

التنمية الإعلامية في العالم الثالث في منظور "ولبور شرام": مقارنة وظيفية نقدية

د. مرزوقي بدرالدين

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية

merzouguibadr.31000@gmail.com

ملخص:

لقد جاءت دراسة "ولبور شرام"، خبير اليونسكو، (الموصى به من قبل الإدارة الأمريكية) عام 1964 بعنوان "وسائل الإعلام الجماهيرية والتنمية الوطنية" وغيرها من المقاربات السوسيواتصالية ليس كمجرد حصيلة لما سبق وإنما كمقاربة تحليلية نقدية تؤسس لرؤية منهجية متميزة في مجال التنمية الإعلامية في بلدان اصطلح على تسميتها في الأدبيات الغربية بـ"العالم الثالث". لكن رغم ذلك تعرض خبير التنمية الإعلامية ولبور شرام هو بدوره لانتقادات علمية ومنهجية انطلاقا من نقد الاقتصاد السياسي للرأسمالية الليبرالية كأيديولوجية اعتمدها هذا الخبير الأمريكي من جهة ، ونقد في الوقت ذاته، الطابع الأسطوري المراد إشاعته من قبل تلاميذ "مارشال ماك لوهان" حول فعالية التكنولوجيا الحديثة للاتصال.

الكلمات المفتاحية:

التنمية، التنمية الإعلامية، الثقافة التقليدية، الإطار الدلالي، الإيديولوجيا الرأسمالية.

تمهيد:

لقد بدأ الاهتمام بدور وسائل الاتصال في التنمية أو ما يسمى بالتنمية الإعلامية من قبل الدول العربية والإسلامية في بلدان "العالم الثالث" عام 1958 حيث كان هذا المشروع الإعلامي يتحرك بطلب الأمم المتحدة ومن خلال إشراف منظمة اليونسكو (L'UNESCO). كان يهدف البرنامج العلمي والتقني للمنظمة إلى تقوية وتعزيز مكانة الصحافة والإذاعة والراديو والفيديو والفيلم الوثائقي والتلفزيون والسينما في إطار مشاريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية عبر مسح شامل لنظم الإعلام والاتصال لمختلف بلدان العالم الثالث.

بعد سلسلة من الاجتماعات الرسمية وغير الرسمية جمعت خبراء غربيين بممثلين من آسيا وأمريكا اللاتينية وإفريقيا، اتفق المشاركون على ضرورة إجراء تقييم شامل للوضع الإعلامية في بلدان العالم الثالث مدتها أربع سنوات (1960-1964). كشفت هذه العملية الإجرائية عن نقص فادح متفاوت كما وكيفا سواء على مستوى التجهيز أو أداء المؤسسات أو على مستوى حقوق الأفراد والجماعات الاجتماعية في الإعلام داخل هذه البلدان. وفي نهاية عام 1962، استنادا إلى التقرير المسحي المذكور وبإيعاز من دوائر أمريكية متنفذة، وقع اختيار اليونسكو على الخبير الأمريكي الشهير ولبو شرام (W.C.SCHRAMM) (1907 - 1987) بأن يقوم بتطوير برنامج شامل من أجل تنمية وسائل الاتصال الجماهيرية في هذه البلدان، فهو جدير بالاطلاع بهذه المهمة الصعبة باعتباره تقلد مناصب جامعية وحكومية في العديد من الحكومات داخل وخارج الولايات المتحدة الأمريكية منها مديرا لمعهد بحوث الإعلام بجامعة ستانفورد (STANFORD UNIVERSITY) العريقة ومستشار إعلامي دولي لعدة حكومات عالمية على سبيل المثال لا الحصر¹. أنجز ولبور شرام دراسته الاستقصائية خلال أربع سنوات (1962-1966) ونشرتها منظمة اليونسكو في كتاب بعنوان "الإعلام والتنمية الوطنية" ترجم إلى عدة لغات في الوقت الذي أثار جدلا واسعا في العلوم الإنسانية والاجتماعية لأزلنا نلمس آثاره لحد الساعة. إذن ما هي معالم هذه النظرية النموذجية في حقل التنمية الإعلامية، وماهي بعض أبرز حدودها الاستيمولوجية؟.

1- يعتبر ولبور شرام من رواد دراسات الاتصال التنموي، نال ماستر حول الحضارة الأمريكية في جامعة هارفارد، عمل لصالح وكالة العالمية Associated press ثم حصل على دكتوراه في الإنجليزية من جامعة أيوا (Iowa) فأسس ما سماه بورشة الكتابة الإبداعية. التحق خلال الحرب العالمية الثانية بمكتب الاستعلامات (Office information) من أجل دراسة طبيعة الدعاية أين استخدم المناهج السلوكية. أسس معهد من أجل دراسة الاتصال بجامعة إننوا في L'urbana champagne وبرنامج الاتصالات بجامعة ستانفورد. كان مديرا سابقا للمعهد الشرق-غرب للاتصال والوسط شرق-غرب بهونولولو Honolulu التابعة لولاية هاواي Hawaii. اشتهر بكتابه Mass média and national development (1964) بالإضافة إلى دراساته الميدانية المنشورة من طرف اليونسكو. كما اشتهر بدراسته للعلاقة ما بين نشر تكنولوجيا الاتصال والتنمية الاجتماعية الاقتصادية في بلدان العالم الثالث. للمزيد من التفاصيل راجع:

-Wilbur Schramm: L'information et le développement national: le rôle de l'information dans les pays en voie de développement.

أهداف التنمية الإعلامية في منظور شرام:

يرتكز ولبور شرام في تحليله المنهجي للعلاقة الجدلية بين وظائف الإعلام في علاقتها بالتنمية الوطنية على مفهوم التنمية (التنمية الاقتصادية)، فهو يتفق مع أصحاب المذهب الليبرالي إلى أن التنمية الاقتصادية هي زيادة سريعة في القوة الإنتاجية الاقتصادية للمجتمع، وأن أكبر عامل في هذه الزيادة هو التصنيع الذي يتطور اعتمادا على الادخار والاستثمار باعتبار أن هذين العنصرين هما المحرك الأساسي في عملية التنمية، بما يحققانه من نمو اقتصادي في المكان و الزمان من منطلق أن النمو الاقتصادي مرهون بثلاثة عناصر حيوية هي: الاستثمار، الإنتاجية و ازدياد السكان، فالنمو يتحقق إذا كانت الإنتاجية تغطي حاجيات الزائد من السكان.

إذن وفي إطار هذا التصور الإيديولوجي الرأسمالي، فإن التنمية الاقتصادية لا يمكن أن تتحقق إلا من خلال عملية التصنيع، أي استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة كالألات المختلف، وبناء المصانع، واستحداث تقنيات التسيير، وشق الطرقات، وبناء السدود، وربط القرى والمدن بشبكة مواصلات حديثة...ألخ . لا ريب أن استعمال هذه الوسائل التكنولوجية العصرية يتطلب ذهنية عصرية تواكب التطورات التكنولوجية الحديثة. لكن عملية التأثير بهدف التغيير البنائي و الوظيفي على مستوى عالم الأفكار والسلوكيات عملية بطيئة ومعقدة في المكان و الزمان .

لاشك أن هذا البطء هو بمثابة ظاهرة سوسيولوجية شائعة في العديد من المجالات الحيوية كالتصنيع والزراعة والنقل والتعليم...ألخ . يرى الخبير شرام أن ظاهرة البطء هذه، هي في الواقع نتيجة استراتيجيات المقاومة التي يبديها الأفراد أو الجماعات الاجتماعية من خلال عالم أفكارهم وعالم أشخاصهم (المكانة والدور العرفية)، و حتى عالم أشياءهم المحيطة بهم والمألوفة لديهم. ومن ثم فالجديد في نظرهم يظل دائما محل مقاومة ورفض بما يشكله من خطر مادي ومعنوي على أصحاب الثقافة الأصليين (المحليين). يذهب شرام إلى أن مثل هذه الذهنية لا تساعد التنمية بل تعرقلها فالواجب يقتضي العمل الدؤوب من أجل إزالتها (تغيير تدريجي) في المكان و الزمان عن طريق برنامج إرساء منظومة نشر المعلومات وتوزيعها العادل على الجميع حتى يتسنى لكل فرد من الأفراد من إدراكه بنفسه ضرورة وجدوى معالم هذا التغيير الاجتماعي حيث يؤكد شرام أن وسائل الإعلام و الاتصال بمقدورها الاضطلاع بهذه المهمة الثقافية و الحضارية وهي تتمثل فيما يلي:

- 1- ضرورة خلق بنك معلومات أو شبكة معلومات تكون متاحة للجميع تعمل على تلبية حاجاتهم المعرفية كي تنسجم آرائهم ومواقفهم حول المسائل الأساسية المرتبطة بالمعتقدات والعادات والأعراف التكنولوجية الجديدة تدريجيا.
- 2- توفير مناخ جديد للحوار بين أفراد المجتمع على اختلاف تراتبهم الاجتماعي، خاصة بين القيادات أو الزعامات التقليدية أو الكارزماوية ومختلف الفئات الاجتماعية.
- 3- تشجيع المواقف والأنماط الاجتماعية والعادات المنتجة.

4- إقناعهم بضرورة التغيير الاجتماعية من خلال التنمية الاقتصادية الشاملة التدريجية.

وظائف الإعلام التنموي

سيصبح الإعلام الموجّه - في ظل هذا الإطار التنموي - عاملا مساعدا في دفع عجلة التنمية الاقتصادية باعتباره الوسيلة الأكثر نجاعة - في منظور شرام - لنشر المعلومات بين أفراد المجتمع وإقناعهم بضرورة التغيير. لا شك أن هذا التكامل بين النظام الحاكم وأجهزة الإعلام الرسمية التابعة ، أو بتعبير شرام، بين السلطة والإعلام سيصبح من الوظائف الأساسية التي تضطلع بها وسائل الإعلام و الاتصال العصرية .

إن مهمة وسائل الاتصال الجماهيري ووسائل التعليم الحديثة تهدف أساسا إلى خلق ديناميكية جديدة وهذه الأخيرة من شأنها أن تسرع وتيسر من إيقاع التغيير الاجتماعي البطيء والطويل الأمد. إنها عملية لازمة للتنمية الاقتصادية، خاصة على مستوى تعبئة الموارد البشرية كما وكيفا . في الواقع إن الخبر شرام بهذه الرؤية الميتودولوجية المتميزة، يتمرّد على الطريقة التقليدية في تصنيف وظائف الإعلام، خصوصا عندما يلح على أن وظائف الإعلام في علاقتها بالتنمية الوطنية تتمثل في ثلاثة أساسية، كلها ترمي إلى التعجيل بالتنمية حيث يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

أولا: وظيفة استكشافية : سيكتشف سكان البلاد المتخلفة أو السائرة في طريق النمو أنماطا واعدات جديدة وسلوكيات اقتصادية للمرة الأولى في حياتهم، فلا ريب أن مثل هذا التفاعل الإعلامي السوسولوجي من شأنه أن يمنحهم أفرادا كانوا أو جماعات، فرصة اكتشاف طرقا تنموية جديدة، تدفعهم دفعا إلى تغيير سلوكياتهم وتصرفاتهم النمطية (التقليدية)، أو على الأقل ، تدفعهم إلى الاحتكاك (الفضول المعرفي) بالطرق الجديدة في حقل التنمية الريفية أو الحضرية.

ثانيا: وظيفة سياسية : سيلعب الإعلام في هذا الإطار التنموي دور الوسيط المبلّغ، أي، يُبلّغ الناس رغبة السلطة في التغيير وفي التنمية، ويشرح هذه الرغبة حتى يتحقق الاقتناع بجدوى مشروع التغيير، ولكي تتحقق استجابة أفراد المجتمع المحلي يجب أن تبحث السلطة عن آليات تحقيق هذا الاقتناع، أي البحث عن أفضل استراتيجية إعلامية في المكان والزمان.

في الواقع، على " الدولة النامية " أن تسعى لنشر برنامج سياستها التنموي على نطاق واسع كونها تريد خلق مناخ إيجابي للمساهمة الفردية والجماعية بغية تحفيزهم على اتخاذ قرارات فردية أو جماعية، تعكس حرية مسؤولية في ظل شراكة حقيقية، ولاشك أن مثل هذه العملية السياسية تنطوي على تحديات ذات طابع سيكولوجي وسوسولوجي في المكان والزمان.

ثالثا: وظيفة تربوية : وهي وظيفة مكملّة للوظيفة الأولى (وظيفة الاكتشاف)، فالإعلام يضع تحت تصرف الجمهور (الجماهير) مجموعة نماذج من التنمية الاقتصادية بهدف الاقتداء بها، أي تبنيها عن قناعة. بهذا السلوك الاستراتيجي، تهيأ الأذهان لتقبل عملية التغيير التدريجي حيث سيخلق بالضرورة تعطشا وإقبالا (فضول معرفي) على التعلم والتثقيف من قبل الأفراد والجماعات، أي السكان المحليين،

وهذا من شأنه أن يساهم بفاعلية في تقليص دائرة الخوف و الجهل والامية إلى حد القضاء عليهما تماما على المدى القريب أو المتوسط. بالإضافة إلى هذه الوظائف الثلاثة الرئيسية ورفعاً لأي التباس، يؤكد شرام أن الإعلام بمقدرته أن يضطلع بمهام أخرى تساهم بدورها في تحقيق مشروع التنمية وهي مهام عديدة ومتنوعة يذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

- توسيع الآفاق التعليمية التعليمية .

- تركيز الانتباه على الأهداف المكتسبة.

- تربية الذوق السليم وتنميته.

- فتح الحوار الإيجابي وتعزيزه.

يعتبر شرام أن كلا من الوظيفة الاستكشافية و السياسية و التربوية هي المدخل الرئيسي والحيوي للتعجيل بالتنمية، وتيسير برنامجها التنموي (البيداغوجي) على المدى القريب أو المتوسط كونها الأرضية الصالحة لتنمية حقيقية أصيلة ومبدعة. كما يواصل الخبير شرام من خلال تحليلاته السوسولوجية الإعلامية، التأكيد على فكرة مفادها أن الإعلام يؤثر بصفة مباشرة، أي بدون واسطة في وظيفة الاستكشاف لأن دافع الفضول وحب الاستطلاع فطري في الإنسان. كما يؤثر بصفة غير مباشرة في الوظيفة السياسية لأن الاتفاق الجماعي يتوقف على اتخاذ قرارات جريئة، وهذه مسألة حيوية تتطلب اتصالاً شخصياً (اتصالاً مباشراً) من أجل تحقيق التوافق الجماعي . أما في الوظيفة التربوية، فإن الإعلام قد يؤثر بصفة مباشرة في الحالات التي يفترض أنها بسيطة بالمقارنة مع غيرها . كما ويحتاج الإعلام إلى واسطة قد تكون معلم أو مرشد أو خبير وهذا في الحالات التي يشخصها مثل هؤلاء على أنها معقدة.

المبحث الثالث: أهمية الاتصال الأفقي ومجال الخبرة المشتركة

في هذا السياق المنهجي اجتهد شرام في الإجابة على ضرورة التمييز بين الدعاية والإعلام في حقل التنمية الإعلامية، سنقتبس جزءاً منه وبقليل من التصرف نظراً لأهميته القصوى حيث يتساءل قائلاً: "كيف نبرر أخلاقياً استخدام وسائل الإعلام الحديثة لأداء المهمات التي كنا منذ حين نتحدث عنها، أعني لتشجيع المواقف الملائمة للإنتاج رغم احتمال تمسك الناس بالمواقف المعاكسة للإنتاج، وتشجيع الأنواع المختلفة من الزراعة بالرغم من أن المزارعين لا يثقون بالتجديد، تشجيع عادات الصحة الفضلى في وجه الاعتقاد بالقضاء والقدر والعزوف عن قتل الكائنات الحية ، وتشجيع الناس على العمل الشاق والادخار بينما لا يبدو أنهم يرغبون في ذلك.؟ الجواب على ذلك، يكمن في أن التطور كان ولا زال حتمية اجتماعية لا مفر منها. لقد اختارت الأقطار النامية سبيل التطور لتدليل الصعاب ومواجهة التحديات كما وكيفا". ثم يستطرد موضحاً بقوله: "إن السيطرة على الناس تختلف اختلافاً جوهرياً بالمعلومات والمناقشة والإقناع والجدل من أجل الوصول إلى إجماع في أي مجتمع حر!"¹

1 شرام، وليور، أجهزة الإعلام والتنمية القومية: دور وسائل الإعلام في التنمية، تعريب محمد فتحي، القاهرة، 1970، ص.31.

في هذا السياق الثقافي والإيديولوجي ينبه شرام إلى حقيقة جوهرية مفادها أن "انتشار المعلومات بالقدر المناسب لا يكفي أن يتم باتجاه واحد من القمة إلى القاعدة ولكن يجب أن تتاح لهؤلاء الناس في الأسفل الوسائل التي يستطيعون بها مناقشة إخوانهم وسكان القرى الأخرى مختلف السياسات والأساليب التي سيتبنونها. وفي هذا الإطار يجب أن تهيم لهم الوسائل التي يعبرون بها عن حاجاتهم ورغباتهم وينقلونها إلى قمة السلم لكي تسهم في القرارات التي تتخذ على المستوى الأعلى. وهكذا ندع إلى تهيئة الفرص لهؤلاء في الإسهام بنشاط في اتخاذ القرارات فيمكن أن يستخدم نظام الإعلام المجدي ليس للسيطرة على الناس وإنما لاطلاع سكان الأقطار النامية على قرارات التنمية وتزويدهم بمختلف الأساليب للمشاركة الفعالة للتعجيل بالتحويلات التي تمت الموافقة عليها ولتسهيل إتمامها. ونعتقد أن اتخاذ القرارات إنما يعود إلى سكان الأقطار النامية حتى في أمور الصحة والرفاهة والمعرفة والتغذية... ونعتقد أنه من دون إعلام ملائم لن يقدر لأي قرارا كهذا في أن يكون قرارا قوميا إطلاقا، ولن يكون قرارا مبنيا على الإرادة الشعبية أو الرهان السليم"¹.

في الواقع، يتحفظ الخبير شرام حول مسألة الفعالية المطلقة لوسائل الاتصال الجماهيرية في عملية التنمية الوطنية، مؤكدا أن هناك حدودا (فعالية نسبية وظرفية) لمدى فعاليتها في المكان و الزمان. وفي هذا المعنى يقول مستطردا: " .. ولكن لا يقصد به تثبيت المهمة بل الغرض منه التمييز بين ما تستطيع وسائل الاتصال أن تؤدي وما تستطيع أن تعين على أدائه"². مهما يكن من أمر، فإن شرام توصل إلى نتيجة حاسمة ألا وهي مدى أهمية التجارب أو الخبرات المشتركة بين الأفراد والجماعات، أي بين المرسل والمستقبل بلغة الإعلام والاتصال، فالتفاهم والتوافق يتحققان بين المرسل والمستقبل - في منظور شرام- إذا تقاسما نفس الخبرات والتجارب حيث كلما كان المرسل والمستقبل متفاهمان في الإطار الدلالي (Le cadre du référence) كاللغة (اشتراكهما في لغة واحدة) على سبيل المثال لا الحصر، كان ذلك أقرب ما يكون إلى الفهم (فهم المعنى) والعكس صحيح.

إذا فرضنا أن هناك مرسل وثلاثة مستقبلين (أ)، (ب) و(ج)، يقع المتلقي الأول (أ) داخل الإطار الدلالي للمرسل، والثاني يكاد يكون داخل الإطار الدلالي (داخل نسبيا) في حين يقع المستقبل الثالث (ج) خارج الإطار الدلالي تماما. كما هو مبين في الشكل. سنكتشف أن المستقبل (أ) الموجود داخل الإطار الدلالي للمرسل يفهم كل شيء من المرسل (التشابه في الخبرة أو الفهم (المعنى كبير) بينما المستقبل (ب) الذي يقع نسبيا داخل الإطار الدلالي للمرسل يفهم أشياء ولكنه لا يفهم أشياء أخرى. وأما المتلقي (ج) فلا يفقه شيئا مما يقوله المرسل (استحالة فهم المعنى) كونه يقع خارج الإطار الدلالي بشكل كامل.

1 شرام، ولبور، المصدر نفسه، نفس الصفحة. قارن ذلك مع مثلا:

بكار، عبد الكريم، مدخل إلى التنمية المتكاملة: رؤية إسلامية، سلسلة المسلمون بين التحدي والمواجهة (4)، دار القلم، الطبعة الأولى، دمشق، 1999، ص ص375.

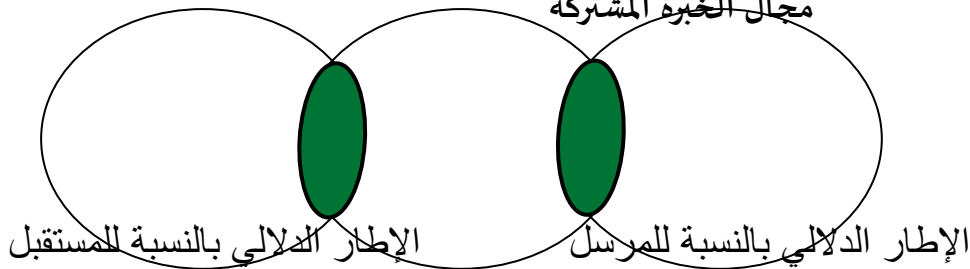
2 شرام، ولبور، المصدر نفسه، ص ص61-66.

إذن يتضح لنا من خلال نموذج ولبور شرام للاتصال مدى أهمية مفهوم "الخبرة المشتركة" والتي تتجلى معالمها السيكولوجية والسوسولوجية من خلال ما سماه شرام بـ الاتصال الدلالي (frame of reference) لكل من القائم بالاتصال (المرسل) والمستقبل (المتلقي)، والأرضية المشتركة بينهما، ففي هذا السياق الإعلامي الاتصالي، يحاول شرام أن يدلل على أنه كلما اتسعت هذه الأرضية المشتركة كلما زاد نجاح الاتصال (الفاعلية الاتصالية). ومن أجل تقليص دائرة الخبرة المتباعدة في عملية الاتصال الاجتماعي، يقترح شرام ضرورة الاستعانة بـ مترجم يشارك بجزء من رصيده الاجتماعي المكتسب (خبراته) مع خبرات المرسل. كما ويشترك أيضا بجزء من الرأسمال الثقافي المكتسب (خبراته الثقافية)، بهذه الكيفية التفاعلية المعقدة، يكون قد ساهم كلا من المرسل والمستقبل بفاعلية ولو نسبية في تدليل أو في التخلص من العوائق المادية والأدبية في العملية الاتصالية كما وكيفما كما هو موضح في نمودجه:

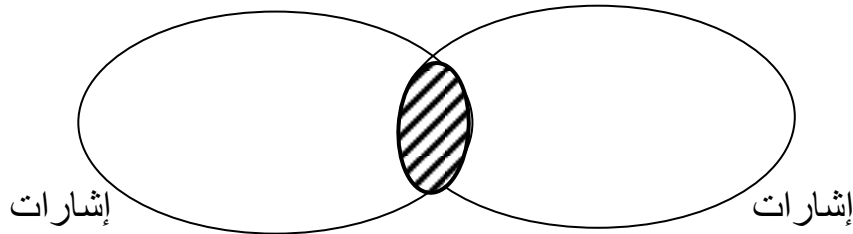
الإطار الدلالي للمستقبل

الإطار الدلالي للمرسل

مجال الخبرة المشتركة



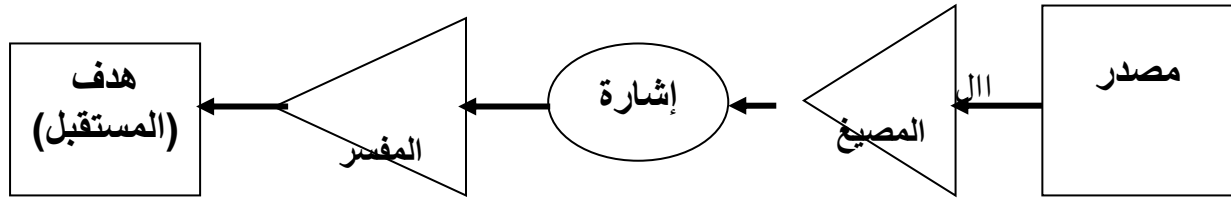
الشكل الثاني



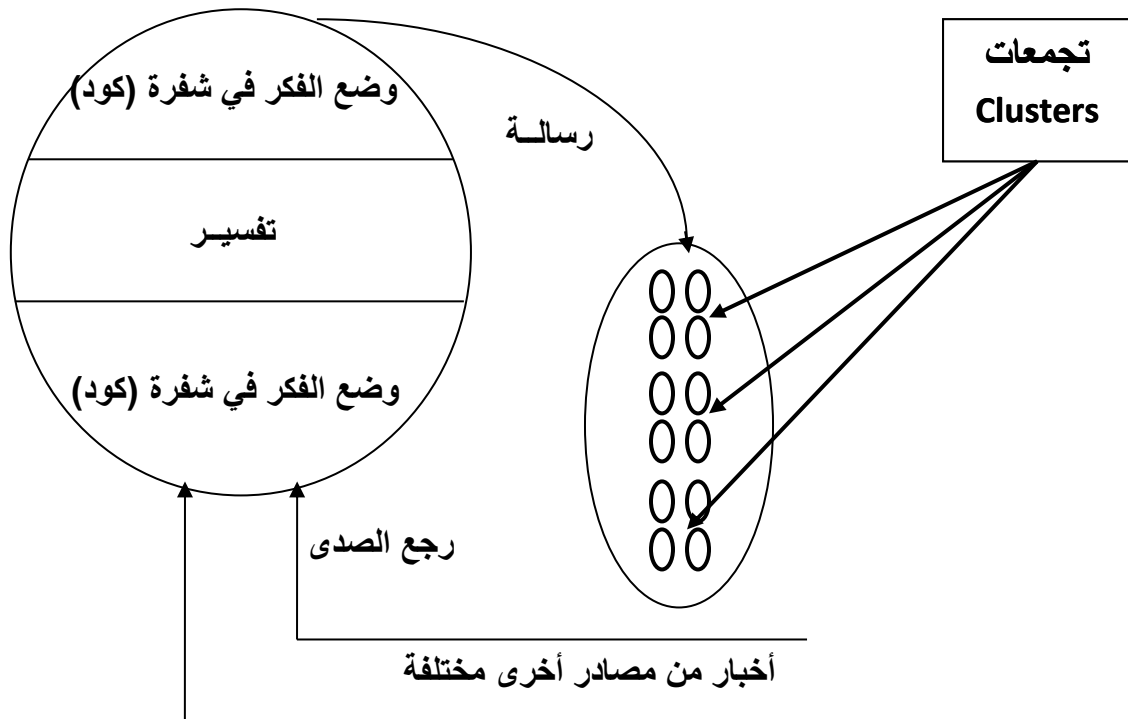
الشكل الأول

مترجم الخبرة المتباعدة في نموذج ولبور شرام

إن الاتصال الجماهيري في منظور شرام عملية دائرية معقدة، تتكون من مصدر، أداة لوضع الفكري كود(شيفرة) ، إشارة، أداة لفك الكود وهدف.



إن كل فرد يصيغ أفكاره وآرائه كود (Un code) ويفسر ما يتلقاه من رسائل ويستجيب وقياسا مع الفارق، كل مؤسسة إعلامية أو اتصالية تعبر عن آرائها للآخرين أو لنفسها ثم تفسر وترجم وتستقبل في الوقت ذاته آراء وأفكار الآخرين سواء أكانوا قراء الصحفية أو من مستمعي الراديو أو من مشاهدي التلفزيون، ويبقى رجوع الصدى أولى استجابة في الاتصال الجماهيري ضعيف، أي أقل بالمقارنة مع رجوع الصدى في الإجمال المباشر (التشخيص)، وهذا الشكل يبين عملية الاتصال من خلال وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري.



في الواقع، إن هذا النموذج الدائري للاتصال سواء في بعده الشخصي (الفردى) أو الجماهيري حسب شرام- يدفع الباحثين إلى إعادة النظر في بعض فرضياتهم أو طروحاتهم بصفة جذرية. إن نظرية

شرام من خلال نموذج الاتصال الدائري، تصحح في الواقع ذلك الاعتقاد الكلاسيكي الذي يذهب أصحابه إلى أن الاتصال يتدفق باتجاه واحد (اتجاه خطي) من مرسل إلى مستقبل فقط. ولا ريب أن لنتائج أبحاث لازارسفيلد القيمة رغم بعض الانتقادات الموجهة إليها، الفضل في الوصول إلى مفهوم التجمعات (Clusters) الموجود في نموذج شرام. هذه الأخيرة (مفهوم التجمعات)، تفيد أن وسائل الاتصال الجماهيري نادرا ما تؤثر بصفة مباشرة على الجمهور بل التأثير الغير مباشر هو القاعدة. وبالمناسبة، يؤكد شرام على فكرة حيوية مفادها أنه لن يكون تأثير وسائل الاتصال سهلا وأكبر إلا إذا تم تغذية المجموعات الصغيرة بالأفكار والمعلومات من خلال بعض الأفراد أو بالتعبير اللازارسفيلدي (نسبة إلى العلامة بول فليكس لازاسفلد) قادة الرأي الذين يلعبون دور الوسيط الإعلامي إن آجلا أم عاجلا¹.

لاشك أن الإشكالات الابستيمولوجية الثقافية و الحضارية المطروحة على مستوى وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري أو داخل الجماهير في الغرب، تختلف كما وكيفما عن تلك المطروحة في البلدان المسماة بالمتخلفة أو النامية أو العالم الثالث. لقد شرعت منظمة اليونسكو منذ الخمسينيات من القرن المنصرم بتنظيم سلسلة من الدراسات، عالجت بطرق كمية وأخرى كيفية مدى مساهمة "وسائل الإعلام في عملية التنمية الوطنية" منها: "الإذاعة في التعليم الأساسي بالمناطق المتخلفة" عام 1950، "التلفزيون: مسح عالم عام 1953"، "وسائل الإعلام التنموي في آسيا" عام 1960، "وسائل الإعلام الجماهيرية في البلدان النامية" عام 1961، "تطور وسائل الإعلام في إفريقيا" عام 1962. كما ساهمت في مثل هذا السياق دراسات أنكلوسكسونية رائدة أنجزها خبراء في التنمية السياسية والاجتماعية نذكر من أبرزها-على سبيل المثال لا الحصر- دراسة دانيال لرنر (D.LERNER) عام 1958

1 للاستزادة حول نظرية ولبور شرام في الاتصال راجع على سبيل المثال لا الحصر:

-SCHRAMM Wilbur, Communications in modern society , urbana, University of Illinois press, 1948.

SCHRAMM W., Mass media and national development: the role of information in developing countries, Stanford U.P., 1964.

SCHRAMM W., Men, messages and media: look at human communication, Houper,Roth, New York, 1973.

-LAZAR Judith, Sociologie de la communication de masse, éd.s. Armand Colin, Paris, 1991.

-BALLE F., PADIOLEAU J., G., Sociologie de l'information : textes fondamentaux, librairie Larousse, Paris, 1973.

-MC QUAIL D., and WINDAHL S., Communication models for the study of mass communications, Longman ed. , New York, 1981.

- MC QUAIL D., Mass communication theory: an introduction, Newbury park, sage, 1987.

-La revue Hermes, n°04, 1989.

-إحدادن، زهير، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية والمؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص ص 83 -

-www.UNESCO/archives.org.(Wilbur Schramm). يوم الاثنين 2016/05/10، الساعة 10.00 .

بعنوان " زوال المجتمع التقليدي"، ودراسة غابريال ألموند (G.ALMOND) عام 1960 بعنوان " سياسات المناطق المتخلفة"، ودراسة إفريت روجرز (E.ROGERS) عام 1962 بعنوان " بث التجديدات".

خاتمة

هكذا يمكن تلخيص بعض أبرز الانتقادات الموجهة له ولغيره من الباحثين "الإداريين" ولو بصفة مختصرة في النقاط التالية:

1- الاندماج العالمي والتبادل غير المتكافئ: حيث أن وحدة تحليل الرأسمالية الليبرالية الحديثة و المعاصرة ليست الشركة أو المؤسسة الوطنية، بل النظام - العالم (The world system) أين تشغل فيه معظم الأمم غير الغربية وضعية اندماج في سوق رأسمالية حرة غير متكافئة، تديرها القوى الكبرى في العالم حيث يتحدد مفهوم "اقتصاد-عالم" في الواقع على مستويات ثلاثة: فضاء جغرافي، ووجود قطب "مركز العالم"، والمناطق التي تتوسط هذا المحور المركزي والهوامش الواسعة التي تكون تابعة وخاضعة لحاجيات المركز من خلال تقسيم العمل. ويسمى هذا المخطط من العلاقات في منظورات مدرسة التبعية ب: "التبادل غير المتكافئ (L'échange inégal). إن الرأسمالية هي "خلق عدم تكافئ العالم".. إن خريطة "الشبكات التجارية"، بما فيها شبكات الاتصال، تشكل جزءا أساسيا وبارزا في صياغة مركزية العالم، بتراتبية وأنماط إنتاجه المختلفة.. هذا ما يفسر سربارتباط التحليل الوظيفي بمذهب كتابة الدولة الأمريكية الخاص بالتدفق الحر للمعلومات (Free flow of information) المستلهم من المبدأ الراسخ الخاص بالتبادل الحر للسلع، الذي يشبهه، بوضوح، حرية التعبير التجاري الذي يمارسها كل من الخواص والسوق بحرية التعبير بشكلها المختصر.

2- ترسيخ قيم الامتثالية و تشجيع القيم الرأسمالية الاستهلاكية : حيث تفرز الثقافة الرأسمالية عبر التنمية الإعلامية في بلدان الجنوب متلقين (مستقبلين)، سواء أكانوا أنظمة أو شعوبا، يتمثلون في غالبيتهم وبدرجات متفاوتة الخطورة قيما غربية على المدى المتوسط أو البعيد، وفقا للتوقعات السائدة كما وكيفا في مجال الثقافة والاتصال تحت مسمى "الأمبريالية الثقافية" باعتبارها مفهوما يفيد مجمل السيرورات التي يدخل بموجبه المجتمع إلى النظام العالمي المعاصر، و الطريقة التي دفعت بها الشريحة الحاكمة لتغيير مؤسساتها الاجتماعية، بالافتتان، والضغط، و القوة أو الرشوة، لتلائم قيم وبنى مركز النظام المهيمن أو لترقيته. وتحتل وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري أو داخل الجماهير- حسب التسميات- مبدأ الأفضلية في سياق هذه الجدلية الرأسمالية الوظيفية باعتبارها وسيلة تكنولوجية و في الوقت ذاته، أداة ذات فعالية في منظور الخبير الأمريكي شرام، بإمكانها تغيير الكثير العادات والتقاليد والأعراف التي لا تنسجم مع عملية التطور الرأسمالي في "المجتمعات التقليدية"¹.

1 Pour plus de détails sur le sujet, voir parexemple :

- MATTELART Armand, La communication – monde :histoire des idées et des stratégies,Eds.La

Découverte/poche , Paris, 1999,pp176-226.

- BRETON Phillipe et PROULX Serge, L'explosion de la communication, Casbah Editins, Alger,2000, pp203-213.

قائمة المصادر والمراجع المعتمدة:

- شرام، ولبور، أجهزة الإعلام والتنمية القومية: دور وسائل الإعلام في التنمية، تعريب محمد فتحي، القاهرة، 1970.
- بكار، عبد الكريم، مدخل إلى التنمية المتكاملة: رؤية إسلامية، سلسلة المسلمون بين التحدي والمواجهة (4)، دار القلم، الطبعة الأولى، دمشق، 1999.
- إحدادن، زهير، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية والمؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
-
- محمد جابر سامية وأحمد عثمان نعمات، الاتصال والإعلام: تكنولوجيا المعلومات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 171.
- أمين جلال، خرافة التقدم والتأخر: العرب والحضارة الغربية في مستهل القرن الواحد والعشرين، دار الشروق، الطبعة الأولى، بيروت، 2005، ص ص 25-69.
- عزي عبد الرحمان وبومعزة السعيد، الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص ص 225-261 و ص 4.
- SAINT MARC Philippe L'économie barbare, Eds. Frison-Roche, Paris, 1994, pp 75-89 et pp 277-315.
- COHEN Gérard Simon, De la guerre industrielle, DUNOD, Paris, 1991, pp 19-39 et pp 191-212.
- ROCHE Jean-Jacques, Théories des relations internationales, Eds. Montchrestien, E.j.A., 5ème édit. Paris, 2004, pp 111-137.
- كيبدي بول، الإعداد للقرن الواحد والعشرين: التحولات الإقليمية، الجزء الأول، تعريب د. نظير جاهل، دار الأزمنة الحديثة، الطبعة الأولى، بيروت، 1998، ص ص 83-114.
- كيبدي بول، الإعداد للقرن الواحد والعشرين: التحولات الإقليمية، الجزء الثاني، تعريب د. نظير جاهل، دار الأزمنة الحديثة، الطبعة الأولى، بيروت، 1998، ص ص 11-70.
- Collectif, Le monde en devenir : Réflexions sur le nouvel ordre économique international, UNESCO, Paris, 1976, pp 109-120.
- BRETON Phillipe et PROULX Serge, L'explosion de la communication, Casbah Editins, Alger, 2000, pp 203-226.
- للاستزادة حول هذا الموضوع، راجع على سبيل المثال:
- شريعتي علي، تاريخ الحضارة (جزءان)، ترجمة حسين نصيري، مراجعة حسين علي شعيب، دار الأمير، الطبعة الأولى، بيروت، 2006، ص ص 245-267.
- نيد ليبو رتشارد، لماذا تتحارب الأمم؟ (دوافع الحرب في الماضي والمستقبل)، ترجمة: د. إيهاب عبد الرحيم علي، (الطبعة الأصلية 2010 كمبريدج)، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2013، ص ص 33-74.
- آل أحمد جلال، المستنبرون: خدمات وخيانات، ترجمة حيدر نجف ومراجعة عبد الجبار الرفاعي، دار الهادي، الطبعة الأولى، بيروت، 2000، ص ص 25-56.
- بلوم وليام، الدولة المارقة: دليل إلى الدولة العظمى الوحيدة في العالم، ترجمة كمال السيد، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2002 (الطبعة الأصلية عام 2002)، ص ص 29-58 و ص ص 81-87.
- رزيق المخادمي عبد القادر، الحرب الناعمة، هل تكون بديلا لحروب المستقبل؟، ديوان المطبوعات ديوان، الجزائر، 2015، ص ص 13-55.

- محمد جابر سامية وأحمد عثمان نعمات، - محمد جابر سامية وأحمد عثمان نعمات، الاتصال والإعلام: تكنولوجيا المعلومات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- أمين جلال، خرافة التقدم و التأخر: العرب و الحضارة الغربية في مستهل القرن الواحد والعشرين، دارالشروق، الطبعة الأولى، بيروت 2005.
- عزي عبد الرحمان و بومعيزة السعيد، الإعلام و المجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية و الإسلامية، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
- كيبدي بول، الإعداد للقرن الواحد والعشرين: التحولات الإقليمية، الجزء الأول، تعريب د. نظير جاهل، دار الأزمنة الحديثة، الطبعة الأولى، بيروت، 1998.
- كيبدي بول، الإعداد للقرن الواحد والعشرين: التحولات الإقليمية، الجزء الثاني، تعريب د. نظير جاهل، دار الأزمنة الحديثة، الطبعة الأولى، بيروت، 1998.
- شريعتي علي، تاريخ الحضارة (جزءان)، ترجمة حسين نصيري، مراجعة حسين علي شعيب، دار الأمير، الطبعة الأولى، بيروت، 2006 .
- نيد ليبورثشارد، لماذا تتحارب الأمم ؟ (دوافع الحرب في الماضي و المستقبل)، ترجمة: د. إيهاب عبد الرحيم علي، (الطبعة الأصلية 2010 كمبريدج)، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2013.
- آل أحمد جلال، المستنبرون: خدمات و خيانات، ترجمة حيدر نجف و مراجعة عبد الجبار الرفاعي، دار الهادي، الطبعة الأولى، بيروت، 2000.
- بلوم وليام، الدولة المارقة: دليل إلى الدولة العظمى الوحيدة في العالم، ترجمة كمال السيد، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2002 (الطبعة الأصلية عام 2002) .
- رزيق المخادمي عبد القادر، الحرب الناعمة، هل تكون بديلا لحروب المستقبل؟، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015.
- Wilbur Schramm : L'information et le développement national : le rôle de l'information dans les pays en voie de développement.
- SCHRAMM Wilbur, Communications in modern society , urbana, University of Illinois press, 1948.
- SCHRAMM W., Mass media and national development: the role of information in developing countries, Stanford U.P., 1964.
- SCHRAMM W., Men, messages and media: look at human communication, Houper,Roth, New York, 1973.
- LAZAR Judith, Sociologie de la communication de masse, éd. Armand Colin, Paris, 1991.

- BALLE F., PADIOLEAU J., G., Sociologie de l'information : textes fondamentaux, librairie Larousse, Paris, 1973.
- MC QUAIL D., and WINDAHL S., Communication models for the study of mass communications, Longman ed. , New York, 1981.
- MC QUAIL D., Mass communication theory: an introduction, Newbury park, sage, 1987.
- La revue Hermes, n°04,Paris, 1989.
- MATTELART Armand, La communication – monde:histoire des idées et des stratégies,Eds.La Découverte/poche , Paris, 1999.
- BRETON Phillippe et PROULX Serge, L'explosion de la communication, Casbah Editins, Alger,2000.
- SAINT MARC Philippe L'économie barbare,Eds.Frison-Roche,Paris,1994.
- COHEN Gérard Simon, De la guerre industrielle,DUNOD,Paris,1991.
- _ROCHEJeanJacques,Théoriesdesrelationsinternationales,Eds.Montchrestien,E.j.A.,5ème édit.Paris,2004.
- Collectif, Le monde en devenir: Réflexions sur le nouvel ordre économique international,UNESCO,Paris,1976.
- www.UNESCO/archives.org.(Wilbur Schramm).