البحوث الإعلامية

العدد الأول
أكتوبر 1993

رئيس مجلس الإدارة: د. إ. ع. عبدالفتاح حسين السيف
رئيس النشر: د. إ. كرم شلتوت
الإعلام الأدبي
النظرية والتطبيق

الدكتور سعيد محمد السيد
كلية الإعلام - جامعة القاهرة
مقدمة:

يفتّخ الباحثون حول تحديد ووظائف وسائل الإعلام، فالبعض يرى أن الافتتاح هو الهدف الأساسي لهذه الوسائل، بينما يؤكد البعض الآخر على وظيفة الأخبار وتوصيل المعلومات. وهذا فريق ينتظر لوسائل الإعلام بوصفها القوة الرئيسية للتغيير الاجتماعي، وفريق آخر يذهب إلى أن الإعلام يقوم بتثبيت وتقديم المعطيات والاتجاهات السائدة التي تؤدي إلى الإجماع. أما تقبل الأوضاع السائدة في المقابل:

تحاول هذه الورقة الإجابة على سؤالين محددين:

أ- إلى ما مدى أثر هذه القناعات أو المواقف النظرية المختلفة على البحوث الخاصة بدور الإعلام في التنمية.

ب- إلى ما مدى أدى اختلاف مواقف الباحثين، وقناعاتهم الشخصية حول دور الاتصال، إلى زيادة معركتنا بالدور الذي يمكن أن يقوم به في دفع عملية التنمية.

قبل الدخول في التفاصيل، يجب أن نحدد مفهومنا للتنمية. فالتنمية أساسا عملية تغيير ثقافي متوازنة وسوسية تتم في اطار اجتماعي معين وترتبط بزيادة عدد المشاركين من أبناء المجتمع، في دفع هذا التغيير وتوجيهه، وكذلك الانخفاض بنتائجه. فالتنمية لا يجوز قياسها على النمو الاقتصادي وحده، ولا يجب أن تشمل بشكل عام، وعلى تغييرات متصلة في البنية الاجتماعية والاقتصادية. ولا شك أن كل عنصر من هؤلاء العناصر يؤثر على الآخر بشكل متداخل، فالتنمية الاقتصادية لا يمكن أن يتم إلا على المستوى البعيد دون تغيير في الأتياج نحو تعديل المؤسسات الاجتماعية، تلك الشيء يعمل على خدمة الآخر ويبقى إلى ذلك، يقودنا هذا إلى تحديد معنى الثقافة. وفي هذا المجال، نحن نأخذ تعريف علماء الاجتماع والأنثروبولوجيا للثقافات، بأنها طريقة الحياة الخاصة بأفراد البشر، فهنا تشمل على أفراد السلوك الكميّة المتماثل عليها التي يستخدمها كل ويتوقعون استخدامها من جانب الآخرين. والثقافة بهذا المعنى الشامل هي البنية العلوية.
للمجتمع التي تحدد أساليب الانتاج وتؤثر عليها. ولذلك فإن دراسة أشكال السلوك في المجتمعات الإنسانية والعادات والاتجاهات الفكرية وتطورها هي من بين المؤشرات التي يعتبر عليها في تحديد مسار التطور الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع الإنساني.

وبالرغم من أن الثقافة تعتبر عن الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية السائدة إلا أنها ليست انعكاساً جلياً مباشرةً، فهي "الوسيلة" الفعالة لنفس coroutine. فلا يمكن أن نصور تغييرًا يشيدًا للبيئة الاجتماعية يقوم به غير الإنسان. والإنسان لا يمكن أن ينفرد على هذا التغيير ما لم يتغير هو أولًا، تغييرًا ثقافياً بهذا المعنى الواسع، أي تغييرًا يتناول تصوراته وعلاقاته وقيمه وذكرياته. فالثقافة تلعب دورًا وظيفًا في المجتمع من أجل حمايته ودفاع عن ذاته بل وكذلك من أجل دفعه لتطوير التغيير.

دور وسائل الاتصال في التنمية:
لا يزال دور وسائل الاتصال في التنمية مثارًا للخلاف بين الباحثين. وبالرغم من أنه قد تم اكتشاف وجود معايير إرتباط بين التعرض لوسائل الاتصال من ناحية، والمتعارضات الاقتصادية الاجتماعية المرتبطة بالتنمية من ناحية أخرى، إلا أنه لم يتم وثب وجود علاقة سببية بينهما.

يُعني فيجين أن الإعلام سبب ونتيجة في نفس الوقت في عملية التحديث. إلا أن دراسته كانت موضوع التقييم. وبشكل خاص للفترة الأولى، Theoretical Statement الوضع النصي للنصوص النظرية، بذك روجرز أن دور الإعلام مساعد أو غير مباشر للمعولmes الاجتماعية الأخرى المؤدية للتنمية. هذه الصيغة أكثر دقة وأقرب للصحة، وعلى حد تعبير بلتران، فإن ما يهم بالأخص هو أن تكون الدول الأقل نمواً إلى الظروف الخاصة التي تجعل من الإعلام عنها ماككين إلى Null Position أولاً من انكار أي تأثير للإعلام، ويتراوح آخرها إلى اعتبارها مؤثراً Stimulator للتنمية. يلخص ماككين أربعة واقف للمؤاخذ حول دور الاتصال في التنمية. تبدأ

152
ال موقف المستند في هذه النصوص هو Enthusiastic Position و Pragmatic Position وأخيراً Cautious Position.

وسائل الإعلام يمكنها أن تصل إلى الجمهور بشكل غير مباشر فقط من خلال قادة الرأي أو وسطاء أخرين. وأخيراً فان الوظائف العملية ينظر إلى الاتصال الجماهيري كعملية متعددة الخطوات، متعددة الاتجاهات، وإمكانها إحداث تأثير ظاهر على المدى القريب، أو غير ظاهر على المدى البعيد.

على أن هناك اتفاقاً شبه عام على أن الاستخدام النشط للوسائل الإعلام يشكل عنصرًا هامًا من مجموعة مؤثرات تؤدي إلى الأسراع في التغيير الاجتماعي في مجال النمو المستمر فيه. تساهم وسائل الاتصال في عملية التغيير الاجتماعي في الوظائف التالية التي يمكن لهذه الوسائط القيام بها:

1- وظيفة الأخبار (News Function)
   وترزيت النظام الاجتماعي بالعلومات اللازمة لحكمها.
2- الوظيفة التعليمية (Teaching Function)
   أي مساعدة النظام الاجتماعي على نقل ونشر القيم، وعملياً ما أصبحت على هيئة الرموز ذات المعنى.
3- الوظيفة السياسية (Policy Function)
   أي المساندة في وضع السياسات وتشريع قاعدة المشاركة الشعبية في عمليات اتخاذ القرارات، على نحو ما ذهب إليه ماك نيللي.
4- وظيفة قياس رفع الصدى (Feedback Function)
   يُعنى انشاء نظام معرفة رد الفعل داخلي النظام الاجتماعي، وأيضًا بين هذا النظام والبيئة المحيطة.
5- وظيفة الترزيت (Multiplier Function)
   أي نشر نتائج المساعدة في الأجزاء الأخرى، أو من المصادر الخارجية إلى الجمهور المناسب داخل النظام الاجتماعي، كما يذكر روجرز وشومكير (Shoemaker).
6- وظيفة تحقيق المساواة (Egalitarian Function) الاجتماعية الدنيا على تفتيض الفجوة المعرفية بينهم وبين أفراد الطبقيات الأخرى، بأعمال رفع مستوى المستوى حيث أنهم أكثر من غيرهم اعتمادا على وسائل الاتصال الجماهيري، كما يقول ماك نيللي.

ويجب أن نشفي، عند هذه النقطة أن دور الإعلام يختلف باختلاف نماذج وأساليب التغير الاجتماعي الذي تأخذ به كل دولة. فاستراتيجيات التنمية ليست قاصرة بالكامل على رجال الاتصال. وكل استراتيجية التنمية هي التي تحدد استراتيجيتنا لاستخدام قنوات الاتصال ونوع الرسائل.

النموذج الأول للتنمية:

حتى وقت قريب، قاد نموذج التنمية الذي وضعه رجال الاقتصاد في الحضور، معظم الأبحاث الغربية حول علاقة الاتصال بالتنمية الوطنية. بعد هذا النموذج، التنمية بزيادة الأنتاج القومي ومورشات النمو الأخرى على المستوى الماكر الاتصال.

وفي وقت ذلك، اتسع تعرف التنمية بضم مجموعة أكبر من التغيرات الاجتماعية والثقافية. وقد أظهر ليرنر (Lerner) في دراسته الكلاسيكية مدى أهمية هذه المتغيرات. وقد استخدم في هذه الدراسة مفهوم الاتصال على أنه أداة للوصول إلى الجماهير مباشرة برسائل التحدي، وليس على أنه مجرد شيء مكمل في نظم تخصص أسايا على الاتصال شخصي. وقد أظهر أن الاتصال ياضف المراة الاجتماعية مؤديا بذلك إلى زيادة كبيرة في الأمانة والمشاركة الاجتماعية. وتم ذلك عن طريق تقديم مواقف جديدة لم يتعرض لها الجمهور الذي ينسحب بذلك خبرات جديدة لم توفر له في ظل ظروف التنمية الاجتماعية.

وقد قامت دراسات لاحقة بتأكيد هذه النتائج مع بعض التدخلات الثقافية. فقد توصل فري (Frey) إلى أن الاتصال يدعم عملية التنمية عندما يقدم بالإنسانية إلى المعلومات، مما يعني متانة للتغير. وهذا فإن تعرض الأفراد لوسائل الإعلام في حد ذاته ليس كافيا، ولكن الأمر هو المفهوم الاجتماعي الذي تنقده هذه الوسائل.
ويشكل خاص كم التغير الذي تحمله إلى جمهور معين. ويذكر فرآ أن عدم تقدير بعض الأبحاث لدور الإعلام كأداة للتنمية تقصه الأدلة الكافية، إذ يعترف هؤلاء أساسًا على نتائج البحوث الخاصة بالحملات السياسية قصيرة المدى، وأتجاهات البيع والمشاركة، وعلى تجارب الجماعات الصفراء.(8)

ويشترك بول(1) (على ليبرنر ورساك كيللاند (Pool) على ليبنر وماك كيللاند (Mc Clelland) في مساهمتهما الفارقة في النظرية الخاصة بالتأثير الإيجابي للاتصال الجماهيري على اتجاهات الأفراد، ويضيف أن ذلك يعني بأن النظرية الخاصة بأن تأثير الإعلام يتوفر على ارتباطه بالتأثير الجماعي، نظرية سطحية إلى حد كبير. وقد يكون هذا صحيحاً بالنظر إلى بعض التأثيرات المحتملة للاتصالات الجماهيرية، ولكنه لا يتم إلى النواحي الأخرى العديدة.(1)

وقد ظهرت نظرية مختلفة إلى حد ما لدور الإعلام في التنمية في بداية السبعينيات. وتضفي الأبحاث التي نبعت عن هذا الاتجاه تحت عنوان ما يعرف بانتشار المستخدمات وتؤكد هذه النماذج على عملية الانتشار الشخصي (Diffusion of Innovation وتشارب). ويمر هذا النموذج، فإن الاتصال الجماهيري هام فقط من ناحية تقديم المعلومات الخاصة بالبحث الذي يصبح موضوع اهتمام الأفراد، واحتمال قبولهم لها نتيجة الناقشات التي تثيرها بينهم.(1)

وأخير نموذج نشر المستخدمات كشيء مسلم به مجموعة المبادئ التالية التي يعتقد أنها أساسية خطط التنمية:

- اسمية اقتصاد سريع من خلال التركيز على التصنيع.
- تكنولوجيا متقدمة متاحة لا استثمار رؤوس أموال كبيرة ولعدد أقل من العمال.

أن يتم التخطيط مركزياً. يرجع هذا النموذج أسباب التخلف أساساً إلى الديموغرافيا السائدة في البلدان المختلفة). ولهذا توجهت مجهودات الأبحاث التي تبحث هذا الاتجاه إلى تحديد صفاته المثل الذين يأخذون بالبحث و مدى اختلافهم عن الآخرين. وقد

105
وجد روجرز فيما يتعلق بالسلوك الاجتماعي أن الأشخاص الذين يبقون في الأخذ بالتحديث ينتمون باستخدام أقدر الاتصالات الإعلامية، وأنصرافهم عن الاعتماد على قنوات الاتصال المباشرة. (11)

أما بالنسبة للادوار السكولولوجية لقرار الأفراد ذوي التأثير في مجتمعاتهم، فذكر أن الاتصال الجماعي مؤثر بشكل خاص، وينظر لينبرجر بناءً على تجربة Roge... Awareness Stage، أما في الدور الأخير في الأخذ الفعلي بالتحديث، فيبدو أن الاتصال الشخصي مع القرأن هو العامل الحاسم. (12)

وقد أكدت هذه النتائج دارسًا على علم الاجتماع الحضري مثل كاتز وفان فلد وكلاير وباكر، وقد وجد أن الاتصال الجماعي ليس له تأثير يذكر في تغيير الاتجاهات. أما عندما يحدث هذا التغيير، فإنه يتسبب في التأثير على الأغلب في الاتصالات على مشرباتين، ومن خلال الإعلام إلى قنوات الإعلام إلى العامة، ومن هؤلاء إلى الجمهور العام من خلال قنوات الاتصالات الشخصية.

وإلا أن معظم الباحثين يرون أن هذه الجديدة انتشرت باستمرار واسعة خلال فترة من الفترات، إلا أن معظم الدراسات المرتبطة أن الاتصال على مشربات لا ينجح في كل الظروف أو كل الأوقات. ويقول روجرز أن هذه النتائج مجرد تعبير عن عجز وسائل الإعلام في الوصول إلى الجمهور سواء بسبب التغطية الجغرافية غير الكافية، أو نوعية الرسائل التي تحملها، أو كليهما معا.

وبالرغم من ذلك، فهذه النتائج على الاتصال الشخصي، إلا أنه يطلق أهمية خاصة على وسائل الإعلام والاتصالات المحلية بشكل خاص، وسبيل وسيلة لنقل المعلومات لقيادة الزائرين.
يذكر كيرل أن النماذج المذكورة مثل نموذج البرامج المتعددة النواحي أو Package Programs المتكاملة والوسائل والاستغلالات الخاصة للزراعة في الحصول على المعلومات التي تهمهم. ويتضح أن الفشل المستمر للعديد من برامج التنمية، فقد أعيد تقييم دور وسائل الإعلام في عملية التنمية، وقد تركز النقد في الأوجه التالية.

1- توفير وسائل الاتصال الجماهيرية. فقد وجد أن هذه الوسائل تركز بالخصوص في المدن والمناطق الحضرية. نادرًا ما تصل إلى أهلية الروف، وجود أكثر الناس احتجاجًا للرسائل. فرد أن 85% من توزيع الصحف يتم في المدن. وأن أشارات التلفزيون قاصرة في معظم الوقت على المناطق الحضرية. بل أن هذا يمتد إلى الريف، حيث لا تتفاوت أشارات بعض المناطق الريفية والنائية في العديد من بلدان العالم.

2- الامتيازات الحصول على خدمات وسائل الاتصال. والمثال الواضح على ذلك أمريكا اللاتينية حيث نجد أن نزاع وسائل الاتصال ليس فقط العناصر الواضحة للتكامل الاجتماعي الاقتصادي الصادق في هذا المنطقة. نذكر ممارسة الدخل والتعليم والمراكز الاجتماعية كلاً. ونحتاج إلى أمتيازات الحصول على وسائل وسائل الاتصال، وهي نفس الوقت، فإن أمتيازات حصول الغالبة العظمى من السكان - الطبقات الدنيا في المدن والريف - على وسائل الاتصال أقل، إذ يتقطع نفس مستوى أمتيازات حصولهم على الغذاء الجيد والمسكن المناسب والتعليم الجيد. أن حصول سكان الريف على خدمات وسائل الاتصال منخفض إلى الحد الذي يمكن أن نقول أن معظم الفلاحين يتنمو خارج النظام الاتصالي.

3- مضمون وسائل الإعلام. تقسم هذه الوسائل على خدمة سكان المدن أساساً.

وأذكر ان هناك حجم متزايد من النقاد الذين يكتبون عن الفلاحين. فقد وجد أن الفلاحة التي تساهم به وسائل الإعلام في التنمية يعود ل押しئها رسائل عامة لا تحتوي على معلومات متعلقة بالمستحギャات أو كيفية استخدامها. وقد أثبت تحليل موضعين بعض صحف أمريكا اللاتينية أن معظم الأخبار الزراعية بها كانت خاصة بأنشطة كبار الملاك. والقليل الباقى عن صغار المزارعين.
1- كود وسائل الاتصال. نتيجة لتوجه الاتصال الجماعي نحو سكان المدن، فإن الكود الذي تستخدمه هو الخاص بهؤلاء السكان. وهكذا فإن تجاهل الفلاحين ليس قاصراً على المضمنين فقط ولكن حتى تلك الرسائل القليلة الموجودة لهم الصعبة للفهم عليهم.

وعلينا أن نبدأ الباحثون في أمريكا اللاتينية والبلدان الأخرى الأقل منهم بمتابعة النموذج الأمريكي الذي قامت على أساسه الابحاث في هذه المناطق. يلخص اوجه النقد الموجهة لهذه الابحاث في النقاط التالية:

1- تصنف أبحاث الاتصال الأمريكية باهتمامها الأول بتأثير الإعلام على الجمهور التي ينظر إليها كمستهلك محتمل.
2- نقل هذا النوع من الابحاث مركز الثقل بعيدا عن وسائل (الاداة) إلى الجمهور (الموضوع) حيث أن الاهتمام الأول لها يتركز في اكتشاف دوافع الجمهور حتى يصبح فرصة سهلة للاقتصاد السياسي والتجار.
3- يحدد منهج البحث المستخدم من إمكانية فهم النظام الاجتماعي الذي يعمل وسائل الاتصال من خلاله. ويبين تحليل هذه المناهج تجربته الواضحة لاستمرار الوضع القائم حيث تقدم تبريرات وظيفية له ولا تثبت عن آمن وجود نظام يدلي.

ويتهى الشكر إلى أن الابحاث الاجتماعية الخاصة بوسائل الاتصال تصبح بهذا أداة لتفعيل المبادئ التي تقوم عليها العلاقات الاجتماعية. وهي بذلك تستند إلى فكرة تطور تطور اهمية وسائل الإعلام التي يشغلها القائم بالاتصال في تركيب القوى الاجتماعية. وهكذا فإن الباحثين من هذا النوع أصبحوا أدوات موجهة لتقوية ميكانيزم السيطرة الاجتماعية.

19) ومن أعبق الانتقادات التي وجهت للاتصالات الجماعية تلك التي وجهها بولفرير (Paulo Freire) الذي وصف نظام الاتصال والتعليم القائمين بأنهما أدوات للسيطرة على الجمهور. وقد أشار إلى أن مجرد نقل المعارف من مصدر ذي سطاء ومرتبة إلى مستقبل سليما لا يمكن أن يؤدي إلى تشجيع النمو الشخصي للآخرين مما يجعلهم عاجزين عن المشاركة في بناء مجتمعاتهم أو التأثير عليها. (20)
فمن الملاحظ أيضاً أن وسائل الاتصال تلعب في العادة في مناصرة السلطة القائمة.
وعليه فأنه من النادر أن يتم تصميم محتوى هذه الوسائل بحيث يؤدي إلى تعديل البناء الاجتماعي القائم. فهي عادة ما تكون مفهومة للتأثير التدريجي بحيث يتم مثل هذا التغيير في إطار البناء الاجتماعي القائم، عضوياً في محاولة إزالة المصوثات التي يفرضها مثل هذا البناء على عملية التنمية.

وإذا كانت وجهة النظر هذه صحيحة، فإن ذلك أن دور وسائل الاتصال رأسى، يوجد ويدفع إلى المناورة وتهيئات واجبات نحو محاولة. وهذا التوجه نتيجة متعلقة للنظرة إلى التنمية التي تؤكد على التحديد، والتي تعني أن الاتصال الجماهيري يجب أن يتم تشجيع قيم ومؤسسات وأنظمة كاذبة. حليمة على ثقافات البلدان الأقل مواشيًا. على أي حال، فإن النظرية للاتصال كأداة للإنسان يمكن أن توضع في إطار أشمل. يقول دار بوردينيف :  

Diaz-Bordenave (لاستكشاف) : manipulate

ولكن التغيير، نحن نحتاج أن نكون غير ذلك. آخر مرة أخرى، نحن نحتاج أن نكون في عمل أو مساعي للتأثير. بينما تقوم بإعلام الاتصال، فاننا نريد أن جمهورنا أن يفهم أن بعض التغييرات التي تقدمها له صحيحة وأن الأخرى ليست كذلك، كما نراه نحن. نحن نحتاج لتناول. نحن نحتاج لتفاوض. إن الذي يقول أنه لا يقصد من المناورة أو الاتهام أو أحداث تعديل لدى الجمهور، إلا أنه يحاول اختفاء قضايا الأشخاص، أو أن يظهر عدم وعيه طبيعي الاتصالية.

وهناك بعض الناس يعتقد استخدام النماذج غير المناسبة التي لا يتم التحقق من جدواها، والتي تسبب تشويش الأدراك حول دور الاتصال وعلاقته بالنظام الاجتماعي والسكوكية، يشيد فيستهارون. وهو يرى أنه من غير مماثل للمجاهدالتتحدث عن نظرية منفصلة خاصة بالاتصال، لأن هذا ان ننظر إلى الاتصال على أنه نظام فرعي من النظام الاجتماعي الأشمل.

وهكذا فإن دراسة الاتصال يجب أن يتم من خلال نظرية عامة للتفاعل الاجتماعي، حيث يجب أن يعالج الاتصال كعملية تكشف الواقع وتحوله في ذهن كل من المرسل والمستقبل. وتكون هذه النظرية على مراحل الدراسات التجريبية التي أظهرت أنه
لا يمكن فصل عملية الاتصال وتنبئ التكنولوجيا الجديدة عن العوامل المحددة للنظم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. يقول فلستهارون:

قد نتجت من افتراضين مترابطين:

1- أن المشكلة النظرية:
2- أن الاتصال مجرد نبادل للمعلومات بين الأشخاص.

والثاني هو أن الاتصال يلعب دوراً أساسياً في التغير على التغير الاجتماعي والسلوكى بادأ اختيار مناسب لملحى هذا الافتراض سواء في البلدان النامية أو غيرها. ويسكان أن تكون فكرة استقلالية الاتصال مقترنة جزئياً بالتأثير السائد على أهمية التكنولوجيا والمعلومات الخاصة بها لأغراض التنمية، ولكنها مشكلة تتعلق بشكل خاص بنظرية الاتصال نفسها.

24)

إن الافتراض القائل بأن الاتصال بسبب تغيير في نظرك الاجتماعية والسلوكية:

قد شعر العديد من المشاركين على محاولة البحث عن تأثيرات الاتصال وتحليلها.

كان الباحثون يهدفون إلى التوصل إلى المراقبة النتائج من طريق تحليل عوامل الاتصال،

ولكن ذلك لم يؤدي إلى نتائج قاطعة. وقد أصح هذا الافتراض سناً، وبدلاً من صرف الانتباه على ضرورة إيجاد صيغة جديدة لحل مشكلات الاتصال في ظروف التغيير الاجتماعي والتنمية.

وتؤكد الخبراء من واقع حالات فعلية الحاجة لبحث العلاقة بين الاتصال والمعنى والمعلومات الاجتماعية والسياسية، أن الاتصال كمتغير مشقات أو وسيلة يقبل من امكانيات مراقبة التفاعلات المختلفة داخل النظام الاجتماعي.

وتلخص ما سبق، فإن هذا النقد قد أشار إلى خطأ الافتراضات حول دور الاتصال في التنمية حيث كان البعض ينظر إلى الإعلام كمساعد وسيلة للنقل المعلومات،

وآخرين على أنه أداة مؤثرة للانفتاح.

النموذج الثاني للتنمية:

ظهر في منتصف السبعينات نموذج جديد لتكوينه يلزم الاتصال فيه بدور مختلف.

أهم سمات هذا النموذج تلخص في التنمية الذاتية أو المحلية. يعني ذلك تفاعل ذو
الجوانب بين المشتركون في عملية الاتصال، بحيث أن الفروق بين المرسل والمستقبل تخفف تماماً.

وتوجد الإشارة هنا إلى أن مفهوم "نطاق المجتمعات المحلية" لم يكن ابتدأنا جديداً، ولكن نشل خلق التنبؤ الذي أتى من النموذج السابق مثل الثورة الحضرية، "Green Revolution"، حيث أدت إلى إعادة التفكير في استراتيجيات التنمية.

ويقصد بهذا المفهوم "الهندسة" تغيرات اقتصادية واجتماعية وثقافية مقصودة على طريق الاستفادة بالملكات والمرافق الموجودة بالمجتمع والاعتماد على الجهود المحلية والتعاون بينها وبين الجهات الحكومية في تنفيذ البرامج الموجهة نحو تحسين الأحوال المعيشية للأفراد، على أن يأتي هذا التعاون نتيجة فهم واقعته لا نتيجة فرضه والتزام.

ولتحديد مفهوم التنمية المجتمع، وتأكيد عنصر المجلة في إعلان الأمم المتحدة في عام 1957، ووضع تعريفاتها آخرين في سنة 1967، يشير التعريف الأول إلى أن التنمية المجتمع هي "عملية الركود لتقدم المجتمع كله" اجتماعياً واقتصادياً، والمعتمد بأكبر قدر ممكن على مبادرة المجتمع المحلي، وإشراكه أما التعرف الثاني فيشير إلى أن التنمية المجتمع هي العملية التي تستهدف الرهاب بين الجهود الأهلية، وجهود السلطات الحكومية لتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات المحلية، وتكامل هذه المجتمعات في حياة الأمم والشعوب، وتمكينها من الأسلوب الفعال في التقدم القومي.

وهذا المفهوم، فإنه يعتقد أن المستويات المحلية تأخذ على عاتقها المسؤوليات التالية:
1. تقرير نوع التنمية التي تحتاجها مجتمعهم المحلي.
2. وضع الخطط المناسبة لتحقيق هذه الأهداف.
3. الحصول على المساعدات الضرورية المالية كانت أو من الهيكل، على أن يتم ذلك بعد أن يستفيد المجتمع المحلي إمكانية توفيرها بالجهد الذاتي.
4. أن يتحمل المجتمع المحلية مستملاً تنفيذ هذه الخطط.
ذلك أن المشكلة الحقيقية التي تواجه عملات التنمية في المجتمعات التقليدية هي ضعف استجابة هذه المجتمعات لها. فمجدود تراكبها الاجتماعية والاستعمارية يقف عقبة صعبة أمام التجديدات والتغييرات المفروضة التي تستناد في كثير من الأحيان قبدهم وتعلقهم الراسخة. وعن طريق إشراك أعضاء المجتمع المحلي في عمليات التنمية التي هي في الواقع عمليات تغيير ثقافي، يمكن الوصول إلى عدة أهداف منها:

- إقناعهم بالتغيير. وذلك أن قبولهم الاشتراك في العمل يتضمن الاقتناع به، ومن ثم تكون الفرصة أكبر في نجاح البرامج واستمرارها.

- وكتيجة لذلك يتحقق تغيير أنجاههم نحو المشروعات الجديدة ويبنيونها. وهذا التغيير يحدث دون استكراه، إذ يولد تلقائيا من مجرد مشاركتهم في البرامج الجديدة، فتنتجونه لاحقا من ذلك وعود الفعل الضارة الاجتماعية. كذلك يسخر المجتمع من الاستفادة والانحرافات التي يجلبها الأفكار على تغيير النمط الحضاري التقليدي دون تهيئة

سابقة (21)

بفطير دور الدوائر الحكومية في الاستجابة لاحتياجات المجتمع المحلية وليس التخطيط للعمليات التفاعلية والقيام بها. ويصبح دور الأشخاص الجديد تزيد المجتمعات المحلية بالمنظمات التفاعلية باحتياجاتهم الخاصة. وهكذا يصبح دور الإعلام أكثر فاعلية من الفهم الأسبق حيث كان وسائل الإعلام تقدم لسكان المحليات مشكلاتهم وتقديم باقائهم باستعداد خط معين من الأنشطة خلف هذه المشكلات، وعادة ما كان ذلك يتضمن درجة كبيرة من الاعتماد على الحكومة

احد عشر مهمة محددة للإعلام يعتقد Diaz Bordenave أن هي ضرورية لإجهاج برامج التنمية:

1- رفع مستوى الوعي عند القادة
2- تدريب المزارعين على مهارات الاتصال
3- إيجاد وسائل لقياس رد فعل الجمهور من خلال وسائل الاتصال
4- التعليم الجمعي

Mass Education
5 - تنظيم جماعات الضغط الريفية.
6 - اشتراع وسائل الاتصال فعلياً في وضع خطط التنمية.
7 - تطوير المؤسسات المحلية والتعاون بين بعضها البعض.
8 - نقل التكنولوجيا وتنميّة نتائج الابحاث.
9 - تنظيم المعلومات وتوزيعها.
10 - التدريب الفني لنقلاً سلّم.
11 - تزويد المزارعين بمعلومات كافية عن تنظيم الأسرة.

يقترح فريير أن تكون وسائل الاتصال من تقديم كل أنواع المعلومات Pedagogy of the Banking Education Oppressed الذي يتركز على المبادئ التالية:

1 - اللغة في قدرة الشعب على التعليم، وعلي التغيير، وعلى تحرير نفسه من الجهل والفقر والاستغلال.
2 - اتصال المزارعينائعهم وواقعهم الخاص ومشكلات، وتحليل القيود التي يفرضها عليهم البنية الاجتماعية والأيديولوجيا الرسمية.
3 - إلغاء الفضائح بين الفائزين بالتعليم والمتعلمين باعتبار أن كل فريق يتعلم من الفريق الآخر.
4 - التبادل الحر للأراء وجهات النظر ومناقشة.
5 - المشاركة في العمل على التحرر من كافة القيود.

وقد تحققوا في المصالحات ولكنها تدور حول نساء المبادئ. وفي ظل هذا كله، يبدو أن الضروري ليست سلسلة اتصال محلية قوية مثل الصحف المحلية ومطبوعات الهيئات الريفية، ومكتبات الراديو المحلية وما شابهها. «هذة الوسائل كلها ضرورية إذا كان من البرامج التنظيمية أن تدفع المجتمعات المحلية إلى أقصى مشاركة. وهذا حتى تحقيق اللامركزية في الاتصالات أمر ضروري للغاية. وبالرغم من أن
هذه اللامركزية جغرافية بالدرجة الأولى، إلا أنه يقصد بها توسيع إمكانات الاتصال للقطاعات المحرمة اقتصادياً واجتماعياً.

على أن تحقيق هذه الاستراتيجية تواجه بصعوبات عديدة منها على حد قول كيرل أن القرارات الخاصة بتوزيع الموارد الإنسانية وغيرها يتم على أسس تحقيق أهداف قومية غالباً ما تعتبر في بعض حالات عقبات يجب إزالتها.

من الواضح أن مبادئ التنمية الجديدة ينظر إليها في المجتمعات الأقل نمواً Multi-directional ومتنوعة الأتجهات Multi-step على أنها عملية متعددة الخطوات وأن تنفيذ المحتملين يمكن أن يكون قريب المدى أو بعيد المدى. يؤخذ هذا في الاعتبار اختلافات الاجتماعية وتتنوع وسائل الاتصال، اختلاف المواقف الاجتماعية، مدى ملاءمة الرسائل، بناء القوى الاجتماعية، اختلاف ادراك الأفراد.

استراتيجيات الاتصال.

يتضح من العرض السابق أن هناك ثلاثة استراتيجيات اتصالية للتأثير الاجتماعي

أولاً: استراتيجية تنادي بالاعتماد على الاتصال الشخصي

وهذه تقوم على أساس أن هذا النوع من الاتصال وحده يمكن أن يؤدي إلى تغيير سلوك الأفراد. يقف مؤذن هذا الأتجه من الاتصال الجماعي موقعًا سليماً أشارنا إليه في بداية هذه الورقة.

 משתم nhiễmين بالتشديد

ويكتفي المسؤولون عن التنمية الذين يمتنعون هذه النظرة، بإرسال نظرياتهم للقائمين بالتشديد في المنطقة بغرض تنفيذ برامج التنمية من خلال قنوات الاتصال الشخصي. 

و يقول بوب أن بعض المسؤولين في الدول النامية يكونون على أن الإعلام الجماعي معنى أفراد Manpool يمكن أن يعجل التقدم القومي بتوجيه اتباع الجمهور نحو قضايا سياسية واجتماعية

رخالية.
وهناك بعض الباحثين الذين يستهتزون بدور الاتصال الجماهيري في التنمية، إذ يعتقدون أن التغيير يجب أن يبدأ أولاً ثم يأتي دور الاتصال الجماهيري في مساعدة الفرد على التكيف مع البيئة الجديدة. ف🌟مراجع 2.1 nuestro جروينغ أن الإعلام يساعد في عملية التنمية ولكنه لا يمكن أن يبدأها.🌟 وتخلص نظره في أنه لا يمكن مناقشة التنمية والإعلام كشيئين مستقلين. وهذا لا يعني أنه ليس للإعلام أي دور في التنمية، ف🌟مراجع 2.2 شرام� أن الاستراتيجيات الأساسية للإعلام الإنتاجي ليست استراتيجية إعلامية فقط ولكنها استراتيجية تحليلية اجتماعية كذلك تمتد جذورها في طبيعة المجتمع.

иصفة عامة، يمكن تقسيم أصحاب هذا الاتجاه إلى المجموعات التالية:
- الشموليين الذين يفترضون أن وسائل الإعلام يمكن أن يكون لها تأثير معاكس، حيث أنها تعطي أفراد الجمهور معلومات أكثر مما يجب عن الأحوال الجارية في العالم. فالشبكة المستنير أصعب قيادة ويمكن أن يعج بتفاوت القانون والتنظيم العام.
- الحنيفين الإقتصاديين الذين يؤمنون بأن البنية الاقتصادية هو الذي يحدد التغييرات الاجتماعية الأخرى.

- التقليديون الذين يرون أن إعلام الجمهور على بعض المسائل مثل التصدير النسل غير مربح فيه.

من الواضح أن في هذه النظرية للإعلام الجماهيري تبسيط للأمور أكثر مما محتمل، وأنها تميل إلى مساحة الأوضاع القائمة كما أنها تحوم الجمهور من الميزات. يقترحها Schramm and وروبرتس أن أخذ الأدنى لساحة الإعلام في عملية التغيير. يقول شرام وروبرتس أن أخذ الأدنى لساحة الإعلام في عملية التنمية يمثل في هذا:
- تقديم معلومات عن ضرورة التغيير.
- تهيئة قبول عام للتغيير المطلوب.
- المساهمة في تعلم المهارات اللازمة لهذا التغيير.🌟🌟🌟

أخيراً، فإن هذه النظرية لا تنتمي مع تأثير البحوث الكمية التي تؤكد باستمرار...
على وجود علاقة بين الإعلام الأدائي وعدد كبير من التغييرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

ثانياً: استراتيجية تستخدم الإعلام للموصل إلى قادة الرأي.

يتبع مؤيد هذه الاستراتيجية موقفاً وسطاً يرفض نقاطين: الأول، القاضي بأنه ليس للإعلام أي أثر في التغيير الاجتماعي. والثاني أن الإعلام تأثيراً شائعاً مشابه Hypodermic Needle تأثير الرصاصة مثل فكرة الإبرة تحت الجلد التي انتشرت بعد الحرب العالمية الثانية. وهي تنظر إلى الجمهور كمجموعة Autonomous من الأفراد المنفردين، مستقلين عن بعضهم البعض والذين لا يكونون وسيلة للدفاع بكلمات أخرى، فإن مؤيد الوقفة الحذرة يعتقدون في نموذج التأثير الساطع Trickle Down، يعني أن وسائل الإعلام تؤثر على قادة الرأي الذين يؤيدون بدورهم على اتباعهم و他们在هم والأفراد Opinion Leaders الآخرين في المجتمع على اعتقال هذه الآراء.

ويستند التأسيس النظري لهذا الموضوع إلى فكرة التدفق على مسلحين التي ظهرت نتيجة لدراسة كايت ويلز فوبيلد Katz and Lazarsfeld 1940. وتتخصف الفكرة في نشر وسائل الإعلام للمعلومات لقادة الرأي الذين لا تكون وسائل الإعلام قد أثرت فيها مباشرة، وقد قدمت بحترامها في موضع سابق.

وقد قام عدد من الباحثين بتكييف هذه الفكرة وتطبيقها في نشر المعلومات في عدد من البلدان الأقل نمواً وخاصة روزجرز Diffusion of Innovations في بعض المناطق. وينصح هذا الاتجاه أن وسائل الإعلام الجماهيري لا يمكنها أن تنافس الاتصال الشخصي بالنسبة للذين لا يتعرضون بستمرار لوسائل الإعلام.

وهناك أشكال مختلفة لهذه الفكرة قدمها باحثون آخرون مثل ماك نيللي Mc Nelly الذي يقترح أنه يمكن تفضيل وسائل الإعلام لنقل المعلومات العامة Chaffee ويشير إلى أشكال مختلفة. 

136
غير التخصصية، ولكن الاتصال الشخصي أكثر ارتباطا بالمعلومات ذات الطبيعة الشخصية، كما أنه العامل المؤثر عند اتخاذ القرار. وقد أشارنا إلى ما توصل إليه روجرز أن وسائل الإعلام تلعب دورا حاسما في مرحلة الوعي.

أي عندما يتعرض الفرد لأحد المستحاثات ولكن ينقصه معلومات كاملا عنه، والواقع أن دراسات شيفي، وماكنتلي، وروجرز، بين دراسات أخرى قد بعدت كثيرا عن الفكرة الأصلية لنقل المعلومات على مرحلتين. وهكذا يبدو أن هذه الفكرة قد انتهت بحيث لا تصلح كأساس لاستراتيجية تستخدم الإعلام في التنمية.

ثالثا: استراتيجية تعني باستخدام وسائل الإعلام لنقل رسائل إلى الجمهور مباشرة بحيث يتم تشكيل هذه الرسائل لتنفي باختپاجات هذه الجمهور واهتماماتهم، وليس احتياجات واهتمامات الطبقة الاقتصادية والاجتماعية العليا. ويمكن لوسائل الاتصال بهذه الطريقة أن تؤدي إلى تضييق الفجوة المعنية بين من يملك ومن لا يملك.

ويتين أصحاب هذا الاتجاه موقفا عمليا يقوم على الأسس التالية: 

1- أن وسائل الإعلام غير قادرة في العادة على تغيير الاتجاهات التي تتميز بالثبات.

2- ولكن وسائل الإعلام قادرة على أن توجه الاتجاهات الأقل ثباتا إلى مسارات مختلفة.

3- يمكن لوسائل الإعلام أن تؤثر على الاتجاهات التي لم تستقر بعد أو التي لم تأخذ صفة الثبات، وخاصة في المواقف التي تكون المعلومات فيها جديدة ولم تكن الآراء قد تكمن نواها بعد.

4- الاتصال الشخصي هام في اقناع الأفراد بتوجيه الأفكار والمعادنات الجديدة. وتبينها. والاحتمال الأكثر أن يستمر هؤلاء الأفراد في استخدام المستحاثات إذا ما اشتركون في عملية اتخاذ القرار في وضع برامج التنمية وتناول عنصرها.

5- يمكن لوسائل الإعلام أن تلزم الجمهور بالمعلومات وأن تساعده في وضع الأولويات، وتوضيح القضايا، وتثبت القيم، وتؤثر قنوات لمعرفة رد الفعل.

117
6- ملاءمة الرسائل للملتقيين أهم من توفير وسائل الاتصال.
7- العوامل الاجتماعية المتعلقة بالمواقف تحدد شكل الرسالة، وحجمها، وفاعلية الفنانة، ونوع التأثير المحتمل. (37)

كما يجب وضع مفاهيم ملاءمة ومستويات توزيع المعلومات Relevance Stratification الأولية في أي استراتيجية لاستخدام الإعلام في التغيير الاجتماعي.

يتعرف هذا الاتجاه، كما هو واضح، بأن الإعلام في الدول النامية عملية متعددة الخطوات والانجادات والتآثرات، وترجع أصول هذا التفكير سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية إلى دراسات مكتب كولومبيا للأبحاث التطبيقية الذي قام بتطوير مэффект التدفق على مرحلتين إلى مفهوم متعدد المراحل للتدفق، وتأخذ المبادئ الأساسية لهذا الاتجاه في الاعتبار، بناء القوة في المجتمع، والاختلافات الاجتماعية ومتغيرات الموقع، ومدى توفر وسائل الاتصال، ومدى ملاءمة الرسائل، كما أشار Khan إلى ضرورة اتصال الرسائل باللمات التالية حتى تكون فعالة:

1- القدرة على فهم الجمهور للمحتوى.
2- أن تكون المعلومات التي تقدمها مكتملة.
3- كما يجب أن تكون هذه المعلومات محددة.
4- ضرورة أن يتم تقديمها في الوقت المناسب.
5- أن يكون في قدرة الملتقيين تطبيق هذه المعلومات.
6- ويتم ذلك إذا كانت هذه المعلومات ذات قناعة مباشرة.
7- ويكون لدى الملتقيين الرغبة في استخدام هذه المعلومات.
8- وأخيراً أن يكون هناك ندر كسر من التكيف بين الرسالة ومتغيرات الموقع الذي يجيه بالجمهور المستهدف. (37)

كما كانت الرسائل ملائمة كما كان في أمكنها تضيض الفجوة المعرفية بين القراء والأغنياء، لأن أفراد الطبقة الاجتماعية السفلى يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر
الخلاصة:

ان تعدّ جوانب موضوع الإعلام الإغاثي لا ينفي إمكانية التوصل إلى صيغ معينة لتحقيق الفاعلية المطلوبة له. وتلتزم الدروس المستفادة من الدراسات النظرية والتطبيقية فيما يلي:

1. أن استراتيجية التنمية نفسها هي التي تحدد أسلوب استخدام وسائل الإعلام.
2. أن العنصر المشترك لنجاح خطط التنمية أو نجاح وسائل الاتصال هو المشاركة الشعبية سواء في وضع الخطط أو تطبيقها.
3. لابد أن يتم التعاون والتنسيق بين الأجهزة الحكومية التي يتعالى عمها بالتنمية مع أجهزة الاتصال الجماهيري من خلال مجموعة واضحة وثابتة من الإجراءات والتنظيمات.
4. أن مسؤولية التغيير لا تقع على عاتق وسائل الإعلام وحدها، فهناك المؤسسات والأجهزة الثقافية والتعليمية القادرة، وهناك المنظمات الاجتماعية والدينية كالمدرسة والمسجد، الأمر الذي يحتوي ضرورة التنسيق بين هذه المؤسسات والأجهزة بحيث تسير كلها في اتجاه متماسك.
5. أن عملية التغيير لا يمكن أن تنتمي من خلال المؤسسات الجماهيرية وحدها، بل لابد أن تنتمي من داخل الفرد والجماعة، ففيها تتخذ القرار بالتغيير فيما بينهما.
6. ومن هنا لابد من وضع خطة اتصالية متكاملة بين أجهزة الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي.

پیشنهاد هدف هذه الأهداف أن تحول الأفكار إلى اتصالات أقصى لنقل خبرات وتجارب الجماعات الاجتماعية المختلفة إلى بعضها البعض. وتشجيع الاتصال بالاجتماع، بالإضافة إلى كونها أداة تغيير، وأجيلها الأدلة في تحقيق التواصل الاجتماعي.


Ibid


Ibid.


