

نظريات فلسفة الإعلام وتطبيقاتها فى عصر التحول الرقمي

بحث مقدم من

د/ هبه أحمد أحمد أحمد
مدرس الفلسفة الحديثة والمعاصرة
كلية التربية – جامعة عين شمس

د/ أمال محمد ربيع
مدرس الفلسفة الإسلامية
كلية التربية – جامعة عين شمس

عندما نتحدث عن الثورة الرقمية.. فنحن نتحدث عن جانبين .. الجانب الأول يتعلق بالإعلام.. والجانب الثاني يتعلق بالتطورات التكنولوجية والإقتصاد والتجارة والإستثمار وغير ذلك...

ولا بد للإشارة هنا بان هناك فرقاً ما بين ان نكون أمام التحول الرقمي.. وما بين أننا أصبحنا في عمق هذا التحول الرقمي.

ففي مجال تكنولوجيا المعلومات والسعي الى مواكبة التطورات الرقمية فيما يتعلق بالحكومة الرقمية والإقتصاد والإستثمار والتجارة والبنوك وغيرها الكثير .. فنحن هنا ما زلنا أمام التحولات الرقمية التي تسعى الدول لتطبيقها بنجاح .. وذلك من خلال تعزيزات العمليات الرقمية وأسلوب التحكم بالنشاطات الرقمية والخاصة بالأعمال من خلال إتباع استراتيجيات رقمية مبتكرة للتكيف مع العصر الرقمي المتسارع الذي نشهده اليوم، والشرح في هذا الجانب يطول..

أما فيما يتعلق بالمجال الإعلامي وهو الموضوع الرئيس هنا .. فان الإعلام الدولي بات قوة أعظم من قوة السلاح .. وسلاح يفوق جميع الأسلحة والمعدات الحربية في العالم.. بإعتباره قادراً على إختراق العقول.. وقادراً على توجيه الناس نحو تحقيق الأهداف التي يريد تحقيقها والغايات التي يريد الوصول اليها من خلال تكيف الناس معه والتأثير عليهم من خلال رسائله..

وقد ظهر الإعلام الرقمي منذ عام ٢٠١٠ تقريباً من خلال تحوله من وسائل إعلامية تقليدية الى الكترونية، الى رقمية طرأت على وسائل الإعلام المطبوعة

نظريات فلسفة الإعلام وتطبيقاتها في عصر التحول الرقمي

والمسموعة.. الى إعلام جديد تمثل بـ "الهواتف الذكية والفيديو" .. وكذلك التطورات الرقمية التي طرأت على الأقمار الصناعية والهواتف الذكية والتي ساهمت هي الأخرى بشكل كبير في المجال الإعلامي.. وذلك بفضل التطورات التكنولوجية المتسارعة التي نتج عنها الثورة الرقمية التي نشهدها اليوم.

يؤمن الفلاسفة بأن الفلسفة هي أم العلوم، بينما يرى الإعلاميون أن الإعلام، شريك كل العلوم. فالإعلام بوسائله المختلفة شريك للسياسة والفن والأدب والاقتصاد والطب وغير ذلك. وهو إما أنه يوظف هذه العلوم في قالب إعلامي أو أنه يوتقها ويسجل تطوراتها بوسائله المختلفة. ولذلك أصبح الفصل بين الاعلام والعلوم الأخرى أمراً غير ممكن في تاريخ الإعلام.

في مجال الطبيعة نسمع الرعد ونسمع زقزقة العصفير ونسمع صوت الريح وقرع البرد وصوت المطر كل ذلك اعلام عن حادث يحدث أو سيحدث. وفي التاريخ البشري رأى المفكرون ضرورة أنسنة الإعلام فكان السياق غلى ذلك طبول الحرب تعلن الحرب، ثم جاءت اجراس الكنيسة تنادي للصلاة، وبعدها جاء الأذان معلناً بلسان الانسان الدعوة إلى التجمع.

واستمر التطور يحاكي علاقات الناس والطبيعة وتطورت الاتصالات من اتصالات شفوية إلى اتصالات بواسطة المراسلات على انواعها "حمام زاجل، وفرسان، وبريد... الخ.

إن وسائل الإعلام (المطبوعة والالكترونية) على اختلافها تقوم بأداء مجموعة من الوظائف في المجتمع والعالم بصورة أعم. فإلى جانب التسلية والترفيه والتثقيف نجد الاعلام يضطلع بمهمة الإخبار وتسجيل الحوادث. وباعتراف الكثيرين، فإن تأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع أصبح أمراً مسلماً به، وحتى أن منهم من بالغ في خطر تأثير وسائل الاعلام من مجرد نشرها فقط لأخبار الحوادث والشخصياتزها هو فولتير يصف وسائل الإعلام بأنها "آلة يستحيل كسرها وستعمل على هدم العالم القديم حتى

يتسنى لها أن تنشئ؟ عالماً جديداً. ويعبر أحد رؤساء دول أمريكا اللاتينية السابقين عن قوة تأثير الصحافة بقوله: "لا أخاف أبواب جهنم إذا ما فتحت بوجهي ولكني أرتعش من صرير قلم المحرر".

الكلمات المفتاحية:

- ✓ فلسفة الإعلام.
- ✓ دور الإعلام والتخطيط الإعلامي.
- ✓ عرض ونقض للنظريات الإعلامية في ظل التحول الرقمي.
- ✓ نظريات الإعلام في الدول النامية.

PHILOSOPHY OF MEDIA AND ITS APPLICATIONS IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION

When we talk about the digital revolution, we are talking about two aspects: the first aspect is related to the media, and the second aspect is related to technological developments, economy, trade, investment, and so on...

It must be noted here that there is a difference between being in front of the digital transformation... and between being in the depth of this digital transformation.

In the field of information technology and striving to keep abreast of digital developments in relation to digital government, economy, investment, trade, banking and many others.. Here we are still in front of the digital transformations that countries seek to implement successfully.. through the enhancements of digital operations and the method of controlling digital and business activities by following Innovative digital strategies to adapt to the accelerating digital age we are witnessing today, and the explanation in this aspect is long..

As for the media field, which is the main issue here, the international media has become a force greater than the power of arms, and a weapon that surpasses all weapons and military equipment in the world, as it is capable of penetrating minds and directing people towards achieving the goals that he wants to achieve. Which he wants to reach by adapting people to him and influencing them through his messages..

Digital media has emerged since about 2010 through its transformation from traditional media to electronic, to digital that occurred in print and audio media.. to new media represented by “smart phones and Facebook” .. as well as the digital developments that occurred on satellites and smart phones Which also contributed greatly in the media field, thanks to the rapid technological developments that resulted in the digital revolution that we are witnessing today.

Philosophers believe that philosophy is the mother of all sciences, while media professionals believe that media is the partner of all sciences. The media, through its various means, is a partner in politics, art, literature, economics, medicine, and so on. He either employs these sciences in the form of the media, or he documents them and records their developments by his various means. Therefore, the separation between

media and other sciences has become impossible in the history of the media.

In the field of nature, we hear thunder, we hear the chirping of birds, we hear the sound of the wind, the sound of hail, and the sound of rain, all of which are indications of an event that is happening or is going to happen. In human history, thinkers saw the necessity of humanizing the media, so the context was the drums of war declaring war, then the church bells came calling for prayer, and after that came the call to prayer, announcing in the tongue of man the call to assembly.

And the development continued, mimicking the relations of people and nature, and communications developed from oral communications to communications through correspondence of all kinds, "homing pigeons, knights, mail...etc.

The media (print and electronic) of all kinds perform a range of functions in society and the world in general. In addition to entertainment, entertainment and education, we find the media assume the task of reporting and recording incidents. By the admission of many, the influence of the media on the individual and society has become a given, and even some of them exaggerated the danger of the influence of the media from merely publishing news of accidents and personalities. Voltaire describes the media as "an unbreakable machine that will destroy the old world so that it can A former Latin American president expresses the power of the press's influence by saying: "I do not fear the gates of their hell if they open in my face, but I tremble at the screeching of the editor's pen".

Key words:

- Media philosophy.
- The role of media and media planning.
- Presentation and refutation of media theories in light of digital transformation.
- Media theories in developing countries.

نظريات فلسفة الإعلام وتطبيقاتها

في عصر التحول الرقمي

بحث مقدم من

د/ هبه أحمد أحمد أحمد
مدرس الفلسفة الحديثة والمعاصرة
كلية التربية – جامعة عين شمس

د/ أمال محمد ربيع
مدرس الفلسفة الإسلامية
كلية التربية – جامعة عين شمس
أولاً: تعريف فلسفة الإعلام:

أولاً: من جهة الموضوع:

تتناول جملة الأفكار أو المفاهيم السابقة على العملية الاتصالية والإعلامية، والتي في ذات الوقت تستند إليها هذه العملية، وتتصف هذه المفاهيم بصفتي الكلية والتجريد. الكلية: تفسير علاقة الإعلام بغيره "العلم، الدين، الأخلاق، الفلسفة". التجريد: يتناول مفهوم الإعلام والمفاهيم المتعلقة به على مستوى نظري مجرد من الزمان والمكان. ويقع في إطارها البحث في طبيعة الإعلام (تعريفه) وقيمه ووظيفته.

ثانياً: من جهة المنهج:

ويتصف هذا التناول لهذه المفاهيم، بالنقدية والعقلانية والمنطقية والشك المنهجي (خصائص المنهج الفلسفي).

ثانياً: التعريف المنهجي للاتصال والإعلام:

ينطلق التعريف المنهجي للإعلام والاتصال منهج معرفة قائم على أن حركة الإنسان حركة جدلية تمت عبر ثلاثة مراحل: المشكلة فالحل فالعمل، وأن حركة تطور المجتمع قائمة على المشاركة، أي تبادل العلم بمشكلة مشتركة، ثم تبادل المعرفة بحلولها المحتملة وأساليب تحقيقها، ثم تعين القرار الذي يرى كل مشارك أنه الحل الصحيح للمشكلة.

فالتعريف العلمي للإعلام قائم على أنه تلك العملية التي تبدأ بالمعرفة بمعلومات معينة عن الواقع ومشكلاته، أي معلومات جديدة بالنشر والنقل، ثم تجمع المعلومات من مصادرها، نقلها، التعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها.

أما التعريف المنهجي للإعلام (ممثلاً في وسائله المختلفة) فقائم على اعتباره المصدر الأساسي للأخبار في المجتمع، والأخبار هي بيان للواقع الاجتماعي وإحداثه بما ينطوي عليه من مشكلات داخلية وخارجية، وبالتالي فإن آراء الناس في المشكلات الاجتماعية وحلولها يتوقف إلى حد كبير على هذه الوقائع التي تنتشر أو تذاع أو تبث.

أما الاتصال Communication فهو اشمل من الإعلام، إذ أن الأخير هو جزء من الاتصال فالأصل هو عملية (Process) لتبادل الأخبار والحقائق والآراء والرسائل بين الأفراد والجماعات. بينما الإعلام هو المنتج (Product)، ومثال ذلك الأخبار (News) والبيانات (Data) ومضامين ومنتجات أخرى لوسائل الاتصال الجماهيرية كالأنشطة الثقافية والصناعية. وقد تعددت التعريفات العلمية للاتصال فلارسون ودانس على سبيل المثال أوردا ١٢٦ تعريفاً مختلفاً للاتصال في كتابتها وظيفية الاتصال الانساني.

ويرجع هذا التعدد إلى تعدد المدارس العلمية والفكرية للباحثين في هذا المجال، وتعدد الزوايا والجوانب التي يأخذها هؤلاء الباحثون في الاعتبار عند النظر إلى هذه العملية، فعلى المستوى العلمي يمكن القول بوجود مدخلين لتعريف الاتصال:

المدخل الأول:

ينظر إلى الاتصال على أنه عملية يقوم فيها طرف أول مرسل أو مؤسسة إعلامية يقوم بإرسال رسالة (Message) إلى طرف مقابل مستقبل أو جمهور (Receiver) بواسطة وسيلة أو قناة (Channel) بما يؤدي إلى أحداث أثر معين على متلقى الرسالة، فهو يهدف إلى تعريف المراحل التي يمر بها الاتصال، وفي ضوء

نظريات فلسفة الإعلام وتطبيقاتها في عصر التحول الرقمي

هذا المدخل عرف الاتصال بالنظر إليه كعملية يتم من خلالها نقل معلومات أو أفكار معينة بشكل تفاعل من مرسل إلى مستقبل بشكل هادف.

المدخل الثاني:

يرى أن الأتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل والتي من خلالها يتفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة، وذلك من أجل إتاحة الفرصة لتوصيل المعنى، وفهم الرسالة. فهو تعريف بناءى أو تركيبى، حيث يركز على العناصر الرئيسية المكونة للمعنى.

وفي ضوء المدخل الثاني الذي ينظر إلى الاتصال على أنه عملية تبادل معاني يعرف بعض الباحثين الاتصال كعملية تتم من خلال الاتكاء على وسيط لغوي، في ضوء أن كلا من المرسل والمستقبل يشتركان في إطار دلالي واحد، بحيث ينظر إلى الاتصال هنا على أنه عملية تفاعل رمزي.

أما التعريف المنهجي للاتصال فهو شكل من أشكال المشاركة، أى تبادل العلم بمشكلة مشتركة، ثم تبادل المعرفة بحلولها المحتملة وأساليب تحقيقها.

ثالثاً: دور الإعلام والتخطيط الإعلامي:

إن أجهزة الإعلام التي حولها العلم والفن إلى أدوات بالغة القدرة على التأثير على عقول الناس ومسالكهم، فهي تنقل للناس وقائع محيطية بكل أوجه النشاط في مجتمعهم والمجتمعات الأخرى فتزودهم بالمقدرة على معرفة ومتابعة التطور الاجتماعي وبالتالي توفر لهم إمكانية تكوين رأى معين حول المشكلات.

والإعلام السليم هو الإعلام القائم على الأسلوب العلمي أى القائم على التخطيط طبقاً لمعرفتنا بقوانين التي تضبط حركة العملية الاتصالية والإعلامية لا على أساس التجربة والخطأ أى محاولة تحقيق الأهداف الإعلامية بدون معرفة سابقة بهذه القوانين وطرق استخدامها.

والتخطيط في مجال الإعلام قائم على عدم توقع تحقيق غايتنا الإعلامية بدون تدخل إيجابي من ناحيتنا وضرورة يسبق الأحداث قبل أن تقع والتحكم في وقوعها طبقاً لمخططات إعلامية شاملة ومرحلية.

التخطيط الإعلامي طبقاً لهذا يتضمن:

- **النظرية الإعلامية:** مجموع الحلول للمشاكل الإعلامية والتي تتضمن الغايات البعيدة للعمل الإعلامي (الأهداف الإعلامية) وتسمى أيضاً الفلسفة الإعلامية.
- **الاستراتيجية الإعلامية:** الخط الثابت بين العملية الإعلامية والغايات الإعلامية مقسماً على مراحل زمنية تتفاوت تبعاً لظروف كل مرحلة (التخطيط الإعلامي).
- **الأساليب الإعلامية:** مهمات العمل الإعلامي المتنوعة.

رابعاً: عرض ونقد للنظريات الإعلامية الغربية:

هناك علاقة بين نظريات الإعلام وفلسفة الإعلام وفلسفة الإعلام هي بحث العلاقة الجدلية بين الإعلام وتطبيقاته في المجتمع، أي تحليل التفاعل بين أسس الإعلام كعلم وبين ممارساته الفعلية في الواقع الاجتماعي، ويرى النظريون أن نظريات الإعلام جزء من فلسفة الإعلام، لأن فلسفة الإعلام أعم واشمل من النظريات، وكثيراً ما شاع استخدام نظريات الإعلام باعتبارها فلسفة الإعلام أو مذاهب الإعلام، ولكن في واقع الأمر أن استخدام تعبير نظريات الإعلام كان في مجمله انعكاساً للحديث عن أيديولوجيات ومعتقدات اجتماعية واقتصادية أو الحديث عن أصول ومنابع العملية الإعلامية من مرسل، ومستقبل، ووسيلة.. الخ.

وترتبط النظريات بالسياسات الإعلامية في المجتمع، من حيث مدى التحكم في الوسيلة من الناحية السياسية، وفرص الرقابة عليها وعلى المضمون الذي ينشر أو يذاع من خلالها، فهل تسيطر عليها الحكومة أم لها مطلق الحرية أم تحددها بعض القوانين.

(١) نظرية السلطة (الاستبدادية) Authority Theory:

وتقوم على إدارة المجتمع ككل، لمصلحة الشعب كما يقدرها فرد أو فئة، ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر، وتعتمد على نظريات أفلاطون وميكافيللي، وترى أن الشعب غير جدير على أن يتحمل المسؤولية أو السلطة فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة؛ وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص على إصدار المجالات إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة. وتمثل تجربة هتلر وفرانكو تجربة أوروبية معاصرة في ظل هذه النظرية، وقد عبر هتلر عن رؤيته الأساسية للصحافة بقوله:

"إنه ليس من عمل الصحافة أن تنشر على الناس اختلاف الآراء بين أعضاء الحكومة، لقد تخلصنا من مفهوم الحرية السياسية الذي يذهب إلى القول بأن لكل فرد الحق في أن يقول ما يشاء"ز

ومن الأفكار الهامة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية، يعمل بها كامتياز منحه إياه الزعيم الوطني ويتعين أن يكون ملتزماً أمام الحكومة والزعامة الوطنية.

النقد:

أهتمت هذه النظرية بوضع ضوابط للعملية الاتصالية والإعلامية لضمان تحقيق مصلحة الشعب. ولكن تحديد هذه المصلحة بواسطة فرد أو فئة انتهى بها إلى أن تصبح مجرد تبرير فكري للاستبداد أي انفراد فرد أو فئة بالسلطة دون الجماعة، وإلغاء دور الإعلام في التطوير الاجتماعي من خلال بيان حقيقة المشاكل التي يطرحها الواقع، والحلول الصحيحة لهذه المشاكل.

(٢) النظرية الليبرالية (الحرية) Freedom Theory:

الليبرالية كمنهج تستند إلى فكرة القانون الطبيعي، وهي ككل الأفكار الأوروبية ذات جذور في الفلسفة اليونانية (السوفسطائية، الرواقية...) مضمونها (أن مصلحة المجتمع ككل تتحقق حتماً من خلال عمل كل فرد فيه على تحقيق مصلحته الخاصة).

وترتب على هذا أن أفضل الطرف لتحقيق الصالح الاجتماعي أن تكف الدولة ممثل المجتمع عن التدخل في المحاولات الفردية لتغيير الواقع وأن تبقى الدولة في حدود وظيفتها الطبيعية وهي حراسة القانون الطبيعي من أية محاولة لتعويق فعاليته بأن توفر للناس في المجتمع الأمن الداخلي والخارجي وتنفيذ ما يصل إليه الناس بإرادتهم وابتكر مفكرو الليبرالية نظم وأشكال فنية لضمان شرعية القانون أو سيادة القانون كما في المفهوم الليبرالي أي منع تدخل الدولة في الحرية الفردية منها رقابة الرأى العام بإطلاق حرية الرأى وحرية الإعلام.

بناءً على هذا ترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حراً في نشر ما يعتقد أنه صحيحاً عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر.

ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق أكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة، كما أنه يجب منع الدولة عن التدخل في وسائل الإعلام؛ أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة بواسطة المحاكم. وتتميز هذه النظرية أن وسائل الإعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع.

عملت هذه النظرية على إلغاء القيود المفروضة على العملية الإتصالية والإعلامية بهدف ضمان رقابة الرأي العام على الحكومة. ولكنها للناس ماذا يفعلون بالحرية الإعلامية مما أدى إلى ظهور العديد من السلبيات في الواقع أهمها:

أولاً: أحالت أجهزة الإعلام إلى مؤسسات رأسمالية تستهدف الربح وتقيم نجاحها بقدر ما تقترب من احتكار المستهلكين (القراء والمستمعين والمشاهدين) وتقضى على غيرها في سوق المنافسة وتبذل قدراً كبيراً مما تنتشره أو تذيبه لمجرد إغراء القراء والمستمعين بشرائها وتتوسل إلى ذلك باحت ما يغري العرائز فهي تفتك بوعي الناس بالمشكلات الحقيقية من خلال إغراق انتباههم في مشكلات زائفة.

ثانياً: منحت أجهزة الإعلام حق الكذب وأجهزة الإعلام تكذب في الخبر بوسائل فنية شتى حجم الحروف طباعته مكانه بين الأخبار اختصاره أو الإضافة إليه عدم ذكر مصدره... إلخ. لأن لكل جهاز رأى في الخبر ذاته فهو يصوغ الخبر على الوجه الذي يتفق مع رأيه. وهنا تستر الليبرالية حرية الرأي بحرية الكذب وينتهي الأمر بأن تكون معرفة الناس بواقعهم الاجتماعي ومشكلاته تحت رحمة قلة من الأفراد يقدمون إليهم الأخبار على الوجه الذي يريدونه ليتحكموا في آرائهم ومواقفهم.

(٣) نظرية المسؤولية الاجتماعية: Social Responsibility Theory

ظهرت هذه النظرية بعد الحرب العالمية الثانية في الولايات المتحدة الأمريكية، كرد فعل على سلبيات نظرية الحرية ممثلة في سوء استخدام مفهوم الحرية، والإفراط في إعلاء حرية الفرد، على حساب مصلحة المجتمع، والمبالغة في منح الفرد، الحق في التحرر من أي مسؤولية اجتماعية، أو قيمة أخلاقية. وتحول الإعلام إلى صناعة هدفها الربح فقط.

في مقابل ذلك، رأت نظرية المسؤولية الاجتماعية، أن للفرد حقاً، ولمجتمع أيضاً حقوقاً، بوصفه مجموع أفراد لهم حقوقهم، وينخرطون في الوقت نفسه، في (مؤسسات) اجتماعية، تسعى لخدمة الصالح العام. وتحتاج لذلك، على حماية من نزوات الأفراد، وتسلب الرغبات الفردية. على المستوى الإعلامي، سعت نظرية المسؤولية الاجتماعية، للحد من تحكم الرغبات الشخصية، وتأثير الآراء الفردية، في نسق الحياة العامة للجماعة. ولتحقيق توازن بين حرية التعبير، ومصصلحة المجتمع: حريتك تنتهي، حيث تبدأ حقوق الآخرين. تبدو معادلة دقيقة.. لكن الشعور بالمسؤولية الاجتماعية، هو الذي يحققها. إعلامياً: المؤسسة الإعلامية، تضطلع بمهام ووظائف اجتماعية جوهرية في حياة الناس. ولها دور تربوي وثقافي، وليست مجرد منبر لفرد، أو مجموعة أفراد، يمارسون من خلاله رغباتهم، عبر سطوة رأس المال.

وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة وذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذا الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة – ونلاحظ أن هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية – ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الإلتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتياً في إطار القانون والمؤسسات القائمة، ويجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليها، وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة

نظريات فلسفة الإعلام وتطبيقاتها فى عصر التحول الرقمي

العامّة؛ أضف إلى ذلك أن الإعلاميين فى وسائل الإتصال يجب أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية.

وتهدف هذه النظرية إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعدي عن الانفعال، كما تهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى.

وبإمكان القطاعين العام والخاص أن يمتلكوا وسائل الإعلام فى ظل هذه النظرية ولكنها تشجع القطاع الخاص على امتلاك وسائل الإعلام.

النقد:

هدفت النظرية إلى تحقيق التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة المجتمع وبيان الوظيفة الاجتماعية للإعلام. ولكنها اتصفت بالغموض فى كيفية تطبيق هذه المبادئ فى الواقع.

(٤) النظرية الماركسية:

تستند الماركسية على المادية الجدلية والمادية التاريخية. المادية الجدلية تقوم على أن المادة وحدها الوجود الحقيقي أما الفكر فمجرد انعكاس لحركة المادة ليس له أى وجود حقيقى. وأن حركة المادة جدلية أى عبارة عن تطور من خلال صراع المتناقضات.

أما المادية التاريخية فهي محطة تطبيق المادية الجدلية على التاريخ، ومضمونها أن البنية الفوقية (الفن والفلسفة والأخلاق والنظم السياسية) مجرد عاكس للتطور الجدلي الحادث فى البنية التحتية (أسلوب الإنتاج الذي يضم النقيضين أدوات الإنتاج وعلاقات الإنتاج). وهو ما يعبر عن نفسه فى صور صراع طبقي بين الطبقة التي تمثل أدوات الإنتاج والطبقة التي تمثل علاقات الإنتاج وهذا التطور يتم عبر أطوار هي الشيوعية البدائية فالعبودية فالإقطاع فالرأسمالية فالشيوعية العلمية وأولى مراحلها الاشتراكية.

بناءً على هذا فإن الماركسية ترى البنية الفوقية بما فيها الدولة إلى تمثل السلطة والقانون الذي يمثل السيادة إلا انعكاس للظروف المادية.

ثم ترى أنه لا توجد دولة أو قانون للشعب كله لأن مجرد وجودهما يعنى أن ثمة صراعاً طبقياً تستخدم فيه الطبقة السائدة دولتها وقانونها لفهر أعدائها وهذا أمر يصدر بالنسبة للطبقات السائدة منذ نشأت الملكية الفردية في العهد العبودى فالأقطاعى فالرأسمالى إلى مرحلة دكتاتورية البروليتاريا وعلى أن تتحقق الشيوعية. كما أن مصلحة طبقة البروليتاريا محددة موضوعياً، والذي يحددها هو الحزب الشيوعي طليعة هذه الطبقة.

الطبقة العاملة (البروليتاريا) هي التي تمتلك سلطة في المجتمع الاشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة فإنها لا بد أن تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها، لهذا يجب أن تخضع وسائل الإعلام ممثلي هذه الطبقة العاملة وهم في الأساس الحزب الشيوعي.

لقد حدد لينين اختصاصات الصحافة وأهدافها:

- زيادة نجاح واستمرارية النظام الإشتراكي.
- يكون حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال لأعضاء الحزب المتعصبين والموالين أكثر من الأعضاء المعتدلين.
- تخضع وسائل الإعلام للرقابة الصارمة.
- يجب أن تقدم وسائل الإعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقاً للمبادئ الشيوعية ووجود قوانين موضوعية تحكم التاريخ.
- إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الإعلام من أجل تطويعها لخدمة الشيوعية والاشتراكية.

النقد:

اهتمت النظرية الماركسية بالربط بين العامل الاقتصادي والحرية الإعلامية، ولكنها انتهت إلى شكل من أشكال النظرية السلطة لأنها تقوم على إدارة المجتمع ككل وبالتالي وسائل الإعلام لصالح الطبقة العاملة كما يقدره فرد أو فئة (الحزب الشيوعي)

نظريات فلسفة الإعلام وتطبيقاتها في عصر التحول الرقمي

ولكن من منطلق فلسفي مادي، وبالتالي فإن أوجه النقد التي وجهت إلى نظرية السلطة تنطبق عليها وأهمها تكريس الاستبداد.

(٥) النظرية التنموية:

نظراً لاختلاف ظروف الدول النامية التي ظهرت للوجود في منتصف القرن الماضي عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية، كان لا بد لهذه الدول من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات الغربية، ويناسب هذا النموذج أو النظرية مع الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية، فظهرت النظرية التنموية في عقد الثمانينات، وتقوم على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة "واك برايل" حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث، فهذه النظرية تخرج عن نطاق بعدي الرقابة والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية، فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث تحد من إمكانية تطبيق نظريات الإعلام التي أشرنا إليها في السابق وذلك لغياب العوامل الأساسية للاتصال كالمهارات المهنية والمواد الثقافية والجمهور المتاح.

إن المبادئ والأفكار التي تضمنت هذه النظرية تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية كما أن هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات؛ وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية حسب الظروف السائدة إلا أنها في نفس الوقت تفرض التعاون وتدعو إلى بظافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية، وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل من نظريات الإعلام الأخرى من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي.

وتخلص أفكار هذه النظرية في النقاط التالية:

- إن وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة.

- إن حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأوليات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.
- يجب أن تعطى وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة في محتوى ما تقدمه.
- أن وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافياً وسياسياً وثقافياً.
- أن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.
- إن للدولة حق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية.

النقد:

اهتمت هذه النظرية بربط الإعلام بالواقع، وبيان دور الإعلام في التحرير من التبعية وتأكيد الهوية القومية، والتأكيد على أهمية دور الدولة في العملية الإعلامية. ولكنها وبحجة الأولويات التنموية للدول النامية، مهدت الطريق للاستبداد الذي يعوق التنمية ذاتها كما اثبت واقع هذه الدول.

(٦) نظرية المشاركة الديمقراطية:

برزت هذه النظرية من واقع الخبرة العملية كاتجاه إيجابي نحو ضرورة وجود أشكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام، فالنظرية قامت كرد فعل مضاد للطابع التجاري والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة، كما أن هذه النظرية قامت رداً على مركزية مؤسسات الإذاعة العامة التي قامت على معيار المسؤولية الاجتماعية وتنتشر بشكل خاص في الدول الرأسمالية.

فالدول الأوروبية التي اختارت نظام الإذاعة العامة بديلاً عن النموذج التجاري الأمريكي كانت تتوقع قدرة الإذاعة العامة على تحسين الأوضاع الاجتماعية والممارسة

نظريات فلسفة الإعلام وتطبيقاتها في عصر التحول الرقمي

العاجلة للإعلام، ولكن الممارسة الفعلية لوسائل الإعلام أدت إلى حالة من الإحباط وخيبة الأمل بسبب التوجه الصفري لبعض منظمات الإذاعة والتلفزيون العامة واستجابتها للضغوط السياسية والاقتصادية ولمراكز القوى في المجتمع كالأحزاب السياسية ورجال المال ورجال الفكر.

ويعبر مصطلح "المشاركة الديمقراطية" عن معنى التحرر من وهم الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية والذي أصبح مسيطراً على الساحة ومتجاهلاً للأقليات والقوى الضعيفة في هذه المجتمعات، وتتطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري الذي يتسم بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة والذي فشل في توفير فرص عاجلة للأفراد والأقليات في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها.

وترى هذه النظرية أن نظرية الصحافة الحرة (نظرية الحرية) فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها، وترى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة، ومن منظور نظرية المشاركة الديمقراطية فإن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم يمنع ظهور مؤسسات إعلامية تمارس سيطرتها من مراكز قوى في المجتمع، وفشلت في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الخبرة اليومية للمواطنين أو المتلقين لوسائل الإعلام.

وهكذا فإن النقطة الأساسية في هذه النظرية تكمن في الاحتياجات والمصالح والآمال للجمهور الذي يستقبل وسائل الإعلام، وتركز النظرية على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقتهم ومجتمعهم، وترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع؛ ووسائل الإعلام التي تقوم في ظل

هذه النظرية سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع للسيطرة المباشرة من جمهورها، وتقد فرصاً للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلاً من المسيطرين عليها. وتتخلص الأفكار الأساسية لهذه النظرية في النقاط التالية:

- أن للمواطن الفرد والجماعات والأقليات حق الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها ولهم الحق كذلك في أن تخدمهم وسائل الإعلام طبقاً للاحتياجات التي يحددها.
- أن تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا ينبغي أن يكون خاضعاً للسيطرة المركزية القومية.
- أن سبب وجود وسائل الإعلام أصلاً هو لخدمة جمهورها وليس من أجل المنظمات التي تصدرها هذه الوسائل أو المهنيين العاملين بوسائل الإعلام المهنية الضخمة التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد.
- أن وسائل الإعلام صغيرة الحجم والتي تتسم بالتفاعل والمشاركة أفضل من وسائل الإعلام المهنية الضخمة التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد.
- أن الاتصال أهم من أن يترك للإعلاميين أو الصحفيين.

النقد:

أهتتم النظرية بنقد المفهوم الليبرالي للديمقراطية والحرية الإعلامية وتجاهله للأقليات ومشاكلها، ولكنها ألغت دور الدولة في إدارة العملية الإعلامية، وبهذا اتفقت مع النظرية الليبرالية التي تنتقدها.

خامساً: نظريات الإعلام في الدول النامية:

إذا كانت نظريات الإعلام الغربية قد ركزت على الحقوق والحريات والتأثيرات السياسية لوسائل الإعلام فإن النظريات التي اهتمت بتفسير واقع الأنظمة الإعلامية في دول العالم الثالث أو الدول النامية، قد ركزت على طبيعة الدور الذي ينبغي أن تسهم به وسائل الإعلام في تحقيق التنمية الشاملة والمستقلة، وتبرو في هذا الإطار نظريتان أساسيتان:

(أ) النظرية التنموية:

صحافة التنمية كما يعرفها "ليونارد سوسمان" هي تركيز الصحفيين الموضوعيين على أخبار أحدث التطورات في مجالات التنمية المختلفة، الأمر الذي يؤدي إلى نجاح التنمية الاقتصادية وتحقيق الوحدة الوطنية.

وتتطلب صحافة التنمية من الصحفي كما يقول "ناريندر أجاروالا" أن يتفحص بعين نافذة ويقيم ويكتب عن مدى ارتباط المشروع التنموي بالحاجات المحلية والقومية ويتفحص الاختلافات بين الخطة وتطبيقها، والاختلاف بين أثارها على الناس في تصريحات المسؤولين وبين أثارها الفعلية، ونلاحظ هنا التناقض بين الاستخدام الحكومي للصحافة في خدمة التنمية، وبين الدور الرقابي للصحافة في ظل السيطرة الحكومية يتراجع النقد وتحول أخبار التنمية إلى دعاية سياسية للحكومة وقياداتها.

ووفق هذه النظرية تتلخص مهام وسائل الإعلام في عملية التنمية في النقاط التالية:

١. تشكيل اتجاهات الشعب وتنمية هويته الوطنية.
٢. مساعدة المواطنين على إدراك أن الدولة قامت بالفعل على أداء التزاماتها على الوجه الأكمل.
٣. انتهاج سياسات تقررها الحكومة بهدف المساعدة في تحقيق التنمية الوظيفية.
٤. تشجيع المواطنين على الثقة بالمؤسسات والسياسات الحكومية مما يضيف الشرعية على السلطة السياسية ويدعم مركزها.
٥. الإسهام في تحقيق التكامل السياسي والاجتماعي من خلال تجنب الصراعات السياسية والاجتماعية وإحباط التفرقة والتخفيف من التناقضات في القيم والاتجاهات بين الجماعات المتباينة.
٦. المساعدة في الاستقرار والوحدة الوطنية وتغليب المصلحة الوطنية على المصلحة الذاتية.
٧. إبراز الايجابيات وتجاهل السلبيات وتقليل حجم النقد.

وبناءً على ذلك تبرز قضية سوء استخدام صحافة التنمية خاصة في إطار الاحتكار الحكومي للصحف، حيث تتحول طاقات الصحف لخدمة هدف تدعيم مركز السلطة السياسية وتصبح أهداف التنمية الوظيفية ذات أهمية ضئيلة وتتحول حرية الصحافة كما يشير "جراهام مايتون" لتبدو نوعاً من النف الفكرى في نظر المتحمسين لمفهوم صحافة التنمية، ويوضح فاروق أبو زيد أنه في الدول العبية التي ادعت ضرورة توجيه الصحافة لخدمة التنمية والقضايا القومية انتهى بها الأمر بتوظيف الصحف لتدعيم النظام السياسي الحاكم والترويج لأفكاره والدفاع عن سياساته.

وهكذا لم تلب هذه النظرية واقع الأنظمة الاتصالية في دول العالم الثالث، الأمر الذي يؤكد الضرورة إلى صياغة نظريات جديدة من إنتاج مفكري العالم الثالث بحيث تخاطب الواقع بمفهومه وتعقيداته المتشابكة.

(ب) نظرية التبعية الإعلامية:

ظهرت هذه النظرية في دول أمريكا اللاتينية، في حقبة ما بعد الاستقلال كرد فعل لإخفاق نظريات التحديث الغربية في تفسير أسباب التخلف في الدول النامية، وتتلخص في أن ما تقدمه الدول الصناعية من تكنولوجيا إعلامية وأنظمة وممارسات مهنية إعلامية للدول النامية لاستهلاكها يعمل على صنع وتعميق التبعية الإعلامية لهذه الدول وزيادة اعتمادها على الدول الصناعية المتقدمة. ويقول أهم منظري هذه النظرية "شيلر وماتلارات وبويدبارت" أن هذه التكنولوجيا والأنظمة والممارسات الإعلامية المنقولة من دول العالم المتقدم تعمل على تشويه البيانات الثقافية في دول العالم النامي، وتسهم في إحداث سلبيات عديدة مثل خلق الثقافة المهجنة، والتغريب الثقافي، والغزو الثقافي، وفي هذا الإطار جاءت جهود منظمة اتليونسكو التي أسهمت في تقديم منظور نقدي يتميز بالشمول والموضوعية في محاولة لتجاوز الرؤى الجزئية التي تسعى إلى تسييد الرؤية الغربية في الإعلام والاتصال، مما ترتب عليه تجاهل وإغفال الحقوق الاتصالية لشعوب الجنوب. ولقد حرصت لجنة "ماكبرايد" على طرح تصور شامل

نظريات فلسفة الإعلام وتطبيقاتها في عصر التحول الرقمي

يتضمن رؤية ومطالب دول الجنوب في مجال الاتصال والاعلام حيث أبرز تقريرها ضرورة المبادلة إلى تطوير المفهوم التقليدي السائد عن سياسات الاتصال والعمل على تغيير الهياكل الاتصالية السائدة والأخذ بالنظام المفتوح في الاتصال الذي يتيح اشراك الجماهير في العملية الاتصالية وتكشف لنا النظرة المتعمقة لتجارب العالم الثالث حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام بصورة خادعة ومضللة ومستهدفة في الأساس إضفاء الشرعية على السياسات الاستبدادية للسلطات الحاكمة، واعتمادها على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي تتحكم فيها الشركات متعددة الجنسيات إلى جانب القوى المحلية ذات النفوذ السياسي والاقتصادي.

نخلص مما سبق أن نظرية التبعية الاعلامية قد أعطت اهتماماً متزايداً للأبعاد الثقافية والتاريخية والدولية في تفسيرها للعلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة السياسية ودورها في إطار التبعية الإعلامية والغزو الثقافي.

إلا أنه يؤخذ عليها مبالغتها في تقدير أهمية المتغيرات الخارجية وتأثيرها في الأنظمة والسياسات الاتصالية لدول العالم الثالث، الأمر الذي يقلل كثيراً من أهمية المتغيرات الداخلية فبالرغم مما تمثله الضغوط الدولية من أهمية إلا أن صياغة السياسات الإعلامية ومسؤولية وطنية في المقام الأول ويفترض فيها أن تعكس الإرادة الشعبية وتصور الذاتية الثقافية.

وأياً كان الأمر فإن نظرية التبعية الإعلامية في حاجة إلى جهود جديدة لمراجعتها على ضوء المتغيرات الدولية التي برزت في أواخر الثمانينات ابتداءً بانهيار الشيوعية وسقوط القطبية الثنائية ومروراً بالنظام العالمي الجديد، وما سمي بعولمة الاقتصاد والسياسة، وانتهاء بالثورة التكنولوجية في عالم الاتصال، والحديث عن عولمة الثقافة وصراع الحضارات.

ويمكن تحديد الأنظمة الإعلامية السائدة في العالم الثالث على النحو التالي:

- أ. نظام إعلامي يقع تحت سيطرة الدولة في إطار التنمية والوحدة الوطنية والرقابة تكون صارمة على المضمون.
- ب. نظام إعلامي موجه من الدولة، وتكون وظيفة الصحافة الأساسية تعبئة الجماهير من أجل التنمية وتدعيم الوحدة الوطنية فتحل المسؤولية القومية محل المسؤولية الاجتماعية.
- ج. نظام إعلامي مستقل تتمتع فيه الصحافة بقدر من الحرية بعيداً عن التدخل المباشر للحكومة وتستطيع الصحافة في ظلّه أن تظهر استقلالية عنيفة في مواجهة الضغوط الحكومية.

الخاتمة:

نخلص مما سبق إلى ضرورة الأخذ بالتخطيط الإعلامي من خلال وضع نظرية إعلامية تحدد أهداف ووظائف الإعلام طبقاً لفلسفتنا وقيمنا الحضارية، واستراتيجية الإعلامية تحدد الخطة الإعلامية وأسلوب إعلامي يحدد المنهج الإعلامي، كما ينبغي أن يكون هدف الإعلام تحقيق التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة الجماعة والمصلحة الخاصة والمصلحة العامة، علاوة على تأكيد دور الدولة في إدارة الإعلام ولكن كقائمين ووكيل عن الجماعة استناداً إلى مفهوم الشورى، مع جواز الملكية الفردية لوسائل الإعلام بشرطي تقييد العملية الإعلامية بالضوابط التي جاء بها الوحي وتحقيق مصلحة الجماعة. ولا بد من تطوير وسائل الإعلام بالاستفادة من إسهامات المجتمعات المعاصرة في مجالي علم الإعلام وتكنولوجيا الإعلام والعمل على إبراز دور الإعلام في تأكيد الهوية الوطنية والقومية والدينية، وضرورة فصل الخبر (حقيقة المشكلات) عن الرأي (تقييم المشكلات واقتراح حلول لها)، فالخبر يجب أن يكون صادقاً فالحقيقة يجب أن تنشر وتذاع وتثبت كما هي بدون مسئولية ويردع الذين يكذبون، أما الرأي فهو اجتهاد صاحبه ينشر ويذاع ويبث على مسئولية صاحبه، أما كيف يتم الفصل فتلك وسائل تبحث في مكانها وزمانها.

قائمة المراجع

- (١) إبراهيم أحمد الدروي: شبكات التواصل الاجتماعي.
- (٢) إبراهيم إمام: الاعلام والاتصال بالجماهير، ط١، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٦٩.
- (٣) إيمان مواقع التواصل الاجتماعي، مقال على موقع النهار، علوم وتكنولوجيا، بتاريخ: ١٢ تموز ٢٠١٣ تم الدخول: ٢٢/١٢/٢٠١٨.
- (٤) أشرف عبد البديع عبد الكريم: مستويات العربية المعاصرة في وسائل التواصل الاجتماعي والبراق أنموذجاً. دبي، كلية الدراسات العربية والإسلامية.
- (٥) جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط٢، القاهرة. دار الفكر العربي، ١٩٧٨.
- (٦) عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، ط١، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
- (٧) عثمان الأخضر العربي: النظريات الإعلامية المعيارية ماذا بعد نظريات الصحافة الأربع، حوليات كلية الآداب، الحولية ١٦، الرسالة ١١٢، الكويت، مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت، ١٩٩٦.
- (٨) عصمت سيف الدولة، النظرية، مؤسسة ناصر، بيروت، ج٢.
- (٩) على محمد شمو، ١٩٩٧، تكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والإنترنت، جدة: الشركة السعودية للأبحاث والنشر.
- (١٠) محمود يوسف السماسيري: فلسفات الاعلام المعاصر في ضوء المنظور الكلامي، ط١، المعهد العالي للفكر الاسلامي، ٢٠٠٥.
- (11) Alln Wells: Mass- 9 communications, Award view pola Alto, California national prees books, 1974.
- (12) Dance, frank & Larson The function of Human Communication: A Theoretical Approach, 1976.
- (13) Larson, The function of Human Communication & Dance, Frank Theoretical Approach, 1976.