو رنو على انتقاد الفن الإباضي الذي حجز لنفسه مكانا في الإعلام ، فالإعلام المعاصر يعمل على قمع الفنون و الأعمال الفنية و هو ما يوضحه تراجع الفنون مثل الرسم و المسرح و استبدالها بالعمل السينمائي الذي أوقع الإنسان في مأزق الصوت و الصورة.

و باختصار فان منتجات صناعة الثقافة النمطية كما يقول أد ورنو لم تعد سلعا أيضا بل سلعا تماما.

كما و قد ساهم ها برماس هو الآخر في فتح الفلسفة المعاصرة على نظرية التواصل بشكلها المتميز ثم سار بها قدما كي تمس السلوك الاتصالي ، حيث قد أسس ها برماس نظريته في مجال التواصل على نتائج نظرية أفعال الكلام و الألسنية و التداول و اعطاها تفسيرات اجتماعية و سياسية و قانونية ، و نقطة الانطلاق في تناوله مجال التواصل هي الفضاء العام. و كيفية تشكل الراي العام حيث يرى ها برماس بأن الفضاء العام كان مجالا أو ميدانا للتعبير عن الراي الفكري و النقدي ثم جاءت وسائل الإعلام لتحتله و تشوّه و تسيطر على مضمونه و تجعله دعامة للإيديولوجيا و المصالح و بات من الضروري تحول العلم و الإيديولوجيا الى أدوات للهيمنة . و هو امر لا ينتهي إلا بواسطة نظرية الفعل التواصلية حسب ها برماس.

كما اجتهد ها برماس من أجل إعادة بعث العقل من جديد و إعادة تأسيسه من خلال ربط العقلانية بالتواصل حيث يرى أن وحدة العقل تتجسد من خلال الممارسة التواصلية ، حيث أخذت العقلانية اسم العقلانية الأداتية التي أصبحت تهدد الوجود الانساني في المجتمعات الغربية المعاصرة من خلال السيطرة مما ادى بها برماس إلى توجيه انتقادات لما يسمى بإيديولوجيا القائمة على المعرفة العلمية و التقنية في ظل التقدم تحت غطاء مشروع السيطرة بأشكالها المختلفة .

كما و قد اكد ها برماس على أن وسائل الإعلام الجماهيرية تحمل في داخلها قدرة متناقضة و متضاربة ، ففي الإعلام جانبين : الأول معلوماتي إشهاري تواصلتي أما الثاني : دعائي يحمل في ثناياه علنا أو اضمارا هيمنة أو استعمارا للعالم المعاش و الوسط الاجتماعي.

فقد كان موقف ها برماس من ذلك أنه قد قام برصد جينياالوجي لطبيعة العلاقة بين الوعي الجماعي و وسائل الإعلام و الدعاية منذ نشوئها و حتى الوقت الحاضر ، و لكل ذلك حاول ها برماس تسليط الضوء على ضرورة الإعلام الخالي من هيمنة المؤسسات و الأفراد من جهة و كشف زيف الممارسة الدعائية لتلك المؤسسات و الافراد من جهة أخرى.

حيث يعتقد ها برماس ان استقلال النظام الإعلامي يساهم و بشكل منظم ذاتيا في فاعلية الإعلام بجانبها (التواصل-المعلوماتي-الإشهاري) و الحاملة لمشعل التحرر هي الدلالة الفعلية لمعنى الإعلام المفعول للتواصل و إن كان يمكن استعماله دعائيا ، إلا أنه يجب أن تقتصر على دلالاته الإيجابية في دعم الفعل التواصلتي.

كما و انه قد يعتقد ها برماس ان استقلال النظام الإعلامي يساهم و بشكل منظم ذاتيا في فاعلية الإعلام ، كما أن الشكل الصحيح للعلاقة بين المجال العام السياسي و المجتمع المدني قد يظهر من خلال تلك الفاعلية و التي بدورها تكشف عن ازمت الشرعية و نواقصها في النظام السياسي و عليه يجب الأخذ بعين الاعتبار التمييز بين النظام الإعلامي و بيئته التي ساهمت في انتاجه من جهة ، و بين التدخل الذي يطرأ عليه من قبل الأنساق السياسية و الاقتصادية من جهة أخرى .

كما و قد تولدت عن ظاهرة التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال الحديثة و تطبيقات شبكة الانترنت ما بات يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي التي أضافت بعدا ثقافيا و اجتماعيا و سياسيا للتكنولوجيا الحديثة و خلفت مجتمعات افتراضية غير تلك التي كان متعارف عليها قبل يومنا هذا.

حيث ارتبط ظهور الميديا الجديدة بعودة الحديث عن الفضاء العمومي وسط النخب الأكاديمية ، حيث أنه قد كان الفضاء العمومي كما تحدث عنه ها برماس يعني ذلك المجال

الذي يتم فيه التحوار و المناقشة و تبادل الآراء حول قضايا الشأن العام و مسائل المواطنين، فإن فضاءات الأنترنت الاتصالية تعد تجسيدا فعليا لما تحدث عنه ها برماس و بالخصوص فضاء التدوين الذي ينتعش بالحوارات و النقاشات العديدة بين أطراف و شرائح من المجتمع بدءا من المواطن العادي و الصحفي وصولا إلى السياسي و هو ما يجعله وفقا لبعض الباحثين يعتبر الفضاء الأمثل الذي يجسد الفضاء العمومي.

خاتمة

لقد انطلقنا من تحديد مفهوم الخطاب الفلسفي المعاصر أين لاحظنا أن الفلسفة النظرية لا معنى لها إذا لم ترتبط بالهم اليومي ، فإعادة إنشاء الفلسفة لا يكون بالضرورة في إعادة ما قاله أفلاطون أو أرسطو و لا يكون من خلال وضع الأنساق و إعادة تشكيل المدارس لأن الفلسفة حقيقة حسب تعبير الفارابي ، هي تلك التي تحاول الإجابة نظريا عن مسائل العصر و مشاغل الناس ، فالتفكير باليومي و الانشغال على أهم القضايا التي تخترقه من العمق هو أحد أهم التوجهات الفلسفية المعاصرة و هي توجهات تهدف الى التخلص من مأزق الفلسفة الذي وصلت فيه الى طريق مسدود بسبب ما ينسب اليها من نظريات و مناهج و مقولات تتعالى فيها على ما هو يومي و متغير و أني و جزئي لصالح ما هو كوني و شمولي

و انساق ثابتة ، حتى غدت منطوية على نفسها تعيد طرح مواضيعها و تعيد كذلك فرز توجهاتها بينما الواقع اليومي بهوموم و قضاياها ينتفس هواءا مختلفا و يطرح تحديات على الفكر ليس بوسع الفلسفة و مناهجها التي تولدت في القرن التاسع عشر أن تجيب عن مثل هذه القضايا و التحديات .

و في محاولتنا لتحديد مجال التفكير الفلسفي كان لابد من الانتباه الى الدور الذي تلعبه الحياة اليومية في تحديد معطياته و السيطرة على خطوطه العريضة ، فاليومي قد اصبح الآن موضوعا متميزا يتعلق بالتفكير عامة و بالفلسفة خاصةً، ففلسفة اليومي هي فلسفة الإنسان تعتمد احترام عيشه و تنوع انماطه و تعابير ثقافته و تمظهرات عقله و تجليات عواطفه

و في الآن نفسه توجه كل ذلك نحو تأصيل إنسانية الإنسان ، و لعل مقاربة اليومي التنوعية عندما تأخذ من المقاربة الأنطولوجية فكرة وحدة الوجود و القول و من المقاربة الفينومينولوجية فكرة وحدة المعنى و التي ستكون هي المعالجة الناجعة في هذا الميدان لأنها مع احتفاظها بضرورة التنوع كخاصية اليومي الوجودية ستقر أيضا بضرورة العيش سويا حسب قاعدة الحرية و الكرامة.

كما توقفنا أيضا عند مفهوم الإعلام في قراءة للخطاب الإعلامي المعاصر حيث يعتبر القرن العشرون عصر انتصار للإعلام و التقنيات مع ظهور الاتصالات المفتوحة على الجميع ، فالتحول الذي شهده الإعلام في القرن الواحد و العشرون ساهم في تغير النظرة

الإعلامية من انتاج الإعلام و توزيعه بواسطة تقنيات راقية الى العمل على تكريس شروط القبول أو الرفض من قبل ملايين المتلقين المتباينين و الذين نادرا ما يكونون على خط تواصل مع المرسلين ، فالمتلقي هو هدف الرسالة الإعلامية، كما أن هناك علاقة بين نظريات الإعلام و فلسفة الإعلام ، ففلسفة الإعلام هي بحث في العلاقة الجدلية بين نظريات الإعلام و تطبيقاته في المجتمع ، كما يرى النظريون أن نظريات الإعلام جزء من فلسفة الإعلام لأنها أعم و أشمل من النظريات .

و كثيرا ما شاع استخدام نظريات الإعلام باعتبارها فلسفة الإعلام أو مذاهب الإعلام و لكن في واقع الأمر أن استخدام تعبير نظريات الإعلام كان في مجمله انعكاسا للحديث عن إيديولوجيات و معتقدات اجتماعية و اقتصادية أو الحديث عن أصول و منابع العملية الإعلامية. كما أنه يمكن فهم الدور الإيديولوجي الذي يقوم عليه الإعلام على نحو أفضل إذا نظرنا إليه من زاوية عملية و هي "التحول المادي للإيديولوجيا" الذي حدث في القرن العشرين . فلم تعد الإيديولوجيا تؤثر على مجرد الأفكار و المعتقدات ، بل أصبحت تحت تأثير الإعلام تؤثر على أسلوب النظر إلى الأشياء و إدراكها ، كما لم يعد الخطاب الثقافي الفكري هو الإيديولوجيا الوحيدة في العمل و الانتشار بل أصبحت بأدواتها المادية ، ولم تعد تنتشر بالكلمات بل بالصور و العلامات.

كما وصلنا إلى أن أنه قد تمكنت مدرسة فرانكفورت و بشكل كبير في إرساء معالم الدولة المعاصرة و ذلك من خلال الاهتمام الذي أولته في بناء تصور نظري جديد للإنسان والعالم كما ساهمت في تأسيس منهج تحليلي قادر على فهم المعضلات الاجتماعية الواقعية .

كما و قد عولج مفهوم الإعلام من قبل العديد من فلاسفة فرانكفورت و الذي كان كنتيجة حتمية لما أحدثته الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر و التي تبعتها تقدم تقني و علمي و تكنولوجي ساهم في دفع عجلة التنمية داخل المجتمعات الاوربية ، كما أن هذا التطور شمل أيضا وسائل الميديا لما لهذه الأخيرة من دور في نقل و تبادل الأخبار و المعارف من جهة و قدرتها على التأثير في الرأي العام من جهة أخرى.

كما و قد كشف ادو رنو عن حقيقة الثقافة التي يتم صناعتها عبر أجهزة الاتصال حيث اعتبر أنها ثقافة مصطنعة و هي ثقافة تخديرية للجماهير تحاول صياغة وجدانهم في سياق يتفق مع مصالح المؤسسات السائدة . كما و قد اعتبر أن الثقافة المصنعة أو ثقافة الإعلام نموذجاً ناجحاً لإفلاس الثقافة و سقوطها في التسليع حسب ادو رنو.

كما اجتهد ها برماس من أجل إعادة بعث العقل من جديد و إعادة تأسيسه من خلال ربط العقلانية بالتواصل ، و قد اكد ها برماس على أن وسائل الإعلام الجماهيرية تحمل في داخلها قدرة متناقضة و متضاربة ، ففي الإعلام جانبين : الأول معلوماتي إشهاري تواصلية أما الثاني : دعائي يحمل في ثناياه علناً أو اضماراً هيمنةً أو استعماراً للعالم المعاش و الوسط الاجتماعي.

كما وقد توقفنا أخيراً عند ظاهرة التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال الحديثة وتطبيقات شبكة الانترنت التي تولدت حديثاً ، ألا و هي ما بات يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي التي أضافت بعداً ثقافياً و اجتماعياً و سياسياً للتكنولوجيا الحديثة و خلفت مجتمعات افتراضية غير تلك التي كان متعارف عليها قبل يومنا هذا. حيث ارتبط ظهور الميديا الجديدة بعودة الحديث عن الفضاء العمومي وسط النخب الأكاديمية ، حيث أنه قد كان الفضاء العمومي كما تحدث عنه ها برماس يعني ذلك المجال الذي يتم فيه التحوار

و المناقشة و تبادل الآراء حول قضايا الشأن العام و مسائل المواطنين، فإن فضاءات الأنترنت الاتصالية تعد تجسيدا فعليا لما تحدث عنه ها برماس و بالخصوص فضاء التدوين الذي ينتعش بالحوارات و النقاشات العديدة بين أطراف و شرائح من المجتمع بدءاً من المواطن العادي و الصحفي وصولاً إلى السياسي و هو ما يجعله وفقاً لبعض الباحثين يعتبر الفضاء الأمثل الذي يجسد الفضاء العمومي.

و من خلال الدراسة التي تعرضنا إليها في هذا البحث ، و بعد الإلمام بمجمل الأفكار حول إشكالية "العلاقة بين الفلسفة و الإعلام" ، توصلنا إلى مجموعة من الاستنتاجات و التي حاولنا قدر الإمكان استنباطها من الدراسة وفق الموضوعات التي تناولناها خلال البحث

و هي كالآتي :

✓ إسهام الخطاب الفلسفي المعاصر في فتح آفاق جديدة عملت على طرح الواقع اليومي و همومه في صورة فلسفية ارتقت بما هو يومي و آني و متغير و أعطته بعد نظري ساعد في البحث في ثنايا القضايا التي كانت مستبعدة عن التفكير الفلسفي الكلاسيكي.

✓ لقد شهد الإعلام المعاصر عدة تحولات ساهمت في تغيير النظرة الإعلامية من إنتاج الإعلام و توزيعه بواسطة التقنيات التكنولوجية إلى العمل على تكريس شروط القبول أو الرفض من قبل ملايين المتباينين، كما ساعد ذلك على ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية و التي ساهمت في إخضاع المجتمع لمتغيرات فرضتها أشكال عديدة من الإعلام الإلكتروني الجديد ، خاصة بعد ظهور الأنترنت و التي عملت هي الأخرى على فك الرقابة الدولية على مضامين النشر و التي كانت تواجهها وسائل الإعلام التقليدية.

✓ وجود علاقة بين نظريات الإعلام و الفلسفة ، ففلسفة الإعلام هي بحث في العلاقة الجدلية بين نظريات الإعلام و تطبيقاته في المجتمع ، أي تحليل التفاعل بين أسس الإعلام كعلم و بين الممارسة الفعلية في الواقع الاجتماعي.

✓ تعد مدرسة فرانكفورت ميدانا خصبا زاهر لعديد من التوجهات الفكرية لروادها ، كما انها اهتمت بالعديد من القضايا و من بينها الإعلام ، على يد كل من أد ورنو وهوركهايمر خاصة فيما يتعلق بمسألة الثقافة المصنعة ، و التي لعب الإعلام دورا هاما في سن السياقات الجديدة لها ، و كذا نجد ها برماس الذي وقف على تواجد الخطاب الإعلامي داخل الفضاء العمومي و الانسلاخ الذي عرفه الخطاب الفلسفي خاصة بعد أن استعمرت المصطلحات الإعلامية لهذا الخطاب .

✓ هناك ارتباط وثيق بين الميديا المعاصرة بأحدث تقنياتها التكنولوجية خاصة الفضاء الافتراضي الذي أحدثته الشبكات العنكبوتية بما فيها الانترنت و الفضاء العمومي الها برماسي من حيث أن كلاهما يحمل بعد تواصلي بشكل أو بآخر كما يسعى كلاهما للمشاركة الاجتماعية حيث يتضح ذلك بصورة أكبر من خلال فضاء التدوين الذي ينتعش بالحوارات و النقاشات العديدة بين أطراف و شرائح من المجتمع بدءا

من المواطن العادي و الصحفي وصولاً إلى السياسي و هو ما يجعله وفقاً لبعض الباحثين يعتبر الفضاء الأمثل الذي يجسد الفضاء العمومي.

إنه من الضروري قبل الخوض في فهم علاقة الإعلام بالفلسفة لابد أن نُحدث أولاً قطيعة مع التصور الأداتي ، فالميديا الجديدة ليست فقط مجرد وسيلة لنقل و تلقي المعلومات بل فضاء يحتضن العديد من النشاطات الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و الاتصالية ، فالميديا الجديدة تنحدر من مرجعية عفوية و غير منظمة تأخذ من مبدأ حرية التعبير والاستقلال عن الالتزامات الايديولوجية أو الاقتصادية دون قيود و هو ما يشير الى أن الميديا الجديدة هي حصيلة مواقف فكرية.

إن تحديد العلاقة بين الفلسفة و الإعلام ، استدعى مني الكثير من التفكير و الجهد والصعوبات التي حاولت في كثير من المواقف تجاوزها ، إلا أن الهدف الأسمى من ذلك كان فتح آفاق جديدة للبحث و المعرفة ، فموضوع الفلسفة و الإعلام من المواضيع الموسوعية في كلا الجانبين ، و ما إن تصل إلى نتيجة مهمة حتى تقع في إشكالية أهم منها و السؤال الذي يبقى مطروح :

- هل يمكن للفلسفة أن تمثل لنا نافذة إعلامية يمكن لها أن تعالج الواقع العربي بكل ما يحمله من أزمات اجتماعية و نفسية و سياسية بالدرجة الأولى ، و ما هو الدور الذي تلعبه التأثيرات الإعلامية في ذلك ؟.

القائمة

البيليوغرافية

1. المصادر:

- جان مارك فيري، فلسفة التواصل ، تر: عمر مهيل ، منشورات الاختلاف ، الجزائر ،
الدار العربية للعلوم ناشرون ، بيروت ، المركز الثقافي العربي ، المغرب ط 1 ،
2006 .
- ماكس هوركهايمر- ثيودور أد ورنو ، جدل التنوير ، تر: الدكتور جورج كتورة ، دار
الكتاب الجديد المتحدة ، لبنان ، ط1، 2006 .
- ماكس هوركهايمر، النظرية النقدية والنظرية التقليدية ، تر: مصطفى الناي، مطبعة
عيون النجاح ،الدار البيضاء ، المغرب ، ط 1 ، 1990 .
- ناعوم تشومسكي ، السيطرة على الإعلام ،الإنجازات الهائلة للبروباغندا ، تر: أميمة
عبد اللطيف ، مكتبة الشروق الدولية ، القاهرة ، ط 1 ، 2003 .
- يورغن ها برماس ، بعد ماركس ، تر: محمد ميلاد ، دار الحوار للنشر و التوزيع ،
(د.ب) ، ط 1 ، 2002 .
- يورغن ها برماس ، المعرفة و المصلحة ، تر: حسن صقر ، منشورات الجمل ،
كولونيا ، ألمانيا ، ط 1 ، 2001 .
- يورغن هابرماس ، العلم و التقنية ك "ايدولوجيا" ، تر : حسن صقر ، منشورات
الجمل ،كولونيا ، ألمانيا ، ط 1 ، 2003 .
- يورغن ها برماس ، القول الفلسفي للحدث ، تر: فاطمة الجبوشي ، منشورات وزارة
الثقافة ، دمشق ، (د. ط) ، 1995 .

2. المراجع :

- أبو النور حمدي أبو النور حسن ، الأخلاق و التواصل (يورجين ها برماس) ،
التنوير للطباعة و النشر و التوزيع ، لبنان ، (د.ط) ، 2012 .
- ألن هاو ، النظرية النقدية : مدرسة فرانكفورت ، تر : ثائر ديب ، المركز القومي
للترجمة ، دار العين للنشر ، القاهرة ، (د.ط) ، 2010 .
- بول لوران أسون ، مدرسة فرانكفورت ، تر : سعاد حرب ، المؤسسة الجامعية
للدراسات و النشر والتوزيع ، بيروت ، ط2 ، 2005 .
- أرمان ماتلار ، التنوع الثقافي و العولمة ، تر: خليل أحمد خليل ، دار الفارابي ،
لبنان ، ط1 ، 2008 .
- إيان كريب ، النظرية الاجتماعية ، من بارسونز إلى ها برماس ، تر : محمد حسين
غلوب ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، (د.ط) 1978 .
- توم بوتومور ، مدرسة فرانكفورت ، تر : سعد هجرس ، دار أويا ، ليبيا ، ط2 ،
2004 .
- جاك إيلول ، خدعة التكنولوجيا ، تر : فاطمة نصر ، دار سطور ، (د.ط) ، (د
ب) ، (د.ت).
- جون سكوت ، خمسون عالما اجتماعيا أساسيا : المنظرون المعاصرون ، تر:
محمود محمد حلمي ، الشبكة العربية للأبحاث و النشر ، بيروت ، ط1 ، 2009 .
- جمال مفرج ، الفلسفة المعاصرة من المكاسب إلى الإخفاقات ، منشورات الاختلاف ،
الجزائر ، الدار العربية للعلوم ناشرون ، بيروت ، ط1 ، 2011 .
- حسن مصدق ، النظرية النقدية التواصلية : يورغن ها برماس و مدرسة فرانكفورت ،
المركز الثقافي العربي ، الدار البيضاء ، المغرب ، ط1 ، 2005 .
- دوغلاس كلنر ، الماركسية الغربية ، تر : كامل شياح ، دار الرواد للطباعة و النشر
، العراق ، (د.ط) ، 2008 .

- دومينيك وولتون ، الإعلام ليس توأصلا ، دار الفارابي ، بيروت ، لبنان ، ط 1 ، 2012 .
- سالم يفوت، المناحي الجديدة للفكر الفلسفي المعاصر، دار الطليعة ، بيروت ، لبنان، ط 1 ، 1999.
- ستيفان هابر ، ها برماس و السوسيولوجيا ، تر : محمد جديدي ، منشورات الاختلاف ، الجزائر منشورات ضفاف ، لبنان ، ط 1 2012 .
- علي عبود المحمداوي ، الإشكالية السياسية للحدث ، من فلسفة الذات إلى فلسفة التواصل ، منشورات الاختلاف ، الجزائر ، دار الأمان ، الرباط ، ط 1 ، 2011.
- عمر مهيبيل ، إشكالية التواصل في الفلسفة الغربية المعاصرة ، منشورات الاختلاف ، الجزائر ، الدار العربية للعلوم ، لبنان ن ط 1 ، 2005 .
- فيل سليتر ، مدرسة فرانكفورت : نشأتها و مغزاها : وجهة نظر ماركسية ، المجلس الأعلى للثقافة ، ط 2 ، 2004 .
- فتحي التريكي ، فلسفة الحياة اليومية ، الدار المتوسطية للنشر ، تونس ، ط 1 ، 2009 .
- كمال بومير ، النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت : من ماكس هوركهايمر إلى أكسل هونيث ، منشورات الاختلاف ، الجزائر ، دار العربية للعلوم ناشرون ، لبنان ، ط 1 ، 2010 .
- محمد حسن الزراعي ، ايدموند هوسرل ، الفينومينولوجيا و مسألة المثالية ، دار التنوير للطباعة و النشر ، بيروت ، ط 1 ، 2010 .
- محمد خليف الحياي ، الهيرمينوطيقا النقدية مشروعية العقل التواصلية ، منشورات الاختلاف ، الجزائر ، دار الأمان ن الرباط ، منشورات ضفاف ن بيروت ، ط 1 2016 .

- وابل نعيمة ، الاغتراب عند ماركس ، دراسة نقدية تحليلية ، كنوز الحكمة ، (د.ت) ، (د. ط) 2013.

• الموسوعات و المعاجم :

- الموسوعات :
- عبد الرحمن بدوي ، موسوعة الفلسفة ، ج1 ، المؤسسة العربية للدراسات و النشر ، بيروت ، ط1 ، 1984 .
- عبد الرحمن بدوي ، موسوعة الفلسفة ، ج 2 ، المؤسسة العربية للدراسات و النشر ، بيروت ، ط1 ، 1984 .
- المعاجم :
- ابراهيم مذكور ، المعجم الفلسفي ، الهيئة العربية لشؤون المطابع الامبرية ، (د. ط) ، 1983 .
- جميل صليبي ، المعجم الفلسفي : بالألفاظ العربية و الفرنسية و الإنكليزية و اللاتينية ، دار الكتاب اللبناني ، لبنان ، ج 1 ، 1986 .
- جميل صليبي ، المعجم الفلسفي : بالألفاظ العربية و الفرنسية و الإنكليزية و اللاتينية ، دار الكتاب اللبناني ، لبنان ، ج 2 ، 1986 .
- خليل أحمد خليل ، معجم المصطلحات السياسية و الدبلوماسية ، دار الفكر اللبناني ، بيروت ، ط1 ، 1999.
- طوني بينيت ، لورانس غروسيبرغ ، ميغان موريس ، معجم مصطلحات الثقافة : مفاتيح اصطلاحية جديدة ، تر : سعيد الغانمي ، المنظمة العربية للترجمة ن بيروت ، لبنان ، ط1 ، 2010.
- عبده الحلو ، معجم المصطلحات الفلسفية فرنسي - عربي ، المركز التربوي للبحوث و الانماء ، مكتبة لبنان ، بيروت ، ط1 ، 1993 .

- محمد جمال الفار ،المعجم الإعلامي ، دار أسامة للنشر و التوزيع ،دار المشرق الثقافي ، الأردن ، عمان، (د.ط) ، 2010.
- **المجلات :**
- ابراهيم بعزيز ، دور الإعلام الجديد في تحول المتلقي إلى مرسل و ظهور صحافة المواطن ، ضمن : مجلة اتحاد الإذاعات العربية ، العدد 3 ، تونس ، 2011.
- صادق حمامي ، الميديا الجديدة و المجال العمومي ، الإحياء و الانبعاث ، ضمن : مقارنة تواصلية للإعلام الجديد لمجلة : الإذاعات العربية ، العدد 4 ، 2006.
- عبد اللطيف بن صافية ، وسائل الإعلام و المجتمع المدني في الفضاء العمومي ، ضمن : مجلة اتحاد الإذاعات العربية ، العدد 4 ، 2011 .
- محمد حمادي ، تنوع أشكال التعبير الثقافي في عصر الرقمنة (تقرير اليونسكو) ، ضمن : مجلة الحوار الثقافي ، العدد 9 ، مستغانم ، الجزائر ، ربيع و صيف 2016.
- محمد كنزاوي ، براديجم مدرسة فرانكفورت على المحك : منظور اتصالي ، ضمن : مجلة البحوث و الدراسات الانساني، العدد9، جامعة سكيكدة، الجزائر، 2014.
- محمد الأشهب ، يورغن ها برماس و راهن الفلسفة في الفضاء العمومي ، ضمن : مجلة : رهانات ، العدد 3 ، الدار البيضاء ، المغرب، 2007 .
- هوارى حمزة ، مواقع التواصل الاجتماعي و إشكالية الفضاء العمومي : ضمن مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية ، العدد 20 ،الجزائر ، 2015 .

- أعمال منشورة :

- حاتم سليم العلونة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري ، ضمن : المؤتمر العلمي السابع بعنوان : ثقافة التغيير ، جامعة فيلاديلفيا ، 2012.
 - قينان عبد الله الغامدي ، التوافق و التنافر بين الإعلام التقليدي و الإعلام الإلكتروني ، ضمن: ورقة بحثية مقدمة لندوة : الإعلام و الأمن الإلكتروني ، (د.ت).
 - محمد جاسم فلحي الموسوي ، نظريات الاتصال و الإعلام الجماهيري ، ضمن : مرحلة الماجستير ، قسم الإعلام و الاتصال للأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، (د. ت).
 - أشرف حسن منصور ، الفلسفة و ايدولوجيا الإعلام ،إسهام الفكر المعاصر في دراسة وسائل الإعلام ، ضمن : حوار التمدن ، محور صحافة وإعلام ، 2010 .
- _ 19:04 09/10/2017 s.asp > www.m-alhewar.org .

ملحق الأعلام

والمصطلحات

" ملحق الأعلام "

• فريدريك نيتشه : Friedrich nietzsche (1900/1844)

فيلسوف ألماني يعد في أغلب الأحيان إلهام للمدارس الوجودية و ما بعد الحداثة ، يرى أن الفلسفة اليونانية كانت قائمة من روح التنافس الخالي من العاطفة و هذه هي جوهر فكرة إرادة القوة.

• ادموند هوسرل : Edmund husserl (1938-1859)

فيلسوف ألماني و مؤسس الفينومينولوجيا أو الفلسفة الظاهرانية ، من أعماله : أزمة العلوم الأوروبية .

• لودفيج فغناشتين : Wigenstein (1951-1889)

فيلسوف نمساوي و مهندس معماري و معلم ، عاش حياته كما أرادها و كما ابتغاها ، متخليا عن مجمل ثروته التي ورثها عن أبيه ، لم ينشر فغناشتين في حياته إلا كتابا واحدا هو "رسالة منطقية فلسفية " ، كتبه إبان الحرب العالمية الأولى ، و نشر سنة 1922.

• ماكس هوركهايمر : Max horkheimer (1973/1895)

من أهم مؤسسي مدرسة فرانكفورت و منظريها ، تولى في سنة 1930 إدارة معهد الأبحاث الاجتماعية التابعة لجامعة فرانكفورت ، فأصبح بذلك على رأس المؤسسة الجامعية الوحيدة التي تتمتع فيها بحقائق المواطنة ، وهذا في ظروف شهد فيها صعود النازية و أزمة العالم البورجوازي .

• ثيودور أدورنو : Theodor adorno (1966/1903)

فيلسوف ألماني و من أهم مؤسسي مدرسة فرانكفورت و منظريها ، أصبح عضوا رسميا في معهد الأبحاث عام 1938 ، تنقل بين ألمانيا والولايات المتحدة ، شارك هوركهايمر في إعادة تأسيس معهد الأبحاث الاجتماعية ، كما شاركه في العديد من الكتابات منها : كتاب نقد العقل و جدل التنوير ، و أصبح المدير المساعد لمعهد الأبحاث .

• يورغن ها برماس : Jurgen habermas (1929)

منظر و فيلسوف و ناقد اجتماعي و سياسي و هو معروف بإسهاماته في النظرية النقدية ، تدرب أصلا في فرانكفورت وينتمي للجيل الثاني للمدرسة ، و قد بدأ مثل كل من

هوركهايمر و أد ورنو في بناء نظرية نقدية في اطار مدرسة هيجل و ماركس الألمانية ،
أول مؤلفاته بعنوان : التحول الهيكلي في المجال العام 1926 ، كما نشر في أوائل
الثمانينات مجلدي كتاب نظرية العمل الاتصالي .

ملحق المصطلحات

(عربي _ إنجليزي)

Communication	• اتصال
Socialism	• اشتراكية
Virtual	• افتراضي
Ontology	• انطولوجيا
Ideology	• ايديولوجيا
Pragmatism	• براغماتية
Bureaucracy	• بيروقراطية
Multiculturalism	• تعددية-ثقافية
Technology	• تكنولوجيا
Culture	• ثقافة
Mass-culture	• ثقافة — جماهيرية
Private	• خاص
Audience	• جمهور
Discourse	• خطاب
Capitalism	• رأسمالية
Welfare	• رفاهية
Power	• سلطة
Commodity	• سلعة
Sovereignty	• سيادة
Policy	• سياسة
Youth	• شباب
Network	• شبكة
Industry	• صناعة

Cultural industry	● صناعة الثقافة
Image	● صورة
Class	● طبقة
Nature	● طبيعة
Public	● عام
Reason	● عقل
Communicational-reason	● عقل-تواصلي
Science	● علم
Work	● عمل
Globalization	● عولمة
Communicational-action	● فعل-تواصلي
Space	● فضاء
Art	● فن
Value	● قيمة
Liberalism	● ليبرالية
Post-modernism	● ما بعد الحداثة
Materialism	● مادية
Society	● مجتمع
Equality	● مساواة
Spectacle	● مشهد
Participation	● مشاركة
Knowledge	● معرفة
Information	● معلومات
Normal	● معياري
Objectivity	● موضوعية
Elite	● نخبة
Relativism	● نسبية

Theory

Identity

Media

Everyday

• نظرية

• هوية

• وسائل الإعلام

• يومي

الفهرس

الفهرس

- الإهداء..... ص 04.
- شكر و عرفان ص 05.
- مقدمة..... ص 06.
- الفصل الأول : من الخطاب الفلسفي إلى الخطاب الإعلامي ص 11.
 - في مفهوم الخطاب الفلسفي المعاصر..... ص 12.
 - قراءة في الخطاب الإعلامي المعاصر..... ص 17.
 - الفلسفة و إيديولوجيا الإعلام..... ص 28.
- الفصل الثاني : مدرسة فرانكفورت و مقاربتها للإعلام (أد ورنو و ها برماس نموذجاً) ص 36.
 - الإعلام و الثقافة المصنعة (ادو رنو نموذجاً)..... ص 38.
 - الفعل التواصلية ... بين الإعلام و المجال العام (ها برماس نموذجاً)..... ص 47.
 - نقاط التوافق و التنافر بين الفضاء العمومي الافتراضي و الفضاء العمومي الها برماسي..... ص 62.
- الخاتمة..... ص 73.
- القائمة البليوغرافية ص 79.