

الدور الوظيفي لوسائل الاتصال في مواكبة التغيير الاجتماعي

د. إلياس شرفة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

جامعة الطارف

ملخص المداخلة :

إنّ وسائل الاتصال تضطلع بدور الحارس، وهي مهمّة وصفها رجال الاجتماع بأنّها " استطلاع للبيئة"، فالوسائل هي عيوننا وآذاننا، إنّها تراقب عالمنا الذي تجاوز بكثير حدود الكرة الأرضية نفسها، ومتى استقت الأنباء والمعلومات أتت بما إلينا على عتبة الدار أو في غرفة المعيشة، فالفرد في سعيه لتنظيم المجتمع وتحديثه وتطويره وتحسين أحوال سكّانه وزيادة فعاليته وكفاءة تنظيماته وأجهزته ومؤسساته القائمة والترشيد بإيجاد أوضاع وتدابير جديدة لا بدّ أن تؤخذ في الحسبان لدى صانعي ومتّخذي القرارات أثناء التخطيط ووضع السياسات العامّة يجعلها لا مفرّ لها من القيام بدورها في تناول " التغيير الاجتماعي " وتفسيره وتوجيهه كظاهرة حتمية في حياة المجتمعات المعاصرة بكلّ مستوياتها، وبطبيعة الحال، لا بدّ أن يستند هذا التفسير والتوجيه على دعائم البحث العلميّ ونتائجه سواء المرتبط بالدراسات الخاصّة بالعلوم والتخصّصات الأخرى والدراسات الإمبريقية التي تقوم بها علوم الاتّصال في فهم الواقع وفي مواجهة المشكلات القائمة ومقابلة الحاجات الإنسانية المتزايدة في إطار ثقافة المجتمع وقيمه الأصلية، وهذه المهام والمسؤوليات الملقاة على عاتق دور وسائل الاتّصال تتطلّب القدرة على التنبؤ بالتغيير الاجتماعيّ وإمكانية التحكم فيه وتوجيهه بالصورة الملائمة وبما يجعل منه كمرادف للتنمية التي تستهدف تحقيق أهداف مرغوب فيها لصالح المجتمع وتنظيمه.

وسوف نحاول في هذه المداخلة معالجة موضوع الدور الوظيفي لوسائل الاتصال في مواكبة التغيير الاجتماعيّ بصورة مبسّطة، خاصّة وأنّ وسائل الاتصال تشرح لنا ما هو حادث وتفسّره وتحاول أن تستخلص منه شيئا منطقيًا، فجميع الوسائل تنتشر فيها محاولة تفسير الأخبار وتعليلها.

الكلمات المفتاحية :

التغيير الاجتماعي - الدور - الوظيفة - وسائل الاتصال - الاتصال الجماهيري

Abstract:

The Means of Communication play a role the guard, a task he described the meeting as "a survey environment", the means are our eyes and ears, that it observes the world that far exceeded the limits of the globe itself, and when its news and information came to us on the threshold of the house or in the living room, the individual in their quest to organize community development and modernization and improving the conditions of the population and increase its effectiveness and efficiency and its organs and institutions refine existing conditions and rationalization to find new measures must be taken into account in the decision-makers makers during the planning and policy making it is inevitable for it from doing its part in addressing the "social change" and its interpretation and guidance as a phenomenon is inevitable in the life of contemporary societies at all levels, and, of course, must be based on this interpretation and guidance on the foundations of scientific research and its results, both associated with studies For Science and Interdisciplinary Studies other by science communication in the understanding of the reality in the face of the existing problems and to meet growing humanitarian needs in the framework of the culture of the society and its values, these tasks and responsibilities of the role of the means of communication requires the ability to anticipate change and social control and guidance, as appropriate, and makes it as a synonym for Development aimed at afflicting the desirable goals for the community and organization.

We will try in this intervention to address the subject of the functional role of communication in keeping pace with social change in a simplified, especially that the means of communication to explain to us what is universal suffrage involving prominent accident and trying to draw something logical, all means are deployed in an attempt to explain the news

: Keywords

Social change - the role - function - means of communication – Mass Communication.

مقدمة :

إنّ العيش في بيئة معيّنة يدعو إلى معرفة كلّ ما هو حادث فيها. وقد حاول الناس دائما أن يستجيبوا للرغبة إلى المعرفة، سواء استقوا هذه المعلومات أو المعرفة من رسم في مغارة، أو من طبله لدى قبيلة، أو من إشارة تقوم على إطلاق الدخان، أو من مناد يطوف بالمدينة، أو من مذيع في الراديو. فالاتّصالات لازمة للحياة ولوجود الجنس البشريّ بوصفه حيوانا اجتماعيّا، والأخبار والمعلومات تمثّل جزءا هامّا منم الاتّصالات، ومن الأخبار والمعلومات ما يساعدنا على النفاذ بجلودنا أو يوفرّ علينا الوقت والمال والألم والضيق، ومن الأمثلة المشهورة على ذلك أنّ الدكتور "فرانك قيلد" شرح في إذاعة له على التلفزيون أسلوبا جديدا لإنقاذ شخص من الاحتراق حتّى الموت لاعتراض قطعة من الطعام لجرى الحلقوم، وبعد بضعة أشهر من إذاعة هذه المعلومات، قال بضع مئات من المشاهدين أنّهم انتفعوا علميّا بهذا البرنامج.

I. الدور الوظيفي لوسائل الاتصال :

1. وظيفة إخبارية وإعلامية :

إنّ وسائل الاتصال تعمل على تحذير المجتمع من الأخطار الطبيعيّة مثل المحجوم أو الحرب أو الوباء، وتنقل معلومات نفعية كالأخبار الاقتصاديّة والجويّة والتمويّية، كما أنّها تعطي للفرد معلومات مفيدة وتضفي عليه هبة واحتراما، وتمكّنه من ممارسة قيادة الرأي، ولكنّها قد تتسبّب في زيادة الإحساس بالفقر والحرمان وتخلق روحا من اللامبالاة والتحدّر.

وللأخبار فائدة محقّقة للطبقة الحاكمة لأنّها تعطيها معلومات مفيدة لزيادة نفوذها وتقويتها، والكشف عن المنحرفين والتأثير على الرأي العام عن طريق المراقبة والسيطرة وإضفاء الشرعيّة على السلطة، ولكنّها قد تهدّد الطبقة الحاكمة عندما تظهر نواحي الضعف، وتظهر الأحوال الحقيقيّة التي قد يسهم الأعداء في نشرها.

2. وظيفة تحديث المجتمع :

يسهم الإعلام بنصيب وافر في تحديث المجتمع وتحقيق التحدّر، إذ تيسّر الوسائل الإعلاميّة انتشار المعرفة وتنمية القواعد والقوانين الجديدة التي تتوافر مع التحدّر، فالإعلام يقوم بدور رئيسيّ لدفع عجلة التنمية والتبشير بالتحول والتغيير ومعاونة التعليم في خلق الحوافر، والتدريب على اكتساب المهارات.

هذا فضلا عن تهيئة الجوّ الصالح للمناقشة والحوار، والاتصال بين القيادات والقواعد اتّصالا متبادلا لتكوين الرأي العام السليم، أي أنّ الإعلام عامل أساسيّ في نشر الأفكار العصريّة، وإشاعة المعلومات الحديثة المتصلة بنهضة الأمة، وخلق الشخصية الجديدة التي تتسم بروح التعاطف والتعاون والتقمص الوجداني⁽¹⁾.

3. وظيفة الشرح والتفسير :

إنّ هذه الوظيفة قد نشأت حديثا بعد أن تعقد المجتمع وازدادت تخصّصاته، وترامت أبعاده، وأصبح معظم ما يجري فيه غير مفهوم للإنسان العادي، ممّا يتطلّب من الإعلام شرحا لمغزاه وتفسيرا لطبيعته.

فرجل الإعلام مسؤول عن جعل كافّة الحقائق والمعلومات ذات القيمة الحضاريّة في متناول أفهام كلّ الناس، حيث أنّه كلّما ازداد النموّ الفنيّ والصناعيّ والعلميّ لمجتمع ما، فإنّه يصبح غاية في التعقيد والتجريد، وبعيدا كلّ البعد عن التجربة الفرديّة المباشرة.

وعلى الصحفيّ من خلال التفسير أن يوقظ القارئ، ويثير انتباهه، ويهيئ ذهنه للفهم، ويحثّه على متابعة القراءة، وقد يتطلّب ذلك أن يهجه ويفاجئه ويسلّيه.

إنّ الفرد في المجتمع الحديث لا يملك من الوقت أو الجهد أو المال أو العلم ما يمكنه من الوصول إلى مدلولات دقيقة لجميع المعارف وتكوين صور حقيقيّة للعالم الذي حوله، وفي معظم الأحيان يكون الحصول اللغويّ للقارئ أو المستمع أو المشاهد محدودا، فلا يفهم ما يقال له، ومن هنا جاءت أهميّة التبسيط والتجسيد.

وبما أنّ الإنسان يعيش في رقعة جغرافيّة صغيرة على سطح الأرض، ويتحرّك في دائرة محدودة، ولا يدرك من الأحداث إلّا بعض زواياها دون أن يعرف الزوايا الأخرى، فإنّ عليه - في المجتمع الديمقراطيّ - أن يشارك بالرأي

في المشكلات السياسية والاجتماعية والثقافية التي تغطي مساحات أكبر مما يعيش مكانا وتغطي حجما زمنيا أكبر مما يعيش، معتمدا في ذلك على ما تمده به الصحافة وأجهزة الإعلام الأخرى من رؤى وأخيلة ونماذج وأنماط (2).
4. وظيفة تربوية وتعليمية :

إذا كان الإعلام يدور حول مشكلات الساعة وغيرها من المسائل الجدلية التي تحمل تأويلات مختلفة ووجهات نظر متعددة، فإن التعليم يقدم وجهات نظر ثابتة، ولا شك أن التعليم يساعد على تنمية الفكر وتقوية ملكة النقد وتربية الشخصية الإنسانية.

وهذا ما جعل وظيفة التربية تأخذ أهمية بالغة، لاسيما بفضل وسائل الإعلام السمعية-البصرية، فالتقنيات السمعية-البصرية لم تعد تعتبر كوسائل مساعدة للتعليم فقط، بل صارت مع الصحافة الأدوات الضرورية لتربية شاملة ودائمة للأحداث والشباب، إذ أصبح الإعلام قطاعا أساسيا في التربية، إلى حد اقترح معه " ج. روفان " نظاما موحدًا بين التربية والإعلام على الأقل بالنسبة للبلدان النامية.
5. وظيفة التنقيف :

إن وسائل الاتصال تقوم بيبث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع، وتساعد على تطبيع أفرادها، وتنشئهم على المبادئ القويمة التي تسود في المجتمع، فوظيفة التنشئة الاجتماعية تتصل بخلق الجو الحضاري الملائم للتقدم والنهضة عن طريق التوعية الشاملة بأهداف المجتمع وخططه. فالالاتصال الجماهيري يسعى لتكامل المجتمع، بتنمية الاتفاق العام ووحدة الفكر بين أفرادها وجماعاته، ويقوم بتثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والعمل على صيانتها والحفاظة عليها.(3)

و نرى ... أن الاتصال يقوم بالتنقيف وتطبيع الناس على عادات الأمة وتقاليد الحضارة وطقوسها وأنماط سلوكها، مما يهيء للفرد أساليب التعامل مع الناس، والتكيف مع البيئة، فقد ثبت الآن بعد دراسات علم النفس وعلم الإنسان (الأنثروبولوجيا) وعلم الاجتماع أن التنقيف له أثره الكبير في تشكيل الاتجاهات النفسية والرأي العام ويؤكد أنه من المستحيل فهم الرأي العام في أمة من الأمم ما لم ندخل في اعتبارنا تلك القوى المادية والأدبية التي تشكل شخصية هذه الأمة، ولكي نتعرف على اتجاهاتها وآرائها، يجب علينا أن نهتم بدراسة المنظمات الاجتماعية التي تعطي للفرد معتقداته وتشكل اتجاهاته، فالإنسان في المجتمع يتأثر بالأسرة والدين والتقاليد ونظام الدولة والأصدقاء والأقران، والجماعات ذات النفوذ كالنقابات والأحزاب والهيئات والصحف وأجهزة الإعلام الأخرى.

وهكذا، يضع الإعلام نصب عينيه، حين يقدم المادة الثقافية، إعادة بناء القيم والعادات بما يتفق واحتياجات المجتمع المتحضر، ويمكن أن نقسم تلك القيم والعادات على النحو التالي :

أ. قيم التواصل الاجتماعي وما يرتبط بذلك من عادات وعلاقات اجتماعية بين مختلف الفئات والطبقات الاجتماعية، وما يترتب على ذلك من فهم للحقوق والواجبات.

ب. قيم التواصل الفكري عن طريق اللغة والكلمة وعادات المثقفين والمتعلمين في التواصل مع بعضهم، وفي التواصل مع غيرهم من الجماعات، وأثر التكنولوجيا الحديثة واستخدامها في هذا التواصل.

ج. القيم والعادات المرتبطة بالكيان البيولوجي والصحة والبقاء.

د. القيم والعادات الاقتصادية، وما يرتبط بها بالعمل والإنتاج والتنظيم، وما يرتبط بها بالاستهلاك والمكانة الاجتماعية.

ه. قيم وعادات التعامل مع رأس المال العام والثروة القوميّة، وبالذات ما يرتبط بالتعامل مع المعدات والأجهزة التكنولوجية.

و. العادات والتقاليد اللاعقلانية والتي تحقّق وظيفة الاسترخاء والانطلاق من الروتين، ومدى تنظيمها وملاءمتها لمقومات الحياة الفردية والاجتماعية السليمة، ويدخل في هذا مجالات المواسم والأعياد والترفيه والمخدرات، وغيرها من الأساليب.

كما نرى ان ، القيم الدينية وما يرتبط بها من عادات وممارسات تمثل محرّكات للسلوك وللتنظيم الاجتماعي. وهي مهمة جدا في عملية التواصل داخل اي مجموعة تعتقد و تمارس هذه القيم .

6. وظيفة الترفيه :

فهي ذات أثر نفسي حميد للتنفيس عن المتاعب والألم، ولكنها قد تجعل المجتمع غارقا في الأوهام وبعيدا عن الواقع، مما يزيد السلبية و يتيح الفرصة لظهور الاتجاهات الهروبية، وهذه الأوضاع توفر وسيلة للسيطرة على الحياة السياسية والاجتماعية، فضلا عن أن الترفيه قد يهبط إلى مستويات ضارة بالذوق العام.

و ما نراه أن جميع وسائل الإعلام في شغل أوقات الفراغ بالمسرحيات أو الروايات الفكاهية أو المسلسلات أو بالموسيقى الشعبية أو الكلاسيكية أو بالتحقيقات الرياضية والمقابلات أو بالمنوعات وغيرها من مختلف البرامج التي إذا وضعت معا شكّلت صناعة ذات أبعاد لا حدود لها.

وتتمتع البلاد التي بلغت شوطا بعيدا في التصنيع بتأثير كبير في مجالات واسعة، ومثال ذلك ما تقدّمه الولايات المتحدة من الأفلام والمسلسلات التلفزيونية وغيرها.

ويهتمّ بعض الناس ببرامج معينة (كالموسيقى والمسرح والأفلام والمغامرات والرقص والرياضة والفنون الجميلة...)، وجمهور هذه البرامج واسع وشديد التأثير بها.

وهناك علاقات متينة بين الرعاية ووسائل الترفيه، وتشابك مصالحهما معا ... وهما يمثّلان مجالين من مجالات الإعلام، يسيطر عليها منطق الأعمال والمصالح التجارية سيطرة تامة، وهذا ما يفسّر دخول كثير من الشركات العاملة فيها في مجالات إعلامية أخرى (نشر الأنباء، وبنوك البيانات، والإعلام التجاري)، وإنتاج البرامج التعليمية الجاهزة...)، وتعتبر صناعة الترفيه هذه ذات أهمية بالنسبة للبلاد المتقدمة بوجه خاص، ولكن الاهتمام بها بدأ يمتدّ إلى البلاد النامية، ولاسيما في المناطق الحضرية وبين الطبقات العليا من مجتمعاتها.

II. الاتصال الجماهيري والتغير الاجتماعي والتحديث :

يشير مفهوم " التغير الاجتماعي " إلى العملية التي يحدث التغير بواسطتها في بناء النسق الاجتماعي ووظيفته. ومن الأمثلة على التغيرات الاجتماعية : الثورة الوطنية، وتأسيس هيئة تنمية القرية، واستحداث وزارة حكومية، واختراع عملية صناعية جديدة، وتحدث التحولات في بناء النسق الاجتماعي ووظيفته كنتيجة لمثل هذه الأفعال.

ولمزيد من الإيضاح، يمكن الإشارة إلى أن بناء النسق الاجتماعي ينهض بواسطة مختلف المراكز الفرديّة والجماعيّة التي يتكوّن منها، وأمّا العنصر الوظيفي في هذا البناء فهو يتمثل في الدور أو السلوك الواقعي الذي يقوم به الفرد في مركز معيّن أو مكانة معيّنة، وهناك تأثير متبادل بين المكانة والدور، ومثال ذلك أن مكانة وزير التعليم تحدّد كيف يمكن للفرد الذي يحتلّ هذا الوضع أن يصل ويتصرّف بطريقة أو بأخرى، ولكن إذا لم يتم هذا الشخص بدوره، فسوف تتغيّر مكانته بالضرورة⁽⁴⁾

وفي هذا الصدد، يمكن تحديد عملية التغير الاجتماعي في ثلاث خطوات وهي : الاختراع « invention »، والانتشار « diffusion »، والنتيجة « conséquence »، وأمّا الاختراع فهو عمليّة خلق أفكار جديدة أو تطوير أفكار جديدة، بينما الانتشار تلك العمليّة التي تنتقل بواسطتها هذه الأفكار الجديدة خلال نسق اجتماعي معيّن، وتشير النتيجة إلى التغيّر الذي يحدث داخل النسق بعد تبني بعض التجديدات أو رفضها.

إنّ الأفكار الجديدة أو التجديدات « innovations » ينبغي أن تنبعث (إمّا داخل النسق الاجتماعي أو من خارجه) قبل أن تؤثر على البناء الاجتماعي أو الوظيفة. وإذن، فإنّه لا بدّ من أن تنتشر التجديدات عند أعضاء النسق لكي يحدث التغيّر.

ويمكن تصنيف فئات التغير الاجتماعي أو نماذجه تصنيفاً يتّفق مع أهدافنا بالاعتماد على مصدره أو منبعه، أي بالإشارة إلى نقطة اندلاع الشرارة الأولى، وعلى ذلك يوجد نموذجان للتغيّر، وهما :

أولاً : التغيّر المتأصل أو الملازم « immanent change »

ثانياً : التغيّر من خلال الاحتكاك « contact change » والتغيّر المتأصل هو الذي يحدث عندما يحتلّ الاختراع مكانه داخل نسق اجتماعي معيّن دون أن يكون هناك تأثير خارجي، أو ربما يكون هناك تأثير خارجي ولكنّه طفيف جدّاً، ومعنى هذا أنّ الفكرة الجديدة تكون من خلق أحد أعضاء النسق، ثمّ يتبناها بقيّة الأعضاء في هذا النسق. ومثال ذلك أنّ التغيّرات المناخية في إحدى المجتمعات المحليّة المنعزلة تخلق حاجة إلى نمط جديد من اللبس، وتكون هذه الحاجة موضع اعتراف ومواجهة بواسطة أحد أعضاء هذا المجتمع المحلي. وإذن، فالتغيّر المتأصل ينطبق على المثل الذي يشير إلى أنّ " الحاجة هي أمّ الاختراع "، وطالما أنّ الإلهام والمبادأة بالاختراع أو التنمية لم يحدثا من خلال الاحتكاك بمؤثرات خارجية، فإنّ التغيّر الاجتماعي يقع على الفور.⁽⁵⁾

III. دور وسائل الاتّصال في التحديث :

تشير بعض الدراسات القليلة في الدول النامية إلى الدور الهام الذي تلعبه وسائل الاتّصال الجماهيري في عمليّة التحديث، وفي مقابل ذلك، يميل كثير من مخطّطي التنمية على المستوى القومي إلى تجاهل أو نسيان فعالية وسائل الاتّصال الجماهيري في هذا الشأن، إلى درجة أن الدول النامية التي تؤكّد على أهميّة هذه الوسائل كانت محدودة من حيث العدد إلى وقت قريب. وقد أشارت " آيثل بول " في مقالها الذي نشرته في كتاب " الاتّصالات والتنمية السياسيّة " عن " وسائل الاتّصال الجماهيري والسياسة في عمليّة التحديث " عام 1963 إلى أنّه نادراً ما ينظر إلى وسائل الاتّصال باعتبارها تمثّل مكان الصدارة إذا قورنت بالتكنولوجيا الحديثة مثلاً، أو بالسدود المولّدة للطاقة أو بالمؤشّرات التنموية الأخرى ذات الأهميّة البالغة. وفي هذا الصدد، تعتبر الهند حالة القومية، ففي الخمسينات رصد

أقلّ من 1/2 % فقط من ميزانية التنمية القوميّة للإرسال الإذاعيّ، بل وأكثر من ذلك أنّ حجم المبلغ المنصرف بالفعل وصل إلى نصف الميزانيّة المخصّصة لهذا الغرض، وفي السّينات أوصل مخطّطو التنمية في الهند الميزانيّة إلى النصف تقريبا. (6)

وهناك بعض الدول ذات النظم السياسيّة التي تميّز بطبيعة خاصّة كالصين وكوبا، وفيها ينظر المخطّطون إلى تنمية وسائل الاتّصال الجماهيريّة كعامل رئيسيّ لدفع عجلة التقدّم في بلادهم. وغالبا ما تستخدم هذه الدول وسائل الاتّصال الجماهيريّ بواسطة دمجها بالاتّصال الشخصيّ بين جماعات صغيرة من العمّال والفلاحين الذين يتبادلون الحوار والمناقشة، وهي تهدف من وراء ذلك إلى دمج الجمهور في الحملات التنمويّة الحكوميّة المختلفة.

و حسب رأينا ان القضايا المهمة المساهمة في تنمية الاتصال الجماهيري ، وهي :

(1) أنّ قنوات الاتّصال المتبادلة على مستوى الأشخاص تعتبر غير ملائمة بمفردها للوصول إلى جمهور الريفيّين في المجتمعات النامية، حيث أنّ التكلفة والجهد الذين يلزمان لتدريب أعداد كافية من أخصائيّ التنمية على المستوى المحليّ يفوقان في الواقع إمكانات وطاقات المجتمع النامي.

(2) إنّ التقدّم الذي طرأ على وسائل الاتّصال الجماهيريّ في السنوات الأخيرة يسرّ للحكومات القوميّة أن توفّر للقرى أجهزة المذياع، والأفلام ومختلف إمكانات وسائل الاتّصال الجماهيريّ الأخرى. كما مكنّ أخصائيّ التنمية من الاتّصال بالجماهير العريضة على نحو أكثر سرعة وتقينا، فضلا عن بثّ الرسائل المختلفة التي تستهدف تنمية هذه المجتمعات على النحو المرغوب. وكلّما طرأت التحسينات على إمكانيات وتسهيلات وسائل الاتّصال الجماهيريّ : كجهاز المذياع ومحطّات الإرسال التلفزيونيّ، وخدمات تجميع الأنباء، ومؤسّسات طباعة الجرائد، استطاعت حكومات البلاد النامية الاتّصال بجمهور عريض من خلال هذه القنوات الاتّصاليّة.

يتوقّع من ذلك الجمهور العريض لوسائل الاتّصال الذي يميّز بمستويات عالية من الإقبال على استخدام هذه الوسائل بما تتضمّنه من اتجاهات ملائمة نحو التغير والتنمية، أن يكشف عن درجة عالية من الاطّلاع على الأحداث السياسيّة، وقابليّة أكبر لمعرفة المعلومات والأخبار المتّصلة بالتجديدات الصناعيّة. وما هو أكثر من ذلك أنّ وسائل الاتّصال الجماهيريّ تميّز بقدره عالية على تحديث الشعوب التقليديّة خاصّة عندما تدمج بالاتّصالات المتبادلة على مستوى الأشخاص في جماعات المناقشة والحوار ذات الحجم الصغير. وربما تمكّن وسائل الاتّصال جمهورها في المجتمعات النامية من ممارسة الضغط على الصفوة الحاكمة، ولكن الطاقات الكبرى لهذه الوسائل قد تجمد في كثير من الأحيان عن أن تمارس وظائفها الحقيقيّة نظرا للأولويّة التي تحظى بها تلك الصفوة في الاستحواذ على ضبط ورقابة مؤسّسات الاتّصال التي تعتبر في أغلب الأحيان من أهمّ أسلحتها

III. أهمّ المتغيّرات المؤثّرة في عمليّة الاتّصال وتأثيرها في التغيّر الاجتماعيّ :

* تعليم الكبار (محو الأميّة) : لا يمكن أن نتوقّع من القرويين إقبالا ذاتيا على وسائل الاتّصال المطبوعة ما لم نضمن تعليمهم بواسطة محو أميتهم. وتشير إحدى الدراسات في هذا المجال إلى أنّه على الرغم من أنّ الإذاعة والأفلام والتلفزيون تعتبر وسائل اتّصال قادرة على الوصول إلى الأميين، إلّا أنّ هناك شاهدا على أنّ الريفيّين

المُعلِّمين في كولومبيا هم أكثر ميلا إلى أن يبرزوا ضمن جمهور الإذاعة من الريفيين الأُميين، حيث بلغت نسبة الريفيين المُعلِّمين الذين يستمعون إلى الإذاعة ضعف نسبة الريفيين الأُميين الذين لا يستمعون إليها.

* التعليم الرسمي: يرتبط بمحو الأُمية الوظيفي عامل آخر، وهو عدد سنوات التعليم الرسمي، باعتبار أن هذا التعليم يمكن أن ييسر الإقبال على وسائل الاتصال الجماهيري ويشجعه، وتشير بيانات الدراسة التي أجريت في كولومبيا إلى أن الارتباط بين التعليم الرسمي والإقبال على وسائل الاتصال أعلى من الارتباط بين محو الأُمية الوظيفي والإقبال على تلك الوسائل.

* الانفتاح على العالم الخارجي: أكدت الدراسة بوضوح شديد وجود علاقة موجبة بين الإقبال على وسائل الاتصال الجماهيري والانفتاح على العالم الخارجي، فالإقبال على وسائل الاتصال والرحلات التي يقوم بها القرويون إلى المراكز الحضريّة وسيلتان تمكّنان هؤلاء القرويين من الاحتكاك بالعالم الذي يمتدّ خارج حدود قريتهم، فالقروي الذي يحاول السفر إلى مركز حضريّ يعتبر أكثر ميلا إلى أن يكون على دراية مستمرة بما يحدث في المراكز الحضريّة من خلال وسائل الاتصال الجماهيري أيضا.

* المكانة الاجتماعيّة: دلّت الدراسة على أن المبحوثين الريفيين ذوي المكانة الاجتماعيّة الأعلى يكشفون عن معدّلات إقبال أعلى نحو وسائل الاتصال الجماهيري، فهم قادرون -اقتصاديا- على اقتناء إمكانيات وسائل الاتصال كجهاز المذياع، والتلفزيون التي تعتبر في حدّ ذاتها بمثابة رموز للمكانة.

* السن: إن كبار السنّ من القرويين الذين كشفوا عن مستويات تعليم منخفضة نسبيا وعن مكانة اجتماعيّة دنيا، كانوا أقلّ إقبالا على وسائل الاتصال الجماهيري، وربما يعتبر القرويون المسنون أقلّ عصريّة في اتجاهاتهم وقيمهم، ممّا يجعلهم أقلّ اهتماما بالإقبال على تلك الوسائل ذات المضامين العصريّة، والتي تتميز بطابعها التحديثي.

وباختصار، فإنّ المتغيّرات المتّصلة بمحو الأُمية، والتعليم الرسمي، والانفتاح على العالم الخارجي، والمكانة الاجتماعيّة والسنّ، تمارس تأثيرها في تحديد من هم الذين يدخلون ضمن جمهور وسائل الاتصال أو لا يدخلون. (7)

نتائج الإقبال على وسائل الاتصال الجماهيري (المتغيّرات التابعة):

هناك فكرة نظريّة تشير إلى وجود نتيجة عامّة للإقبال على وسائل الاتصال الجماهيريّة لدى القرويين، وهي التي تتمثّل في: نموّ اتجاهات تتميز بالتحديث والعصريّة، وتبني أفكار جديدة (فيما يتعلق بالتكنولوجيا والتطلّعات) ومزيد من المعرفة السياسيّة والتفهم والتبصّر. ومن الملاحظ أن الفحص الإمبريقيّ الذي تمّ في نطاق بحوث محدودة يميل إلى تدعيم هذه الفكرة النظريّة، وسوف نتعرّض فيما يلي لأهمّ مضامين تلك النتائج:

* الاستبصار الوجداني: وهو يشير إلى قدرة الفرد على أن يضع ذاته مكان شخص آخر، حيث يدرك دوره تمام الإدراك ويحسّ بإحساسه. وتقاس درجة الاستبصار الوجدانيّ بعدّة طرق، من بينها معرفة مدى قدرة الريفيين على تصوّر الأدوار التي يقوم بها القادة المحليّون الريفيّون، أو الموظّفون الحكوميّون، أو الوزراء، أو الرؤساء... وتشير نتائج بحوث كثيرة في هذا الصدد إلى وجود ارتباط بين الإقبال على وسائل الاتصال الجماهيريّ ودرجة الاستبصار الوجدانيّ، حيث يعمل هذا الإقبال على تزويد الريفيين بالمعلومات والمعارف المتّصلة بالأدوار الجديدة، كما أنّه يجعلهم يتقمّصون الأدوار التي تعرض في برامج ومضامين وسائل الاتصال الجماهيريّ.

* القابلية للتجديد : تشير القابلية للتجديد إلى درجة السبق التي يكشف عنها فرد في قراره لتبني أفكار جديدة، والذي يسبق به غيره من الأفراد في نفس النسق الاجتماعي. وهنا توجد علاقة إيجابية ودالة بين الإقبال على وسائل الاتصال وبين القابلية للتجديد في مجالي الحياة الزراعية والمتزلية، في عدد من المجتمعات الريفية في كل من أمريكا وأوروبا. ومع ذلك، فهناك مجتمعات ريفية لم تكشف عن وجود أية وسيلة اتصال جماهيرية رسمية بها في أية مرحلة من مراحل تبنيها لشكل أو لآخر من أشكال التجديد في حياتها الزراعية، ومن أمثلة هذه المجتمعات : باكستان، والمكسيك وكولومبيا. وهذا يجعلنا نتوصل إلى النتيجة التالية بشأن العلاقة بين الإقبال على وسائل الاتصال والقابلية للتجديد :

" ربما يقتصر دور وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمعات الأقل نموًا على تهيئة اتجاه عام نحو الأفكار الجديدة، أو ما يسمّى ((تهيئة المناخ المناسب لعملية التحديث)) أكثر من قيامها بتوفير المعلومات التفصيلية اللازمة لتبني هذه التجديدات". (8)

ورأينا في ذلك من هذا القول أنّ وسائل الاتصال الجماهيري لا تستطيع أن تنقل إلى الريفيين تفاصيل فنية دقيقة عن التجديدات، بل تشير التجربة الخاصة بمنتديات الإذاعة في مزارع الهند خصوصا إلى الدور الهام لوسائل الاتصال الجماهيري في نشر التجديدات، وخاصة عندما تستخدم بدجها مع الحوار المنظم والمتبادل بين الأشخاص. * المعرفة السياسية : تستخدم وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمعات النامية لنقل الأنباء والحوادث السياسية، ولذلك يكون من الملائم أن نتوقع وجود ارتباط إيجابي بين الإقبال على وسائل الاتصال والمعرفة السياسية. وفي هذا الصدد، يشعر رؤساء الدول والحكومات في تلك البلاد أنّ وسائل الاتصال الجماهيري تعدّ أدوات قوية لنقل الأنباء السياسية، علاوة على أنّها تستخدم كعامل لخلق المواطن المنتمي الذي يشارك في سياسات مجتمعه ويتميز بالروح الوطنية.

* الدافعية للإنجاز : وهي القيمة الاجتماعية التي تؤكد على رغبة الجماعة في التفوق من أجل تحقيق الإحساس بالبراعة والكياسة في المجتمع، وقد أشارت إحدى الدراسات في هذا الشأن إلى أنّ الدافعية في الإنجاز تعدّ سببا في النمو الاقتصادي القومي وفي التحديث على المستوى الفردي.

وإذا قامت وسائل الاتصال الجماهيري بتوفير ما يلزم من مادة علمية وإعلامية عن الدول الأكثر تقدما، وعن ملامح الحياة الحضريّة الحديثة، فرما تخلق لدى الريفيين الذين يقبلون أكثر على وسائل الاتصال الجماهيري، مستويات أعلى للدافعية للإنجاز، وذلك من خلال عملية المقارنة.

* التطلعات التعليمية والمهنية : يكشف الريفيون الذين يقبلون أكثر على وسائل الاتصال الجماهيري عن تطلعات تعليمية ومهنية عليا بالنسبة لمستقبل أبنائهم، فبدون أن يطلع الريفيون، في القرى التقليدية والمنعزلة نسبيا، على فرص الحياة وظروفها في ((العالم الخارجي)) سيظلّون جاهلين بمستويات المكانة التي يمكن لأبنائهم أن يحققوها، ذلك لأنّ الاطلاع على مستويات معيشية مختلفة، من خلال الاحتكاك بوسائل الاتصال، لا بدّ وأن يؤدي إلى تطلعات أعلى باستمرار. (9)

خاتمة :

من كلّ ما سبق، يمكن أن نستنتج أنّ الإنسان يعيش في عالم اتّصاليّ يسوده العديد من المنجزات، وهذه المتغيّرات بفعل الحراك والتغيّر الاجتماعيّ الذي تعرفه المجتمعات تؤثّر على هذا الفرد، فيجد نفسه مضطّرّاً إلى أن يتكيّف مع هذه المتغيّرات، والسبيل الوحيد الذي يساعده على هذا التكيّف هو وجود وسائل اتّصاليّة تشعره بالنجاح في اتّصاله، ولهذا يوجد الاتّصال في كلّ مكان وفي كلّ لحظة، وهو بذلك شيء لا غنى عنه.

قائمة المراجع :

- (1) إعداد مجموعة من الأساتذة، عالم الاتّصال، ديوان المطبوعات الجامعيّة، الجزائر، 1990، ص 11.
- (2) محمد عاطف غيث، الاتّصال الجماهيريّ والمجتمع الحديث، دار المعرفة الجامعيّة، القاهرة، مصر، 1998، ص 316.
- (3) Lucia. W, Communication et politique de développement, Université press, 1963, p 33.
Hamid bettaha, communication et mondialisation cas de l'algerie,
- (4) colloque bilatéral franco- romain, CIFSIC, université de cucarest, 28 juin- 3 juillet, juin 2003, p24, HAL archives –ouvertes .Fr, archivesic.ccsd.cnrs.fr, . Le 10/11/2014.
- (5) ثروت مكي، النخبة السياسية والتغيير الاجتماعي، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2005، ص 125
- (6) إنتصار إبراهيم عبد الرزاق و صفا حسام الساموك : الإعلام الجديد وتطور الأداء والوسيلة والوظيفة ، ط1، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة ، جامعة بغداد ، 2011 ص 44
- (7) عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، دار الشروق ، عمان ، ص 13
- (8) George Rodman .mass media in a changing world .New York .2009.Mc Graw .p 07
- (9) Terry Flew .New Media .an introduction .London . oxford University .Press .2008 .p29