

نماذج النظرية المفسرة لدور وسائل الإعلام في التغيير الاجتماعي والثقافي-قراءة تاريخية -

الباحثة لبنى سويقات - جامعة وهران 2

إشراف أ.د/ عبد القادر عبد الإله- جامعة وهران 1

الملخص:

شهد العالم موجة من الحركات التحررية مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين، راحت على إثرها كثير من بلدان العالم تشق طريقها نحو النمو وبناء ما هدمته سنوات الاستعمار، وبدأت حكومات كل واحدها منها تبحث عن السبل الملائمة والآليات، التي تتواءم ومقوماتها والإمكانات المتاحة لها، وذلك من خلال تبني منظورات مختلفة في عمليات التنمية والتحديث والتطور الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي. وما كاد عقد الخمسينات من القرن الماضي يصل إلى نهايته، حتى ظهرت في عدد من الدول أصداء لنظريات وأفكار تتحدث عن الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الاتصال والإعلام في التغيير الاجتماعي والتنمية الوطنية في المجتمعات النامية. وكانت أولى الطروحات وأكثرها تأثيراً في هذه المجال، نموذج المفكر والباحث الإعلامي دانييل ليرنر حول العلاقة بين تحضر الإنسان وتمدنه وبين تعرضه لوسائل الإعلام، تلتها أفكار كل من الباحث وليور شرام عن الدور الذي يمكن ان تقوم به وسائل الإعلام خدمة للتنمية الوطنية، ثم الباحث أفريت روجرز حول الطريقة التي تنتشر بها الأفكار والابتكارات، وعوامل ومراحل تبنيها من قبل الأفراد. وقد اكتسبت هذه النماذج أهمية بارزة، ونالت درجة عالية من الثقة في أوساط السلطات والحكومات وحتى المفكرين والباحثين، لما جاءت به من تصورات متسمة بالواقعية، كونها ركزت في تحليلاتها على نتائج الدراسة الميدانية. تأتي هذه الورقة البحثية من أجل تسليط الضوء على التفسيرات التي تقدمها هذه النماذج الثلاثة لعلاقة وسائل الإعلام بتغير المجتمع، من خلال القراءة التاريخية لتطور كل نموذج ومفاهيمه ومنطلقاته المعرفية.

الكلمات المفتاحية:

نموذج، التغيير الاجتماعي والثقافي، التحديث، المجتمع التقليدي، المجتمع العصري، وسائل الإعلام، تنمية وطنية، مستحدثات.

أولاً) نموذج إجتياز المجتمع التقليدي The passing of Traditional Society:

وضع عالم الاجتماع الأمريكي "دانيال ليرنر" Daniel Lerner نهاية الخمسينات من القرن الماضي، واحداً من أهم النماذج في تحديث المجتمعات، وذلك بعد جملة من البحوث والدراسات التي تمحورت غالبها في علاقة وسائل الإعلام بالتحديث والتغيير الاجتماعي. وقد انتهى ليرنر بعد سلسلة الدراسات الميدانية التي أجراها حول الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية على مجموعة من دول العالم السائرة في طريق النمو، في مقدمتها بلدان الشرق الأوسط، إلى بلورة نموذج هذا، وتكّلت بحته بميلاد كتابه: «The passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East» عام 1958. (1) حيث أشار ليرنر من خلال هذا النموذج إلى العديد من المشروعات التنموية الاقتصادية والاجتماعية التي حدثت في الدول النامية، وجعلت من عملية التحديث عملية مستهدفة ومخططة لظهور مجتمعات جديدة أكثر تطوراً وتقدماً، أسماها بظهور ثورة التوقعات أو مرحلة الإلهام، وذلك بعد أن عاشت هذه الدول النامية مرحلة من المعاناة، والأمل الضائع أو المفقود والللاوعي. (2) إذ أنّ تأسيس نموذج ليرنر قد تزامن مع تخلص معظم الدول النامية من وطأة الاستعمار، وما خلفه فيها من مظاهر سلبية على كافة المستويات والأصعدة.

1 - مراحل البحث وبناء النموذج:

تعود اللبنة الأساس في بناء هذا النموذج إلى البحوث المتقدمة لدانيال ليرنر، عندما التحق عام 1944 بقسم الدعاية PWD (قسم الدعاية الحربية) بالجيش الأمريكي، أين عمل كرئيس تحرير بفرع المخابرات، فكانت مهمته وقتها مع مجموعة من المختصين تحليل الطرق التي يمكن من خلال كسب تأييد الناس لسياسة التحالف الأطلسي ضد النظام النازي الألماني أن ذلك، أين قدّم تصنيفاً ثلاثياً لهؤلاء الناس (المعارضون، المحايدون، والمؤيدون)، واعتبر فيه الفئة الوسطى المحايدة والمثلة بالأغلبية هي الأكثر استهدافاً بالمحتويات الدعائية. بعدها استطاع ليرنر الاندماج مع فريق المختصين في بحوث وسائل الإعلام والتغيير الاجتماعي مع الباحث لاسويل Lasswell، الذي سيصبح مساعداً له طيلة ستة (06) سنوات في مشروعه "الثورة وتنمية العلاقات الدولية" RADIR، بجامعة ستانفورد Stanford. (3) ولعل تجربة ليرنر مع قسم الدعاية PWD هذه، ثم اندماجه مع

فريق لاسويل، هي ما سيساعده في أطروحاته وبحوثه اللاحقة. لأنّ الجدير بالملاحظة هنا هو أنّ ليرنر سيعتمد ذات الأسلوب التحليلي فيما بعد، وسينتهي إلى ذات التصنيف في وصف الناس المستهدفين بعملية التحديث أو العصرية في نموذجهم.

أنهى ليرنر مشروع بحث الثورة وتنمية العلاقات الدولية RADIR في 1950، وانطلق مع لاسويل وزملاءهم بجامعة كولومبيا Columbia، في مشروعهم الجديد حول "صوت أمريكا وتأثيرها على شعوب منطقة الشرق الأوسط" تحت مسمى «VOA Middle East»، والذي يموله مكتب الدراسات الاجتماعية التطبيقية BASR، أين تمكّن ليرنر وبنفس الأسلوب التحليلي السابق من تقسيم الشعوب في منطقة الشرق الأوسط إلى ثلاث أصناف: التقليديون traditionnels، الانتقاليون passeurs، والعصريون modernes، واقترح في بحثه أن على رسائل صوت أمريكا أن تركز على فئة الانتقاليين من أجل تغيير العقلية الشرقية لشعوب المنطقة، حيث استمرّ ليرنر في جمع البيانات وتحليلها في إطار هذا المشروع البحثي حتى بعدما انتقل للعمل بمعهد ماساشيوسيت للتكنولوجيا MIT عام 1953، (4) بغية الوصول إلى نتائج مقارنة بين دول الشرق الأوسط قيد الدراسة.

لقد اعتمد بحث "ليرنر" على دراسة استطلاعية في 6 دول من الشرق الأوسط هي: (مصر، تركيا، سوريا، إيران، لبنان، والأردن)، استجوب فيها عينة قدرها 1357 مفردة، من أجل الكشف عن تصنيف نظري للمجتمع المتخلف - أكثر منه الوصول إلى عينة تمثيلية-، كما اعتمد كذلك على مادة تعليمية حصل عليها من 54 دولة أخرى. (5) حتى تسمح له بتكوين تصور نظري عام عن الفروقات التي تميّز بلدا عن آخر. ما مكّن ليرنر من تقديم سلم لمستويات التحديث في مختلف القطاعات السكانية بكل بلد من البلدان الست المدروسة، واستخلص أن تركيا ولبنان استفادت من الاستقرار، بعكس سوريا ومصر اللتان تواجهان عدم الاستقرار بسبب الفرق الكبير بين مستويات التحديث، بعدها اختبر ليرنر خمسة عوامل، من أجل فهم أكثر لنطاق التوجه نحو المشاركة الاجتماعية للمجموعات الثلاث المحددة سابقا (التقليديون، الانتقاليون، والعصريون) في كل بلد، وهذه العوامل هي: (التقمص العاطفي للصحافة العمومية الحديثة، مجموعات الأخبار، مجموعات الرأي، التعاسة، العجز الجنسي)، وقد اختبر ليرنر ثقل كل عامل من بينها على فئات الشخصيات الثلاث في الدول الستة السابقة الذكر. (6) ليتجه ليرنر بعدها لدراسة 22 دولة أخرى، وجد من خلالها مجموعة من العلاقات الارتباطية بين التحضر (التمدن) ومستوى محو الأمية، وبين مستوى محو الأمية والمشاركة في وسائل الإعلام. (7) بالإضافة إلى علاقات ارتباط بين العوامل الثلاثة السابقة ومستوى التقمص العاطفي لدى شخصيات الفئات التي صنّفها، ووجد ليرنر أنّ التمدن يأتي كمرحلة أولى نحو التحديث، ثم محو الأمية كمرحلة ثانية، وأخيرا المرحلة الثالثة المشاركة في وسائل الإعلام، حيث يظهر المجتمع التشاركي، وقد لاحظ أن النمو في مشاركة وسائل الإعلام قد أدى إلى رفع من مستوى المشاركة في قطاعات أخرى من النظام الاجتماعي. (8) وهنا يعتبر ميلاد المجتمع التشاركي، القائم على مشاركة الأفراد في الشؤون العامة، والممارسة الفعلية لدورهم كمواطنين كاملين الحقوق، ولعب دور في رسم السياسات العامة للبلاد جنبا إلى جنب مع السلطة الحاكمة، هو المثال على ظهور المجتمع الحديث.

وهكذا توصل ليرنر إلى أن عملية التحديث هذه تحدث في جميع المجتمعات، فالانتقال إلى المدن يزيد من نسبة المتعلمين، وزيادة نسبة المتعلمين كانت تعني زيادة نسبة من يتعرضون لوسائل الإعلام، وزيادة التعرض لوسائل الإعلام سارت موازية لاتساع نطاق المساهمة الاقتصادية (أي الدخل القومي)، والمساهمة السياسية (أي الانتخاب)، ذلك التسلسل في المجتمعات الغربية هو حقيقة تاريخية، فعملية التحضر هي عملية عالمية. (9) وهنا يعتبر ليرنر أن التسلسل لسيرورة عملية التحديث هذا هو التسلسل المنطقي والمعياري الذي يمكن أن يحدث في كل المجتمعات بغض النظر عن الطبيعة التاريخية والثقافية لها، فنموذج إجتياز المجتمع التقليدي في نظره، هو نموذج عالمي.

2 - عناصر النموذج:

لقد طرح ليرنر مفهوم التحضر على أنّه اتجاه دنيوي عقلائي، ينقل الأفراد من الحياة التقليدية إلى حياة عصرية، تزداد فيها مساهمة الأفراد في الشؤون العامة للمجتمع، وفي خلال هذه العملية يبدأ المجتمع التقليدي في الزوال. (10) ولذلك فإنّ هذا النموذج يعتمد على مجموعة من العناصر، التي ترتبط مع بعضها، مشكّلة مخطط لبناء الرجل العصري أو الرجل الحديث.

(أ) الشخصية المتحركة وقدرتها على التقمص العاطفي Empathy:

انطلق "ليرنر" من افتراض مفاده أنّ انتشار عناصر حديثة في المجتمع ممكن، مع ضرورة تحول الشخصية التقليدية إلى شخصية عصرية. لكن السؤال المطروح هنا حسبه هو كيف تخلق عملية التحديث - التي تعدّ وسائل الإعلام عمودها

الفقري- شخصية جديدة تمثل الرجل المعاصر؟ وكيف يحدث التحول بين الشخص الثابت والشخص المتحول؟(11) ويجد ليرنر الإجابة عن سؤاله هذا في عملية التقمص العاطفي **Empathie**. فالشخصية المتحركة **la personnalité empathique** أو التي تقوم بالتقمص العاطفي حسب ليرنر، تفتح الطريق لاجتياز المجتمع التقليدي نحو المجتمع التشاركي، أو بشكل آخر المجتمع الحديث.(12) حيث أن التقمص العاطفي هو متغير نفسي، يشير إلى طابع نفسي يمكن الفرد من أن يعيد تصنيف النظام الذاتي الخاص به في وقت قصير، وهذه الشخصية مجهزة بآليات ضرورية لإدراج متطلبات جديدة، وهذه الآليات تعمل على مستويات: الإسقاط **projection** "تحديد الشيء بوسمه بالسمات المفضلة في الذات"، والإدماج **introjection** "أن ننسب للذات بعض سمات الشيء المرغوبة"، وبشكل مختلف التقمص العاطفي هو "الآلية الداخلية التي تمكن الشخص المتحول حديثا من التعامل بكفاءة في عالم متغير.(13) ويشرح هنري سميث ذلك أكثر بقوله أنها القدرة على أن يتصور الإنسان أن أحاسيس وتفكير وتصرف شخص آخر هي أحاسيسه وأفكاره وتصرفاته، فهي قدرة الفرد على أن يتصور نفسه في مكان شخص آخر.(14) وبمعنى بسيط أن يتصور الفرد نفسه في مواقع اجتماعية أخرى، فالشخص كثير الخبرات وعميق التجارب، غالبا ما يتعامل بكفاءة مع محيطه والرسائل التي يستقبلها منه، ذلك أن من أساسيات نجاح العملية الاتصالية قدرة المتلقي على تأويل الرسائل، وكلما اقترب المتلقي من مرجعية المرسل زال التشويش واتضحت الرؤية، وعليه يصبح على الرجل التقليدي أن يتقمص أدوارا معيارية تساعده على التحول ثم بناء الشخصية العصرية.

وقد افترض ليرنر أيضا أنه بحلول القرن العشرين، أصبحت خاصية التقمص العاطفي تكتسب أساسا عن طريق وسائل الإعلام، التي قامت بنقل العالم الخارجي إلى الأفراد الذين لم تتح لهم الفرصة لكي يسافروا أو يتركوا مجتمعاتهم المحلية، حيث كانت هذه الخاصية تكتسب قبلا في الماضي بتحريك الأفراد ماديا وانتقالهم من مكان لآخر واختلاطهم بالآخرين.(15) وذلك أن الناس الذين يرتحلون دائما، ويغادرون أوطانهم لاكتشاف عوالم جديدة، عادة ما يملكون من التجارب ويكتسبون من الخبرات التي تسمح لهم باستيعاب ما تفرضه الظروف المتجددة، فهم يتمتعون بأفق واسع وقدرة على تحليل المواقف والتكيف مع أي مطالب يفرضها المحيط الخارجي، لأنهم وببساطة شخصيات متحركة، على عكس أولئك المغلقون على مجتمعاتهم الضيقة، والذين غالبا ما تكون علاقاتهم في حدود القرابة، ما يحصر خبراتهم في حدود معاملاتهم اليومية البسيطة، ما يخفض مستوى ادراكهم للوقائع، وبالتالي الخوف من كل ما هو جديد ثم رفضه. لهذا يتوقع ليرنر أن "التحول الذهني" يبدأ من توسع السفر الجسدي، ويقارن هنا بين المسافر ومستخدم وسائل الإعلام، فيقول أن في حين يكون المسافر عرضة للدهشة من المشاهدات والأصوات الغريبة، فإن متلقي رسائل وسائل الإعلام من حظه وعلى سبيل الترحيح أن يستمتع بالنسخة المكونة والمؤلفة للواقع الجديد.(16) وعليه فإن وسائل الإعلام ما هي إلا تلك العناصر المادية الحديثة، وأن انتشارها ووصولها إلى الأفراد سيعوض سفر الأجساد، وسيختزل لهم العالم بين أيديهم، فيدفعهم نحو التقمص العاطفي فيأخذ الأفراد القضايا العامة على محمل شخصي، مما يزيد من رغبتهم في المشاركة والالتفاف حول شؤون مجتمعاتهم.

ب) وسائل الإعلام عامل مضاعف للحراك **The Mobility Multiplier**:

إن الفرد التقليدي حسب ليرنر لا يتسم بالشخصية المتحركة التي تجيز له الانتقال إلى فرد عصري، ولذلك يعتقد ليرنر بضرورة اتصاله بالعالم الخارجي بطريقة ما قبل أن يصبح منفتحاً عليه، وهذه الصلة قد تكون فعلية أي عن طريق سفر الشخص بالفعل إلى خارج مجتمعه، أو قد تكون ذهنية أي عن طريق الاتصال بخارج المجتمع من خلال وسائل الإعلام، حيث تأتي إمكانية استخدام وسائل الإعلام كعوامل مساعدة على "خفة الحركة"، على اعتبار أن الإنسان الذي يتمتع بخفة الحركة له قدرة عالية على الارتباط العاطفي بالجوانب الجديدة في البيئة التي يعيش فيها.(17) وعليه فإن صناعة شخصيات متحركة مدفوعا بوسائل الإعلام ما هو إلا إنتاج شخصيات موهوبة خفيفة الحركة، من خلال حراك نفسي يؤدي إلى التحديث النفسي، ومن ثم الحراك الاجتماعي.

إن جميع ثورات التاريخ تشير إلى أن المؤشرات التي تحدد الحداثة هي من نظام متشابك، ومن ذلك يؤمن ليرنر أن أي مجتمع حديث لن يعمل بكفاءة دون نظام متطور لوسائل الإعلام مثله مثل الأنظمة الأخرى، وقد حدّد ليرنر نظامين تاريخيين للاتصال الجماهيري، النظام الشفوي ووسائل الإعلام الحديثة، وحسب تحليله فإنه يكون اتجاه التغير هو دائما من الشفوي نحو نظام وسائل الإعلام، أما درجة التغير هو الارتباط الدال الذي يظهر بين نظام وسائل الإعلام مع التغير بقطاعات رئيسية

أخرى في النظام الاجتماعي. (18) وعليه يؤكد ليرنر على دور وسائل الإعلام في تعبئة الجماهير وتوجيههم في المجالات المختلفة، ويرى أن الأفراد الذين يعيشون معا في نظام سياسي واحد يطورون طرقا لتوزيع المعلومات جنبا إلى جنب مع السلع الأخرى، وتتدفق هذه المعلومات بشكل تفاعلي مع توزيع السلطة والثروة والوضع الاجتماعي لتشكل نظاما متناسقة بإحكام، حيث يعد نظام الاتصال مؤشرا للتغيير في النظام الاجتماعي الشامل. (19) وهكذا فإنه وعلى اختلاف المجتمعات، والفترات التي تمرّ بها ومدى تطور وسائل الاتصال في تلك الفترة، فإنها تلعب بشكل أو بآخر دورا تحفيزيا، يَضَعُف من سرعة التحوّل، ويقلّص مدّته.

ج) نحو نموذج التحديث:

لقد قدّم ليرنر نموذجا اعتبره عالميا، يصف فيها التحديث كعملية تجتاز ثلاث مراحل رئيسية، الأولى تتصل بالتحضر عن طريق تكوين المدن، وهي مرحلة ضرورية لنشأة الاقتصاد الحديث، وفي نطاق المدن وفي داخل البيئة الحضرية تتطور المرحلتان التاليتان وهما: التعليم والإعلام، فالتعليم من المهارات الأساسية لإعداد الفرد للقيام بواجباته وزيادة قدراته على التفاهم والاستفادة من وسائل الاتصال، كما أن الإعلام ينقل الفرد من العالم المحدود الذي يعيش فيه إلى مجالات أرحب وأوسع، ونتيجة للتفاعل بين هذه العوامل الثلاثة التحضر والتعليم والإعلام، تنمو الشخصية العصرية في المجتمع. (20) وحسب المخطّط الذي رسمه ليرنر عن التحوّل من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحديث، فإنّه يشترط وجود طبقة صغيرة من النخبة المؤيدة لتحديث المجتمع، والتي تبدأ في ادخال عناصر التحديث، هذه الطبقة المحدثة تخلق طبقة من الانتقاليين، الذين يسعون للتغيير، ويرون أنفسهم كمستفيدين من التحديث، في حين أن التقليديون (الذين يمثلون غالبية الناس) غير مهتمين بالمشاركة الاجتماعية. (21) فكما أسلفنا أنّ ليرنر وصف في بحثه ثلاثة أنواع من الشخصيات في الشرق الأوسط والمجتمعات التقليدية عامة هي: التقليدية، الانتقالية (أو المتحوّلة)، والعصرية، ولشرح جيد مكانة كل فرد من متغير الحداثة، ارتكز على درجة تقمصه العاطفي. ومن ذلك توصّل ليرنر إلى أنّ انتقال المجتمع فرصة يرغب الكثير من الناس الانخراط فيها، والفرق بين الانتقالي والتقليدي يكمن في السلوكات والاستعدادات، والاستعداد هو تقمص عاطفي والسلوك هو الرغبة في تحقيق وإدارك ما كنا قد تصورناه سابقا فقط. (22) وهنا أضاف "ليرنر" أنّ وسائل الإعلام تلعب دورا كبيرا في دفع الناس وتحريكهم نحو التقمص العاطفي، حيث تقدم هذه الوسائل العديد من النماذج التي يمكن أن يتوحد معها جمهور المتلقين، ويحاولون إسقاط هذه النماذج على أنفسهم وإدماجها في حياتهم الخاصة، ونتيجة لزيادة وسائل الإعلام وتغلغلها في حياة الأفراد، فإنها تسرع من عملية التقمص العاطفي الذي يميز الأفراد في المجتمعات المتحضرة. (23) على الرغم من أن ليرنر حاول تأطير التقمص العاطفي نظريا في المجتمع التقليدي، إلا أنّ ذلك تحوّل إلى غموض يطرح تحديًا عن تفاعل المجتمع التقليدي مع العناصر الحديثة، وهو يعلم أن وحدها أدوات التكنولوجيا لا تصنع الحداثة، وعبر عن ذلك قائلا: "لا يمكن إختراق الحواجز التقليدية من عزلة وتجاهل ولا مبالاة بمجرد تركيب محطة راديو"، وأضاف أنه لا يقدم نموذجا بديلا، فلا يمكن بأية حال تأطير الجدل القائم بين انتقال العناصر الحديثة وتلقيها من طرف المجتمعات التقليدية نظريا". (24) وهنا يجب الملاحظة أن ليرنر يعتقد بضرورة بتدخل حكومات الدول في بثّ طاقة الشعوب من أجل الوصول إلى الحراك الذهني، رغم أنّه يعتقد كذلك بالإصرار الذاتي على نموذج معين للتغيير الاجتماعي عبر التاريخ. (25) وعلى ذلك فإنّ نموذج إجتياز المجتمع التقليدي قد قدّم تصوّرا عن المراحل التي يمرّ بها المجتمع التقليدي وصولا إلى المجتمع الحديث، أين يظهر في كل مرحلة فئة من الناس (التقليديون في المجتمع التقليدي، والانتقاليون في مرحلة التمدّن والتعلّم، ثم العصريون في مرحلة المجتمع التشاركي أو الحديث)، حيث يتم الانتقال بين هذه المراحل تحت تأثير التقمص العاطفي الذي تعمل وسائل الإعلام على تحفيزه، من خلال تسهيل الحراك الذهني وبناء شخصيات نموذجية.

لقد تأثرت معظم نظريات التنمية المبكرة بنموذج ليرنر الذي عُرف بنموذج "إجتياز المجتمع التقليدي"، والذي يفترض أساسا أن التقاليد والأطر المرجعية الدينية، وبالأخص مرجعيات المجتمع المسلم يمكن أن تشكل معوّقات للتنمية. (26) ما يفسّر قول ليرنر أن الدراسات الحديثة آن ذاك، قد دلّت على أن نفس النموذج الأساسي يعود إلى الظهور في جميع قارات العالم بصرف النظر عن تنوعها في اللون والعقيدة والثقافة، وهذا يعني أن أهمية النموذج الغربي ليست فقط في قيمته الأثرية بل تمتد إلى مشاكل التنمية في الدول المعاصرة في الشرق الأوسط. (27) أي أن النسق الغربي في التحديث، هو غربي من ناحية تاريخية فقط، ولكنه عالمي اجتماعيا، صالح للتطبيق على كل المجتمعات بغض النظر عن مرجعياتها. وهو ما دحضته الدراسات فيما بعد، من أنّ مسارات التحديث في الدول النامية مختلفة ومتنوعة، فالتغيير الاقتصادي السريع يمكن أن يحدث

بشكل أفضل في ظل أنظمة سياسية غير ديمقراطية كما في الصين أو روسيا، والتطور التكنولوجي الحديث يختلف أساسا عن التطور الذي ساد في الماضي لأن وسائل المواصلات والتطور الاقتصادي أنهى عزلة القرى وتغلب على حاجز الأمية، فلم يعد من الضروري على الفرد أن ينتقل إلى المدينة كي يحدث التطور والاعتماد على المبتكرات في حياته، فضلا على ذلك فإن المستوى الحالي للتطور السريع لوسائل الإعلام الحديثة جعلت التغيير الثقافي والاندماج الاجتماعي سهلا وسريعا بل وجعلت الطبيعة البشرية أكثر استعدادا لتقبل التغلغل الثقافي والتغيير الاجتماعي كما الحال بالنسبة لإشكالية العمولة.(28)

ثانيا) نموذج دور وسائل الإعلام في التنمية الوطنية **The Role of Information In National Development**:

يعد "ولبور شرام Wilbur Schramm أبرز رواد هذا الاتجاه، وأحد المؤسسين لنظرة دور وسائل الإعلام في التنمية الوطنية، وقد بلور نموذجه في مؤلفه الواسع الانتشار "أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية" **Mass media and national development: the role of information in the developing countries**، الذي قام بنشره عام 1964 بجامعة ستانفورد Stanford الأمريكية وبشراكة مع هيئة الأمم المتحدة UNISCO.(29) حيث جاء في تقديم UNISCO له- الكتاب- أنه نتاج دراسة أوكلمها لمدير معهد بحوث الاتصال السيد شرام، بعد أن عبّرت الجمعية العامة للأمم المتحدة عن قلقها جراء نتائج عملية مسح قامت بها، كشفت أنّ سبعين فالمائة من سكان العالم يعانون نقصا في إمكانيات الإعلام التي لا غنى عنها، وأنهم بذلك محرومون من الممارسة الفعالة لحقهم في الإعلام.(30) وعلى هذا يكون نموذج شرام لدور وسائل الإعلام في التنمية الوطنية نتاج مشروع أممي.

1 - التخلّف، التنمية، والتغيير الاجتماعي في منظور "شرام":

يعتقد شرام بأنّ المفاهيم الثلاثة (التخلّف، التنمية، والتغيير الاجتماعي) مترابط بعضها ببعض حتى من الناحية العملية، مؤكداً ذلك بقوله: "من أجل تنمية اقتصادية وطنية لا بد من تحوّل اجتماعي، ولاحداث هذا التحوّل الاجتماعي لا بد من تعبئة الموارد الإنسانية، كما ينبغي حل المشكلات الإنسانية الصعبة".(31) مما يستلزم التطرق إليها جميعا، كما يلي:

(أ) التخلّف مشكلة إنسانية:

ينطلق شرام في تحديد ملامح ظاهرة التخلّف، وضبطه كمفهوم مازال حوله كثير من الغموض حسبه، عندما يروي في بداية مؤلفه كيف أنّه عاش فترة بين أسرتين تنتميان إلى مجتمعات تقليدية زراعية واحدة من غرب إفريقيا والأخرى بجنوبي آسيا، وعلى الرغم من اختلاف الأسرتين من حيث التركيبة وطريقة وأسلوب الحياة والعادات والتقاليد، إلا أنّهما تنتميان إلى نفس شعوب البلدان النامية التي تهب عليها رياح التغيير في الوقت الحاضر هبوبا قويا، أو هو نفس العالم الموسوم بالتخلّف بالنظر إلى الدخل السنوي الفردي الذي حدّدته الأمم المتحدة بقيمة 300 دولار للفرد فيها، وهو المقياس الذي يرفضه شرام كلية من أنّ التخلّف الاقتصادي لا يعني التخلّف في كل النواحي، كون هذه الشعوب تملك من الموارد البشرية والمقومات الاجتماعية والتاريخية التي لم تستخدم استخدامها كاملا.(32) ولأجل ذلك، يدخل شرام في مجموعة من المقارنات بين خصائص البلدان المتقدمة اقتصاديا ونظيراتها، من أجل تحديد مفهوم التخلّف الذي يعتبره الحالة التي لم يجتز فيها النمو الاقتصادي والتغيرات الاجتماعية التي تصحبها، عتبة معينة بعد، وما ساعد بلدانا معينة على تجاوز هذه العتبة هو دخولها في تجربة الثورة الصناعية، وقبل الثورة الصناعية النهضة العلمية، على العكس من الدول المتخلفة التي كانت بعيدة عن مركز هذه الثورة، وهي اليوم تدفعها الرغبة الشديدة لتعويض ما فاتها، خاصة بعد خروجها من سيطرة الاستعمار الذي كانت تقبع تحته، بالإضافة إلى تطور سبل المعرفة والتعليم، وانتشار وسائل الاتصال الجماهيري.(33) ومن هنا برزت رغبة كثير من الشعوب وحكوماتها في تجاوز هذه الحالة والخروج من هذه الدائرة عن طريق ما يسمى بالتنمية القومية أو "التنمية الوطنية".

(ب) عملية التنمية تبدأ من تعبئة الموارد البشرية:

بعد الانتقاد الذي قدمه شرام للمفهوم الذي ساد طيلة السنوات الماضية عن التخلّف، وتصنيف البلدان المتخلفة، حاول في منظوره الجديد تقديم تصور عن عملية التنمية نفسها **the development process**، والتي يجد أن جوهرها يرتبط بالجانب الاقتصادي من حيث الزيادة السريعة في القوة الإنتاجية الاقتصادية للمجتمع، وهو ما تتفق عليه مجمل النظريات، وهنا يعد قطاع الصناعة المحرك وقوة الإنتاج هي مفتاح هذا المحرك، غير أنّ "القوة المحركة الأساسية" **the basic dynamic** لهذا القطاع هي الاستثمار من خلال الإدخار، حتى أصبح القانون الحديدي للنمو الاقتصادي "ادخر واستثمر في

الإنتاجية"، (34) وهنا يطرح شرّام سؤالاً مهماً عن مدى مقدرة بلد ما على الاستثمار في أكثر من قطاع؟ وما الحد الذي يسبق فيه معدل نموه السكاني؟ وهنا يربط شرّام التنمية بأبعاد اجتماعية أكثر منها اقتصادية، من أنّه إذا كانت التنمية تعني زيادة سريعة في إنتاجية المجتمع نتيجة لميكنة الزراعة، وأن قلة الإنتاج هو نتيجة لاستعمال الأدوات البدائية في الزراعة، وعدم وجود أو نقص السماد والافتقار إلى الآلات مع وجود نسبة عالية للاستهلاك، فإن هناك عدة متطلبات للتنمية يجب أخذها في الحسبان وهي التربية، محو الأمية، التدريب، المهارات الميكانيكية، التعليم، تحسين الصحة ووجود التسهيلات المعيشية. (35) إنّها عملية "تعبئة الموارد البشرية"، فإن أي أمة حديثة تتطلع إلى العلاء لا بد لها من أن تبذل جهوداً ضخمة في التعليم وتدريب المهارات، وهذا يتناول المدى كله من أعلاه إلى أدناه من محو الأمية إلى إنتاج علماء البحث، وتحت هذا المجال تندرج مهارات متباينة مثل الزراعة العلمية، وإدارة المعدات الآلية، وإصلاح أجهزة الراديو والسيارات والتركييب والمحاسبة وأعمال السكرتاريا وإدارة المصانع والمكاتب والتمريض، والطب والصحة العامة، والهندسة والتسويق والصحافة، ولتعزيز ذلك كله لا بد من قاعدة عريضة للتعليم، نسبة لها قدرها من عدد السكان تستطيع أن تقرأ وتكتب وتؤدي دوراً إيجابياً، وهنا يستشهد شرّام بقول فريدريك هاريسون من أن تقدم أمة من الأمم يعتمد أولاً وقبل كل شيء على تقدم شعبيها، فما لم تتم الأمة روح الشعب والطاقت البشرية فهي غير قادرة على أن تنمي أي شيء آخر مادياً، أو اقتصادياً أو سياسياً أو ثقافياً، لأن المشكلة الأساسية لمعظم الدول المتخلفة ليس الفقر في الموارد الطبيعية، وإنما التخلف في الموارد الإنسانية، ومن هنا كان واجبها الأول هو بناء الأفراد أو بناء رأس المال البشري. (36) ولعلّ هذا ما يؤكّد العلاقة بين مفهومي التنمية والتغيير الاجتماعي، على اعتبار أنّ المفهوم الأول يرتبط بالمستوى الاقتصادي والمفهوم الثاني بالبناء الاجتماعي وعناصر نظامه داخل المجتمع.

إن تعبئة الموارد البشرية تتطلب أن تحل قدر الإمكان سلوكات ومواقف منتجة محل السلوك والمواقف غير المنتجة، حيث تشمل المواقف المنتجة تلك التي تقف في صف التعاون في مجهود وطني طويل الأمد، من خلال نماذج وطنية تجعل التعاون وإمكان الحركة ميسوراً، وتخلق مواقف في صالح التجديد لتحقيق مكاسب آجلة، وهذه مسئولية الجميع بل أنها "مسألة أخلاقيات" حسب شرّام، ما يضع الإعلام ووسائله أمام تحدّ كبير، بين تأدية مهامه في تشجيع المواقف المنتجة رغم عدم تماشها ورغبات الناس وبين حمل الحقائق والمناقشات والإقناع والحجة، أي بين أن يطوعه ويستغله وبين أن يحرر الإنسان من الجهل. (37)

ج) وسائل الاتصال الجماهيري وكلاء التغيير الاجتماعي Agents of social change:

إنّ نجاح عملية التنمية الآن لم يعد مرهوناً بزيادة الإنتاج فقط، والتطور الصناعي والزراعي كقطاعات اقتصادية، بقدر ما هو مرهون بمقدرة الحكومات على تعبئة مواردها البشرية واستغلالها بشكل أمثل، وهو ما يستلزم إحداث تغييرات عميقة في البناء الاجتماعي ومقوماته من عادات، ممارسات، أوضاع، وعلائق في أي مجتمع راغب في النمو، غير أنّه وحسب "شرّام" فإنّ السلوكات والمواقف والعادات لا تتغير بسهولة في الغالب، وتصمد وراء جماعة ترفض التجديد وترى أنه بدعة، وهي لا تفكر في تنمية ثروات أفرادها وتحسين مستواهم المعيشي وتكتفي بالقليل، وهذه ذهنية لا تدفع للعمل ولا ترضى بمواجهة الصعاب وتحمل المسؤوليات للخروج من التخلف، كما لا تساعد على التنمية بل هي عرقلة في طريقها ولا بد من إزالتها للدخول بالمجتمع في التغييرات الضرورية، ومحاربة هذه الذهنية تكون بنشر المعلومات وتوزيعها على الجميع حتى يستطيع كل فرد أن يدرك بنفسه ضرورة هذا التغيير. (38) حيث تتولى وسائل الاتصال الجماهيري عملية توزيع هذه المعلومات، إذ يؤكّد شرّام على دور هذه الوسائل في خدمة التنمية الوطنية باعتبارها "وكلاء التغيير الاجتماعي" Agents of social change. (39) وهذا النوع من التغيير الذي ينتظر منها أن تعاون على تحقيقه هو الانتقال إلى عادات وممارسات جديدة، وفي بعض الأحيان إلى علاقات اجتماعية مختلفة، فلا بد أن يكمن وراء مثل هذه التغييرات في السلوك تغييرات في المواقف والمعتقدات والمهارات والأوضاع الاجتماعية. (40) ويؤكّد شرّام أنّ استعماله لكلمة ثورة عند الحديث عن التفاعل الاجتماعي مع الاتصال الجماهيري، لم يكن من محض الصدفة، فمنذ وجود وسائل الإعلام وهي تشارك في كل تغيير اجتماعي ذي أهمية، مثل الثورات الفكرية والسياسية والصناعية والثورات التي تحدث في الذوق والتطلعات والقيم. ولقد علمنا الإعلام القاعدة الأساسية التالية: حيث أن الاتصال هو العملية الاجتماعية الجوهرية، وحيث أن الإنسان قبل كل شيء يقوم بخلق المعلومات، فإنه عادة يصاحب التغيير الاجتماعي الرئيسي تغييراً في نوعية المعلومات مع استخدام أساسي ورئيسي لوسائل الاتصال. (41)

2 - وسائل الاتصال الجماهيرية في خدمة التنمية الوطنية:

من الملاحظ أنه في أي بلد يعيش مراحل الأولى من التنمية الاقتصادية والاجتماعية، أن تجد نظامين اجتماعيين يعملان جنباً إلى جنب: مدن عصرية إلى جانب قرى تقليدية، ونظامين اقتصاديين: التصنيع في العواصم الكبرى والمراكز إلى جانب الزراعة في الأرياف والضواحي، وكذا هو الحال بالنسبة لقطاع الاتصال، أين تعمل أجهزة الاتصال القديمة إلى جانب الجديدة، فنجد الصحيفة والإذاعة والسينما في المدينة في مقابل سيادة الاتصال الشخصي وأكثر فعالية في تغير العادات والسلوكيات من وسائل الإعلام، (43) غير أن "شرام" أكد على حاجة الدول النامية إلى نظام إعلامي وطني قوي.

أ) إنشاء وسائل الاتصال الجماهيرية في الدول النامية:

يرى "شرام" أن وسائل الإعلام وحدها من تقوم بمهمة التنمية الوطنية، قائلاً أنه "لابد من أن يتلقى الناس المعرفة التي يحتاجون إليها كي يستقر رأيهم فيما يتعلق بالمسائل الأساسية في المعتقدات والسلوك، ولا بد أن تكون هناك قوات للقيادة وفرصة لعرض الحوار إن وجد على الملأ، ولا بد أن يكون هناك إعلان يقصد به تشجيع المواقف والأنماط الاجتماعية والعادات المنتجة"، فالإعلام إذا ساعد على إدخال التغير في المجتمع لأنه الوسيلة الوحيدة الأكثر نجاعة في نشر المعلومات بين الناس وإقناعهم بضرورة التغير ويرى "شرام" أن هذا التكامل بين السلطة والإعلام من الوظائف الأساسية التي تقوم بها وسائل الاتصال العصرية لأن الإعلام يعجل بعملية التنمية. (44) وهنا يتساءل شرام عن الخطوات اللازمة لدولة سائرة في طريق النمو كي تجعل نظام الاتصال فيها عصرياً وفي خدمة التنمية؟

نشر وسائل الإعلام الإلكترونية: فقد استطاع التقدم الفني لوسائل الإعلام في السنوات الأخيرة أن يمكّن الحكومات القومية من تقديم أجهزة الراديو والأفلام وكل التسهيلات الإعلامية الأخرى لساكني القرى والأرياف وبطريقة اقتصادية. حتى تمكّنت حكومات الدول الأقل نمواً من الوصول إلى تجمعات أكثر عدداً من الجماهير من خلال محطات الإذاعة والتلفزيون ووكالات جمع الأنباء ودور طباعة الجرائد، التي ساعدت في تبليغها القدر المطلوب من المعلومات ونشر التعليم، مع إمكانية مضاعفة استخدامها بالمعادلات التي تتطلبها الجداول الزمنية للتنمية. (45)

دعم وسائل الاتصال الجماهيرية بوسائل الاتصال الشخصي: حيث اتضح أن الوسائل التقليدية للاتصال الاجتماعي مثل: السوق، والمقهى، والاجتماعات المحلية، وغيرها... يستمر تأثيرها لمدة أطول حتى في وجود الجريدة والإذاعة وغيرها من وسائل الاتصال الجماهيرية، كما تلعب قنوات الاتصال المباشر دوراً هاماً في تعميق أثر وسائل الإعلام في المجتمعات الأكثر تقدماً وفي بعض الدول النامية تقوم قنوات الاتصال المباشر بالقدر الأكبر من العمل. (46) ففي كثير من القرى كانت وسيلة الاتصال الوحيدة فيها بالحكومة وبرنامجهما للتنمية لمدة عدة شهور هي محصل الضرائب، وأحياناً الأخصائيين الاجتماعيين فقط، فكان الناس يعانون من خيبة الأمل إذ لم توجد قناة يعبر بها القرويون للحكومة عن رغباتهم وحاجاتهم، وعلى العكس من ذلك في قرى أخرى كتلك التي دخلت بها وسائل الإعلام، أين يمكن أن تصادف هيئة من العاملين الناشطين في مجال التنمية والخدمات الاستشارية في مجال الصحة والزراعة، مما يشعر القرويون فيها بحرية في الكلام مع قادتهم السياسيين المحليين، وبالثقة في أن كلمتهم ستصل إلى أسماع المسؤولين في الحكومة، ومن الواضح أن الحالة الأخيرة هي التي توفر الأرض الخصبة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية. (47)

ب) الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام في خدمة التنمية:

إن المهام الاتصالية الكامنة وراء التغييرات الاجتماعية في نطاق التنمية الوطنية ثلاث، أولاً: لابد للعامّة من الإعلام عن التنمية الوطنية، فاهتمامهم ينبغي أن يركز على الحاجة إلى التغيير، وعلى الفرص الداعية إلى التغيير، وعلى طرق التغيير ووسائله، بل وإذا أمكن ينبغي رفع تطلعاتهم وأمانهم بالنسبة لأنفسهم ولبلادهم، ثانياً: لابد من إتاحة الفرصة للمشاركة الذكية في عملية اتخاذ القرارات، الحوار ينبغي أن يتسع نطاقه ليشمل كل أولئك الذين ينبغي أن يقرروا التغيير، ولا بدّ من أن تتاح الفرصة للقادة حتى يقودوا، وللعامّة حتى يسمع صوتهم، ثم لابد أن تتضح مسائل التغيير وتناقش البدائل، ولا بد أن يسري تداول الإعلام من القمة للقاعدة ومن القاعدة للقمة، ثالثاً: المهارات المطلوبة لابد أن تُعلّم، فالبالغون ينبغي أن يعلموا القراءة، والأطفال يلحقون بالمدارس، والفلاحون يعلمون أساليب الزراعة العصرية، والعامل المعاصر الفنية، وينبغي أن يدرّب الطبيب

والمهندس ..، كما يجب أن يتعلم الناس عامة كيف يحافظون على صحتهم وقوتهم البدنية.(48) وقد قام شرام بتصنيف هذه المهام إلى ثلاثة وظائف أساسية للإعلام هي كلها ترمي إلى التعجيل بالتنمية، إذ أن إلحاحه على علاقتها بالتنمية، قد أخرج تصنيفه على الطريقة التقليدية في تصنيف وظائف الإعلام، كما يلي:(49)

- ❖ وظيفة الإكتشاف: بفضل وسائل الإعلام يكتشف سكان البلد النامي أنماطا وسلوكا اقتصاديا غير ألفوه، ويكتشفون بذلك طرقا تنموية جديدة تدفعهم في غالب الأحيان إلى تغيير سلوكهم، أو على الأقل إلى الاحتكاك بالطرق الجديدة في التنمية.
- ❖ وظيفة سياسية: والإعلام هنا يبلغ الناس رغبة السلطة في التغيير وفي التنمية ويشرح هذه الرغبة حتى يقع الاقتناع بها. ويجب حين إذن على السلطة أن تبحث عن تحقيق هذا الاقتناع.
- ❖ وظيفة تربية: وهذه الوظيفة مكملة للوظيفة الأولى، فالإعلام يعطي للجماهير نماذج من التنمية للإقتداء بها، وهو بهذا يعد العدة لتقبل التغيير، لأنه يخلق في الجمهور تعطشا لمزيد من المعرفة وللتغلب على الجهل وبهذا فهي تربية يرقى الإنسان بواسطتها إلى مزيد من التقدم في المجتمع.

وقد أدرك شرام هذه الوظائف الأساسية الثلاثة، والتي يمكن اعتبارها إسهاما إيجابيا للمجتمع فهو يقول إن الاتصال يخلق شعورا بالانتماء إلى الوطن، وهذا الشعور كفيلا بتحويل الاهتمام من المجال المحلي إلى الشؤون والاهتمامات القومية، ومن مهام الاتصال نشر وتوضيح التخطيط القومي وتعليم المهارات للأمة التي تساعد على إدخال طرق جديدة للمعيشة، كما يجب استخدام الاتصال لنشر عملية محو الأمية والتخصص الفني، وبهذا يقوم الاتصال بإعداد الناس للقيام بدورهم الجديد، ويحفزهم على أن يبذلوا مجهودات أكبر وأن يقدموا مزيدا من التضحيات.(50) إضافة إلى وظائف أخرى فرعية يستطيع الإعلام القيام بها مثل توسيع الآفاق، وتركيز الانتباه، وتربية الذوق وفتح الحوار إلى غير ذلك، تهيء الأرضية الاجتماعية ما يساعد على تحقيق التنمية، فالإعلام يساعد على إدخال التغيير في المجتمع لأنه الوسيلة الأكثر نجاعة لنشر المعلومات بين الناس وإقناعهم بضرورة التغيير إلا أن عمليات التغيير المطلوبة لا تقع إلا بعد طول زمان وتحت ضغط مستمر.

لقد حرص "شرام" على أن يستخدم الكثير من المفاهيم الاجتماعية والسيكولوجية والسوسيو-إيكولوجية في تحليله للدور الوظيفي لوسائل الاتصال الجماهيري، وذلك عن طريق تأكده على أن هذه الوسائل تستطيع أن توسع الآفاق أو المدركات الشخصية الفردية العادية والقيادية في الدول النامية، ولاسيما أن هذه الوسائل تعتبر بمثابة وصفة سحرية خاصة للذين يعيشون في مجتمعات تقليدية. وفي نفس الوقت، فمهمة وسائل الاتصال تركز أيضا على زيادة عناصر الإلهام والتركيز والانتباه لدى الجمهور والمستقبلين للمادة الإعلامية وأيضا إلى تغيير نسق العادات والسلوك واكتساب أنواع جديدة منها.(51) حيث يتضح لنا مما تقدم اهتمام الباحثين الغربيين بمتغيرات جديدة توضح التفاعل بين وسائل الإعلام وعملية التنمية، أبرزها وجود نظام إعلامي وطني، إلا أنه وفي إطار التحيز الإيديولوجي أغفلت دراسات نموذج التنمية الوطنية الأبعاد الثقافية والتاريخية والدولية، ولا يمكننا تفهم حقيقة العلاقة بين الإعلام والتنمية بمعزل عن قضايا الهوية الثقافية والتبعية السياسية والاقتصادية والإعلامية، والأنظمة السياسية والإعلامية.(52)

ثالثا) نموذج "انتشار المبتكرات" Diffusion Of Annovations:

يرجع تأسيس هذا النموذج إلى أفريت روجرز Everett Rogers، الذي كان مهتما بدراسة عملية الابتكار، في ضوء نظريات أكثر اتساعا وشمولا، حيث يقترن نموذج "انتشار المبتكرات" من فكرة تدفق الاتصال عبر مرحلتين، لأنه عبارة عن تدفق للمعلومة على عدة مراحل، فحسب "روجرز" نشر الأفكار المستحدثة يعتمد أساسا على الاتصال المباشر وغير المباشر، بحيث يظهر أن التغير الاجتماعي هو إحدى نتائج عملية الاتصال، ونشر هذه الأفكار يعتبر أساس التغير الاجتماعي، سواء كان ذلك في قبول المستحدث أم رفضه.(53) وفي هذا الصدد فإن النموذج يعدّ واحد من أهم المداخل النظرية عند دراسة وسائل الإعلام في علاقتها بظاهرة التغير الاجتماعي والثقافي.

1 - محددات تبني الابتكارات والأفكار المستحدثة:

يشكّل كل من المُستحدّث (بضمّ الميم وفتح الدال)، والفرد المتبنيّ، طرفا عملية التبني، وحدوث التوافق بينهما هو أساس نجاحها، لذلك فإن لكل منهما محددات أو خصائص:

أ) محددات الشيء المُستحدث: تتميز الأفكار المستحدثة والعادات والممارسات التجديدية بمجموعة من الخصائص التي تؤثر على إمكانية إعتناقها بين أفراد المجتمع، وازدياد معدل السرعة الذي تنتشر به. حيث يذهب "روجرز" إلى أنه ليس من المهم أن تكون للفكرة المستحدثة ميزة كبيرة على الفكرة السابقة، ولكن الذي يهم هو هل يدرك الفرد الفائدة النسبية للفكرة المستحدثة أم لا، كما أن قدرته على تخيل ملائمة الفكرة وانسجامها مع قيمة السائدة، وبساطتها، وقابليتها للتجريب، ولانتقال إلى بيئات ومجالات جديدة، هي التي تؤثر على قابليتها للتبني. (54) وقد عرفها روجرز في نموذجها كما يلي:

● **الفائدة النسبية Relative Advantage:** وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه أفضل وأنفع من الأفكار السابقة، ويمكن قياس هذا الأمر من خلال عوامل منها العوامل الاقتصادية، المكانة الاجتماعية والملائمة، وإرضاء الأفراد، ومن الملاحظ أنه كلما زادت سرعة تبنيه. (55)

● **الملائمة Compatibility:** وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه ينسجم مع قيمه وخبراته السابقة، وكذلك مع حاجاته الحالية من هذا المستحدث، والمستحدث الذي لا يتوافق مع الأمور السابقة لا ينتشر بسهولة، وفي هذه الحالة يتعين تغيير نظام القيم السائد في المجتمع، وهو أمر يتطلب الجهد. (56)

● **التعقيد Complexity:** فكلما كانت الأفكار أو الممارسات المستحدثة سهلة نسبياً في الفهم أو الاستخدام من قبل الفرد، كلما كانت عملية انتشارها وكذلك تبنيها أسرع وأفضل، غير أن فكرة التعقيد قد تختلف من شخص لآخر، ومن مرحلة عمرية لأخرى، فاستخدام الكمبيوتر وتصفح مواقع شبكة الويب مثلاً يتطلب بعض المهارات قد تبدو غير معقدة لجيل الشباب، وقد تبدو معقدة لأجيال غير متمرسية على استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة. (57)

● **إمكانية التجريب Trialability:** وهي الدرجة التي توفر للمستحدث إمكانية التجريب، فكلما كانت إمكانية تجربته متاحة كان تبنيه من الأفراد أكبر، وعموماً فإنّ المستحدثات التي يمكن تجربتها على مراحل يكون تبنيها أسرع من قبل الفرد، لاسيما وأن هذه العملية تقلل من المخاطر التي يمكن أن يتوقعها الفرد منها. (58)

● **وضوح النتيجة Observability:** وتعني درجة وضوح نتائج استخدام أو تبني المستحدث من طرف الأفراد، فكلما كان من السهل على الفرد أن يلاحظ هو والآخرين نتلج تبني المستحدث زادت سرعة إنتشاره، ويكون ذلك من خلال كلام الأشخاص عن تجربتهم للمستحدث مع الآخرين مما يزيد من قناعتهم الخاصة بفائدته. (59)

ب) محددات الفرد المُتبني:

هناك عدة محددات تؤثر في تبني المستحدثات لا تتعلق بالمستحدث نفسه، بقدر ما تتعلق بالفرد الذي يتعامل معه، كمدى ثقة الفرد في قدرته على استخدام المستحدث والاستفادة منه، والمعايير الاجتماعية التي تتحكم في الغالب في سلوك الأفراد وتوجهها، بالإضافة إلى الدوافع الوقتية:

● **قدرة الفرد على استخدام المستحدث:** من العوامل المؤثرة على تبني المستحدثات ما يتعلق برؤية الفرد لقدراته وثقته بها، وإيمانه بقدرته على تبني المستحدث واستخدامه، لأن الفرد قبل أن يجرب استخدام مستحدث فإنه عادة ما يسأل نفسه عن مدى قدرته على استخدام المستحدث، والاستفادة منه. (60)

● **قيم ومعتقدات الفرد:** والتي تكون انعكاساً للعادات والتقاليد السائدة في المجتمع، ولذلك فمن المفترض أن تتوافق الأفكار المستحدثة مع العادات والتقاليد الغالبة على المجتمع كي تتمكن من البقاء وكي تحقق الانتشار والتبني. (61) وهنا نجد أن المجتمعات التي تسودها قيم السلبية واللامبالاة وعدم المشاركة، هي مجتمعات لا تقبل كل ما هو جديد بسهولة لذلك نجد أن المستحدثات والتقنيات الحديثة تنتشر بسرعة في المجتمعات الغربية عكس المجتمعات الشرقية بصفة عامة.

● **الدوافع الوقتية:** وهي أقوى العوامل النفسية في تبني المستحدثات، ذلك أن بعض الأفراد يحبون أن يكونوا الأوائل عادة في استخدام المستحدثات، سواء كانت أفكاراً جديدة، أو آليات جديدة، أو حتى لو كانت صحيحة جديدة في عالم الأزياء، وعندما تبدأ الأغلبية في تبني ذلك المستحدث، فإن قيمته الرمزية كمستحدث بالنسبة لفئة المتبنيين الأوائل تنخفض، ويبدوون في البحث عن مستحدث جديد وهكذا. (62)

وأمكن تقسيم الأفراد على أساس الوقت الذي يتم فيه تبنيهم للفكرة المستحدثة إلى خمس فئات: (63)

- ❖ **الفئة الأولى:** فئة المجددون (المبتكرون، المبدعون)، ونسبتهم المفترضة 2.5%، أي أنهم يتبنون الفكرة المستحدثة قبل 97.5% من مجموع الأفراد الذين يشملهم تنظيم اجتماعي معين.
- ❖ **الفئة الثانية:** وهي فئة المتبنون الأوائل أو الطليعة المبكرة، وهم اللذين يتبنون الفكرة بدرجة عالية وفي وقت قصير نسبياً، وتصل نسبتهم في العادة إلى 13.5%.
- ❖ **الفئة الثالثة:** فئة الغالبية المبكرة، وهم من تتقبلون الفكرة المستحدثة بمعدل سرعة متناقص، وتصل نسبتهم إلى 34%.
- ❖ **الفئة الرابعة:** فئة الغالبية المتأخرة، حيث يبدأ التبني وتقبل الأفكار في هذه الفئة بمعدل سرعة متناقص، ويزداد تناقصاً بمرور الزمن، وتصل نسبة هذه الفئة إلى 34% أيضاً.
- ❖ **الفئة الخامسة:** فئة المتلكثون (المتخلفون، المتأخرون، أو المنسحبون)، حيث يكون تقبلهم للأفكار المستحدثة متأخراً عبر الزمن، كما قد لا يتقبلون المستحدثات من الأساس، وتمثل نسبة هذه الفئة 13%.

2 - مراحل إنتشار وتبني المستحدثات:

ميز "روجرز" بين كل من الإنتشار والتبني، حيث أن الإنتشار يقع عادة بين الناس، في حين أن التبني أمر يتعلق بالفرد وحده، كما أن ثمة farkاً كبيراً بين عملية "الانتشار" التي تشير إلى انتقال الفكرة الجديدة من مصدرها الذي أوجدها إلى الأفراد الذين يستعملونها في النهاية، وبين عملية "تبني المبتكرات" التي تعني العملية العقلية التي ينتقل الفرد عن طريقها من مجرد السماع عنها لأول مرة حتى اعتناقها. (64) وهما معا يمثلان المراحل التي تتم فيها عملية التغيير الاجتماعي والثقافي، داخل البنى والأنظمة الاجتماعية، حيث تحدث هذه المراحل كما يلي:

(أ) **مرحلة الإنتشار:** المقصود بها هنا ببساطة انتقال الأفكار والتكنولوجيا والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها إلى الناس، فالإنتشار مرتبط إذن بالتجديدات والإبتكارات، أما التجديدات أو الإبتكارات فهي أفكار يدركها الفرد بوصفها شيئاً جديداً، وقد تتعلق هذه الأفكار الجديدة بأمر محدود جداً مما يشغل ذهن الإنسان، كما أنها قد تتصل بمجال واسع من الأمور والاهتمامات الإنسانية. (65) فهو عبارة عن عملية تداول الإتصال بشأن فكرة ما من خلال قنوات معينة، وخلال فترة من الوقت بين أفراد ينتمون لنظام اجتماعي. (66) وعليه فإن عملية الانتشار مكونة من أربعة عناصر أساسية، أولها) هو التجديد أو الإبتكار، أما الثاني) فهو مجرى الاتصال، بينما يتمثل الثالث) في النسق الاجتماعي، وبما أن هذه العملية تدور وتجري داخل نسق اجتماعي معين يكون العنصر الرابع) هو الزمن، فالإنتشار إذن هو العملية التي بواسطتها ينتقل التجديد أو ينتشر فيما بين المستخدمين أو بين الناس، ويتمثل أساس عملية الانتشار في التفاعل الإنساني الذي يترتب عليه انتقال فكرة جديدة من شخص إلى شخص آخر، ومن ثم وبناء على أساس تحليلي فإن فكرة الانتشار تتكون من: فكرة جديدة، وشخص لديه معلومات عنها وآخر ليست لديه عنها أية معلومات، فيكون لعنصر الاتصال في العملية إذن دور أساسي، فالإتصال في هذا المجال هو العملية التي بواسطتها ينتقل تجديد معين، وينتشر انتشاراً واسعاً بين الناس الذين يكونون نسقاً اجتماعياً معيناً. (67) وبعبارة أخرى تتفاعل كل من الفكرة المستحدثة، الاتصال، البيئة، وعامل الزمن ليشكلوا عناصر عملية الانتشار.

(ب) **مرحلة التبني:** يقصد بعملية تبني الأفكار الجديدة والمستحدثات بوجه عام تلك العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكرة أو الإبتكار حتى ينتهي به الأمر إلى أن يتبناها، (68) وهذه المرحلة عملية تبني الأفكار المستحدثة، هي نفسها تمر بمجموعة من المراحل التي ليس ثمة اتفاق كامل من قبل الباحثين مع روجرز فيما يخص عددها، وإن كان ثمة قبول عام لفكرة المراحل وكذلك لفكرة أن التبني للفكرة الجديدة قلما يأتي نتيجة لقرار (عفوي). (69) حيث قدّم روجرز مراحل التبني بعد أن عدّل فيها أكثر من مرة، و في تسميتها كالآتي: (70)

- ✓ **مرحلة المعرفة Knowledge Stage:** حيث يتعرف الفرد على المبتكر، ويتوفر لديه بعض الفهم عن كيفية عمل المبتكر.
- ✓ **مرحلة الاستمالة أو الإقناع Persuasion Stage:** أين يكون الفرد اتجاهها مميّزاً أو غير مميّز نحو المبتكر.
- ✓ **مرحلة اتخاذ القرار Decision Stage:** هنا يقوم الفرد باتخاذ القرار بتبني المبتكر أو رفضه.
- ✓ **مرحلة الممارسة والتنفيذ Implementation Stage:** يقوم الفرد بوضع القرار المتعلق بتبني المبتكر موضع التنفيذ.
- ✓ **مرحلة التعزيز Confirmation Stage:** يقوم الفرد بتدعيم قرار التبني، إلا أنه قد يغيّر القرار المتخذ إذا ما تعرض لرسالة معاكسة لهذا المبتكر.

وعموما فإنّ نموذج انتشار المبتكرات يفترض أنّ قنوات وسائل الإعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، شريطة توفر عامل الاتصال الشخصي معها، والذي سيسهل كثيرا ويفعل تشكيل المواقف حول الابتكار الجديد، على غرار نموذج تدفق الاتصال على مرحلتين، والإعلام التنموي. (71) حيث استحوذ نموذج انتشار المبتكرات خلال العقدين السادس والسابع من القرن الماضي، على اهتمامات الباحثين بدرجة فائقة، فحتى عام 1978 بلغ عدد الدراسات التي أجريت 2800 دراسة، كونه ركّز على إمكانية تصميم الرسائل الاتصالية لزيادة فرص تقبل الأفراد لأنواع جديدة من الأفكار، مما يساعد على الإسراع بعمليات التغيير الاجتماعي والتنمية القومية. (72)

لم يسلم نموذج انتشار المبتكرات هو الآخر من النقد، على غرار ما اعتبره الباحثان الأمريكيان اللاتينيّان، جان دياز بوردنيلف J.D.Bordenave و بلتران Peltran، من عدم سلامة الافتراض القائل أن انتشار الأفكار المستحدثة يحقق التنمية، حيث يجدا أنّ انتشار الابتكارات دون إحداث تغيير في البنية السياسية، والاقتصادية والاجتماعية، ودون تطوير المؤسسات والعلاقات الاجتماعية، ودون تطوير قنوات رجوع الصدى، يؤدي إلى تعميق الفجوة بين الأقلية المتميزة اقتصاديا واجتماعيا، وبين الجماهير، كما يؤدي إلى استمرار تركيز السلطة في أيدي الأقلية المسيطرة، وبالتالي عرقلة التنمية، وأن دور وسائل الإعلام في عملية التنمية يتوقف على طبيعة النظام السياسية والاجتماعي والاقتصادي، ونمط التنمية المستهدف، وطبيعة المؤسسات الإعلامية، وخصائص القوة المسيطرة عليها. (73)

لقد واجهت هذه النظريات والنماذج المتعلقة بالتحديث والتنمية والتغيير الاجتماعي مجموعة من الانتقادات، كونها تجاهلت الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في المجتمع، وركزت فيها أصحابها على توجيه الاتصال من أعلى إلى أسفل عن طريق الوسائل الجماهيرية وقادة الرأي ولم يوضحوا فيها أهمية الاتصال من أسفل إلى أعلى من خلال البحوث التي تستهدف التعرف على آراء الجماهير والمشكلات التي تواجه إقبالهم على التغيير وتبنيمهم لأنماط السلوك الجديدة. (74) وتجد الباحثة "سلطانة كرييندورف" أن النماذج السالفة الذكر، والتي مثلت أدبيات البحث العلمي في مجال المنظور الإعلامي والتغيير الاجتماعي، توحيها نقطة واحدة تتمثل في المساندة المباشرة أو غير المباشرة لما يعرف بمدرسة "التحول" في ميدان التغيير الاجتماعي، والتي ترى بأن التقدم والتخلف ليس وظيفة العوامل الخارجية المتعلقة بالفروق في الموارد الطبيعية والاستقلالية الوطنية. بل وظيفة عوامل ثقافية داخلية ترتبط بالمواقف والمعتقدات والقيم، وأعبأت الباحثة على قصور تلك النماذج في ثلاث نقاط بارزة: (75)

أولا: أنها تبنت اعتقادا غير مدروس في مقدرة وسائل الاتصال على أحداث تحولات شاملة وراдикаلية للترتيبات الاقتصادية الاجتماعية السائدة في العالم الثالث، فانتاب المنظور نمط "الإغراء التنويهي" بسلطة وسائل الاتصال. ثانيا: أن المنظور تصور التطور على أنه تطور في جميع أنواعه ويعتبر أن العصرية في مختلف المجالات في المجتمع متماثلة أساسا، في حين أن عددا من الأكاديميين يجدون أن الديمقراطية السياسية قد تكون عائقا في عملية الانطلاقة الاقتصادية فماذا يعني التطور الاقتصادي بالنسبة للتطور السياسي؟ هل أن هذا التطور يفيد الكل بالتساوي أم أنه يضاعف من خطورة اللامساواة التقليدية بين الفئات الحاكمة والخاضعة لها؟ كما أنه منظور متفائل من كون أن أي تغيير "عصري" منمر بالضرورة، ويرى جل التحولات التدريجية على أنها مفيدة بصفة أولية ومترابطة إلى حد كبير ولم يطرح أبدا فكرة الصراعات أو النزاعات التي قد تحدثها هذه التحولات.

ثالثا: أن المنظور اتخذ شكل الوصف السردى، وطغت عليه المخاطبة الكلامية واتسمت وظائفه أكثر بتقديم إرشادات حول التغيير من الملاحظة والتحليل الموضوعي لخصوصيات التغيير الاجتماعي كما حدث ذلك عمليا في آسيا وإفريقيا. وعليه يمكن القول أنّ هذه النماذج وعلى الرغم من أنّها وليدة التجربة الغربية، فإنها تبقى قادرة على تقديم تفسيرات مؤقتة لكثير من الظواهر الاجتماعية والإعلامية على اختلاف المجتمعات ومرجعياتها الثقافية والفكرية، لطالما تفتقر للبديل الذي يحفظ لها خصوصياتها، وإن وجد فإنه غالبا ما يطرح كثيرا من التخوف من فكرة تطبيقه وتبنيّه.

ببليوغرافيا المقال:

Lerner (Daniel): *The Passing of Traditional Society: Modernizing The Middle East*, Illinois: The Free press, New York,

- ² عبد محمد عبد الرحمن، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، 2007، مصر، ص 128.
- ³ Jafary (Maziar): *Étude du livre de Daniel Lerner «The passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East» et de sa* 53.-*réception par la communauté scientifique*, université de Laval, Québec, Canada, 2016, pp 52
- ⁴ Jafary (Maziar); *ibid*, p 54.
- ⁵ منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، الدار المسيرة، الأردن، 2012 م، ص ص 429-430.
- ⁶ Jafary (Maziar); *ibid*, pp 74-76.
- ⁷ Jafary (Maziar); *ibid*, p 74.
- ⁸ Lerner (Daniel); *op.cit*, p 71.
- ⁹ حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط7، الدار المصرية اللبنانية، 2008، مصر، ص ص 270-271.
- ¹⁰ علي عجوة، الإعلام وقضايا التنمية، ط1، عالم الكتاب، 2004، مصر، ص 24.
- ¹¹ Jafary (Maziar); *ibid*, pp 59-60.
- ¹² Jafary (Maziar); *ibid*, p 66.
- ¹³ AZZI (Abderrahmane): *Developmental communication Typology*, revue Algérienne de communication, university of algiers 29n°19 juin, 2005, p
- ¹⁴ شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، ط3، مكتبة الأنجلو المصرية، 1995، مصر، ص 167.
- ¹⁵ منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 428.
- ¹⁶ Jafary (Maziar); *ibid*, pp 72-73.
- ¹⁷ شاهيناز طلعت، مرجع سبق ذكره، ص 167.
- ¹⁸ Jafary (Maziar); *ibid*, p 73.
- ¹⁹ حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 273.
- ²⁰ علي عجوة، مرجع سبق ذكره، ص ص 24-25.
- ²¹ Jafary (Maziar); *ibid*, p 62.
- ²² Lerner (Daniel); *op.cit*, p 72.
- ²³ حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص ص 272-273.
- ²⁴ Jafary (Maziar); *ibid*, p 69.
- ²⁵ Lerner (Daniel); *op.cit*, p 68.
- ²⁶ AZZI (Abderrahmane); *op.cit*, p 27.
- ²⁷ شاهيناز طلعت، مرجع سبق ذكره، ص 118.
- ²⁸ جيهان أحمد رشقي، الإعلام الدولي، ط1، دار الفكر العربي، مصر، 1986، ص 324.
- ²⁹ Schramm (Wilbur): *Mass media and national development: the role of information in the developing countries*, Stanford University Press, Stanford, 1964.
- ³⁰ Schramm (Wilbur); *the role of information in the developing countries* (abridged version of Mass media and national development), Stanford University Press, Stanford, 1964, p 05.
- ³¹ ولبر شرام ، تر: محمد فتحي، أجهزة الإعلام الوطنية: دور الإعلام في البلدان النامية، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، القاهرة، 1970، ص 23.
- ³² ولبر شرام ، تر: محمد فتحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 13-23.
- ³³ ولبر شرام ، تر محمد فتحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 24-30.
- ³⁴ Schramm (Wilbur); *op.cit*, pp 07-08.
- ³⁵ شاهيناز طلعت، مرجع سبق ذكره، ص 119.
- ³⁶ ولبر شرام ، تر محمد فتحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 46-48.
- ³⁷ ولبر شرام ، تر محمد فتحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 53-56.
- ³⁸ زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 84.
- ³⁹ Schramm (Wilbur); *op.cit*, p 16.
- ⁴⁰ عاطف عدلي العبد و نهي عدلي العبد، الإعلام التنموي وتغير الاجتماعي، ط2، دار الفكر العربي+ دار الإيمان، مسقط، 2007، ص ص 35-34.

⁴¹ شاهيناز طلعت، مرجع سبق ذكره، ص ص 137-138.

⁴² ولبر شرام ، تر محمد فتحي، مرجع سبق ذكره ، ص 267.

⁴³ Kunczik (Michael): **Développement et communication : de l'importance de communication dans le processus de développement** , ed :Friedrich, Allemagne,1993, p 6 .

⁴⁴ زهير إحدادن، مرجع سبق ذكره، ص 85.

⁴⁵ شاهيناز طلعت، مرجع سبق ذكره، ص 164.

⁴⁶ شاهيناز طلعت، مرجع سبق ذكره، ص 165.

⁴⁷ شاهيناز طلعت، مرجع سبق ذكره، ص ص 138-139.

⁴⁸ ولبر شرام ، تر محمد فتحي، مرجع سبق ذكره، ص 168.

⁴⁹ زهير إحدادن، مرجع سبق ذكره، ص 85.

⁵⁰ شاهيناز طلعت، مرجع سبق ذكره، ص 147.

⁵¹ عبد محمد عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص ص 130-131.

⁵² محمد سعد إبراهيم، الإعلام التنموي والتعددية الحزبية، الجزء الأول، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص 99.

⁵³ Rogers (Everett): **diffusion of innovations**; 3rd edition, the free press, new York, 1983, p273.

⁵⁴ سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، ط3، عالم الكتاب، مصر، 1996، ص ص 191_195.

⁵⁵ Rogers (Everett); **op.cit**, p 2.

⁵⁶ Rogers (Everett); **op.cit**, p 223.

⁵⁷ Rogers (Everett); **op.cit**, p 230.

⁵⁸ Rogers (Everett); **op.cit**, p 23.

⁵⁹ Rogers (Everett); **op.cit**, p 232.

⁶⁰ رضا عبد الواحد امين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 52.

⁶¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 314.

⁶² رضا عبد الواحد امين، مرجع سبق ذكره، ص 52.

⁶³ سمير محمد حسين ، مرجع سبق ذكره، ص ص 196-197.

⁶⁴ عاطف عدلي العبد و نهى عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، ص 38.

⁶⁵ محمود عودة وسيد محمد خيرى، أساليب الاتصال والتغير الإجتماعي، دار النهضة العربية، لبنان، 1988، ص 183.

⁶⁶ Rogers (Everett); **op.cit**, p 5.

⁶⁷ محمود عودة وسيد محمد خيرى، مرجع سبق ذكره، ص ص 182-183.

⁶⁸ حسن عماد مكاوي و ليلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 255.

⁶⁹ علي عجوة، مرجع سبق ذكره، ص 21.

⁷⁰ عدلي علي أبو طاحون، في التغير الإجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1997، ص 129.

⁷¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 306.

⁷² عاطف عدلي العبد و نهى عدلي العبد، مرجع سبق ذكره، ص 38.

⁷³ محمد سعد إبراهيم ، مرجع سبق ذكره، ص 96.

⁷⁴ علي عجوة، مرجع سبق ذكره، ص 25.

⁷⁵ سلطانة كرييندورف، تر: عزى عبد الرحمن، المنظور الإعلامي والتنمية، عالم الإتصال، ص ص 284-286.