

الإعلام والتنمية

٣٠٤ علم

إعداد/ أ. نوف عبداللطيف الحزامي

محاضر في قسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

١٤٣٣ / ١٤٣٤ هـ



تنبيه

هذه الملزمة تحوي جهداً كتابياً وبحثياً خاصاً
يمنع نسخ هذه الملزمة أو اقتباس جزء منها على أي نحو

بسم الله الرحمن الرحيم

الفهرس

المقدمة	٤
الجزء الأول	٥
الفصل الأول: مصطلحات إعلامية	٦
ما هو الإعلام	٦
نشأة الإعلام وتطوره:	٧
مراحل تطور الإعلام:	١٠
مصطلحات عامة في الإعلام	١٢
وظائف الإعلام	١٥
الفصل الثاني:	١٥
مدخل للاتصال ونظرياته	١٦
مفهوم الاتصال Communication:	١٦
عناصر الاتصال:	١٨
أنواع الاتصال من حيث الرسالة:	١٩
أنواع الاتصال من حيث المصدر / المستقبل:	٢١
نماذج ونظريات الاتصال:	٢٧
الفصل الثالث:	٢٧
نظريات التأثير الإعلامي	٢٨
مفهوم النظرية الإعلامية	٢٨
أنواع النظريات	٢٩
أولاً: النظريات المتعلقة بالنظام السياسي	

٤٥	الإعلام والتنمية
٤٦	الفصل الأول: التخلف وأسبابه
٤٧	مفهوم التخلف
٤٨	الفروق بين المجتمع المتخلف والمجتمع المتقدم:
٤٨	نظريات أسباب التخلف:
٥٥	الفصل الثاني: التحضر والتنمية
٥٦	مفهوم التحضر/ العصرية MODERNATION:
٥٧	مفهوم التنمية:
٥٧	مفهوم التنمية البشرية:
٦١	أسباب الاهتمام بالتنمية:
٦٩	وسائل الاتصال التنموي:
٦٩	وسائل الاتصال التنموية حسب نوع الاتصال:
٦٩	معايير اختيار الوسيلة المناسبة للاتصال التنموي:
٧٠	أنواع وسائل الاتصال التنموي وفقاً للرموز المستخدمة:

الجزء الأول

مقدمة في الاتصال والإعلام

الفصل الأول: مصطلحات إعلامية

الفصل الثاني: مدخل للاتصال ونظرياته

الفصل الثالث: نظريات التأثير الإعلامي

الفصل الأول:

مصطلحات إعلامية

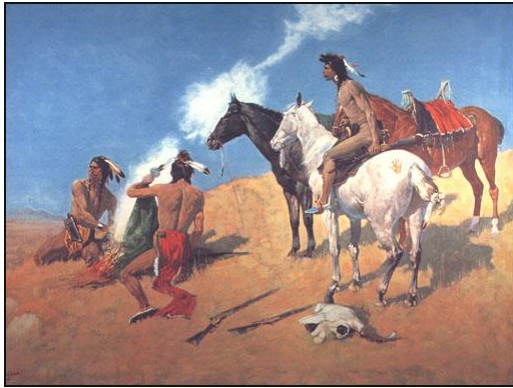
ما هو الإعلام Mass Media:

- الإعلام في اللغة العربية هو مصدر من الفعل أعلمَ إعلاماً أي أخبر. ويأتي بمعنى التبليغ يقول صلى الله عليه وسلم: "بلغوا عني ولو آية".
- والإعلام اصطلاحاً عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة، وحقائق صادقة، وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير.
- في اللغة الانجليزية لا يوجد مصطلح اسمه إعلام، هناك مصطلح الوسائط Media، وهناك مصطلح وسائط الجمهور Mass Media وهو ما نسميه بوسائل الإعلام.
- وسائل الإعلام نستطيع أن نقول بشكل عام أن مصطلح وسائل الإعلام يشير لأي وسيلة أو تقنية أو مؤسسة عامة أو خاصة تقوم بنشر الأخبار ونقل المعلومات.



نشأة الإعلام وتطوره:

يمكن اعتبار الدخان أحد أقدم وسائل الإعلام، والتي كان يستخدمها الناس قديماً للإعلان عن حالة حرب أو لطلب المساعدة أو إيصال رسالة ما. كما استخدموا الحمام الزاجل، واستخدموا الألواح للنقش والرسم ونقل المعلومات والأخبار عبر الأجيال. كما قام قدماء المصريين بصناعة ورق البردي والكتابة عليه، واخترع الصينيون الورق لتتم الكتابة عليه وتتطور وسائل الإعلام تدريجياً.



صورة ١ كان الناس قديماً يستخدمون إشارات الدخان كوسيلة لنقل أخبار الحرب أو لطلب المساعدة

كما يعتبر الشعر وروايته ونقله في الأمم أحد أقدم الوسائل لنقل المعلومات والأخبار عبر الأماكن والمسافات أو عبر الأزمنة والأجيال، كما حصل حين نقلت قصة أعظم المعارك اليونانية عبر ملحمتي الإلياذة والأوديسة. وقد اهتم العرب بشكل كبير بالشعر وأسموه ديوان العرب، فهو الكتاب الذي كان يحفظ تاريخهم وتراثهم. لذا قدّر العرب الشعراء وأعطوهم مراكز

اجتماعية عالية في القبائل لأنهم كانوا يمثلون المركز الإعلامي لكل قبيلة. بل ونظموا سوقاً سنوياً يتبارى فيها الشعراء بعرض قصائدهم وخطبهم هو سوق عكاظ. وقدّر العرب كبار الشعراء فكتبوا قصائدهم بماء الذهب وعلقوها على أستار الكعبة لتسمى المعلقات السبع أو

العشر، لشدة تقديرهم لأهمية الشعر ودوره في حفظ اللغة والموروث ونقل الأخبار. ثم جاء الإسلام بالمعجزة الإلهية من نفس لغتهم وهو القرآن العظيم ليكون أعظم وسيلة دعوية وإعلامية تصل للعالمين عبر العصور، فهو كلام الرحمن سبحانه لعباده، والمعجز في هذه الوسيلة ومحتواها، أنها صالحة لكل زمان ومكان، وأن العلماء والمتأملين لازالوا بعد ١٤ قرناً يستخرجون من آياته وكلماته الدروس والعبر والدرر والحكم والمعجزات العلمية، ولا عجب فهو أعظم الكلام وأحسن الحديث {الله نزل أحسن الحديث كتاب متشابهاً مثاني تقشع منه جلود الذين يخشون ربهم ثم تلين جلودهم وقلوبهم إلي ذكر الله ذلك هدى الله يهدي به من يشاء}، وهو موعظة رب العالمين {يا أيها الناس قد جاءتكم موعظة من ربكم وشفاء لما في الصدور وهدى ورحمة للمؤمنين}.

مراحل تطور الإعلام:

قسم علماء الاتصال والإعلام المراحل التي مرت بها تكنولوجيا وسائل الإعلام إلى خمس مراحل:

١. **المرحلة الشفوية:** قبل اختراع الكتابة، أو في الفترات التي لم تنتشر فيها الكتابة والقراءة بشكل كبير، كانت الوسيلة الأولى للتواصل والإعلام هي الحديث مع استخدام الذاكرة في تخزين المعلومات والمعارف، مما أدى لتطور مهارة الحفظ في تلك الفترة لأنها وسيلتهم الوحيدة لنقل المعلومة ونشرها، فكان الشخص قد يحفظ عشرات بل مئات القصائد أو الخطب الطويلة أو أنساب القبائل أو القصص والأخبار الموثقة بالتفاصيل.



٢. **المرحلة الكتابية:** مرت الكتابة بعدة مراحل ولم تنتشر إلا بعد اختراع الورق في بلاد الصين وانتقاله للعرب ثم عبرهم لأوروبا. وظهرت مهنة الوراقة وهي كتابة الكتب بخط اليد والتي ازدهرت كثيراً عند العرب، حتى أنشئت المكتبات التي تضم آلاف الكتب في بغداد والأندلس، كما أن كتابة المصحف بخط اليد مع الحركات ونقش أطراف صفحاته والدقة الشديدة في كتابته ومراجعته مع العناية بجمال الخط أدى لتطور المستوى الكتابي واحترافيته لدى العرب.



٣. **المرحلة الطباعية:** عند اختراع الآلة الطباعية من قبل جوتنبرج عام ١٤٥٧م حدث تغير جذري في أساليب التعبير والإعلام حيث ازدهرت الطباعة وازدادت طباعة الكتب وظهرت النشرات الخبارية الورقية التي كانت ترسل بين بريطانيا وفرنسا، ثم ما لبثت أن ظهرت بواكير الصحافة الورقية واستمرت في التطور والانتشار عبر العالم.

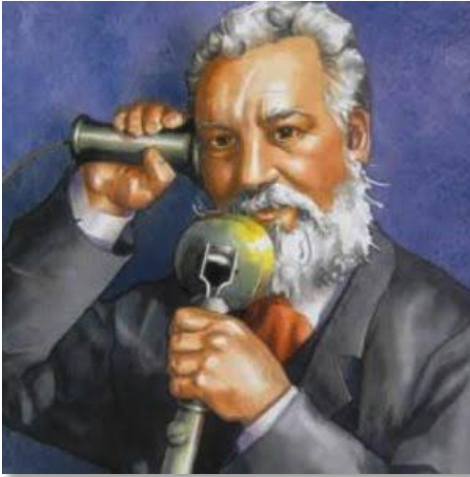


٢ نموذج قديم لآلة الطباعة بنظام صف الحروف التي اخترعها جوتنبرج

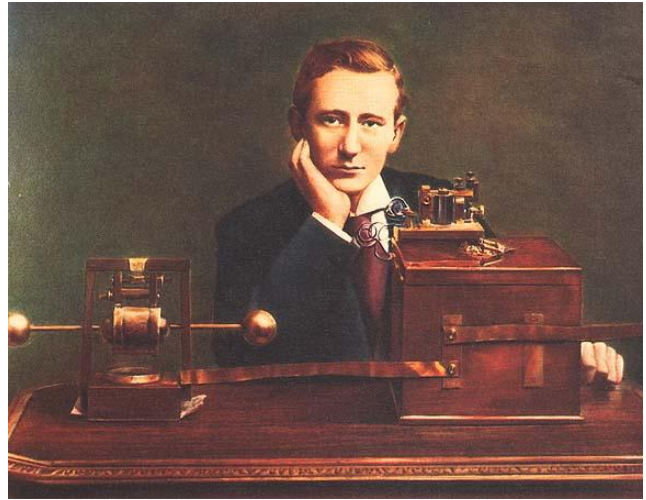


٣ الألماني يوهان جوتنبرج اخترع أول آلة طباعة في العالم لهدف طباعة الإنجيل

٤. المرحلة التقنية (التكنولوجية): بدأت هذه المرحلة منذ أواخر القرن التاسع عشر بظهور الهاتف ثم اختراع العالم الإيطالي ماركوني للراديو عام ١٩٠٦. وخلال هذه المرحلة ظهر التلغراف والهاتف والفوتوغراف، وتم اختراع آلة التصوير الفوتوغرافي (الكاميرا)، وآلة تصوير الفيديو، والأفلام السينمائية، والتلفزيون، ثم الأقمار الصناعية وظهر الحواسيب الشخصية.



٥ الكسندر جراهام بيل مخترع الهاتف



٤ الإيطالي ماركوني مخترع الراديو

٥. مرحلة الإعلام متعدد الوسائط (الإعلام الجديد New Media): تتسم هذه المرحلة بدأت هذه المرحلة بظهور عصر الإنترنت، وظهر التكنولوجيا التفاعلية Interactive Technology التي تسمح للمستخدم بالتفاعل والتواصل والمشاركة في العملية الإعلامية. وفي هذه المرحلة ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي، وبرامج التواصل، والمدونات وقنوات اليوتيوب وما يسمى بالإعلام المنتج من قبل المستخدمين User-Generated Media.

مصطلحات عامة في الإعلام:

المادة الإعلامية:

المقصود بالمادة الإعلامية أي المعاني أو المعلومات المصاغة في شكل إعلامي والمقدمة للجمهور عبر وسيلة إعلامية. مثل: المقال الصحفي، التحقيق الصحفي، الخبر، البرنامج الإذاعي، المسلسل التلفزيوني، الفيلم السينمائي.

الدعاية:

هي الجهود الاتصالية المقصودة التي يقوم بها المعلن بهدف نقل المعلومات وتقديمها وصياغتها بطريقة تؤدي لإحداث التأثير المطلوب لدى الجماهير.

العلاقات العامة:

بنظرة وظيفية يمكننا القول أنها: وظيفة إدارية متميزة تساعد على بناء ودعم الاتصال والتعاون بين المنشآت وجماهيرها الداخلية والخارجية.

الإعلام الداخلي:

هو الموجه لشريحة محلية من الجمهور.

الإعلام الخارجي:

هو الموجه إلى جمهور العالم بأجمع.

قادة الرأي:

هم الأفراد الذي يمتلكون القدرة - بصورة غير رسمية - على التأثير في اتجاهات الناس وآرائهم وسلوكهم، وعادةً يركزون على وسائل الإعلام (قد يكونون علماء، دعاة، مذيعين، لاعبين، شخصيات بارزة ومؤثرة في الإعلام... الخ).

خصائص الاتصال الفعال:

- أن يكون تصميم الرسالة الإعلامية جذاباً.
- استخدام نوع ومستوى اللغة والكلمات التي يفهمها الجمهور المخاطب.
- إشباع الحاجات الإنسانية.
- احترام القيم والأخلاقيات.

العوامل التي تؤثر في قوة الإعلام:

- الظروف البيئية: الظروف التي يعيشها الجمهور، وعلاقتها بما يطرح.
- دقة ومصداقية المعلومات المقدمة، ومدى توثيقها.
- جودة المعاني الرئيسية، وجمالها.
- التكوين العام للرسالة وطريقة تصميمها بشكل جذاب وشيق.
- وجود تأثير في المحتوى الإعلامي، سواء أكان:

المونتاج.. للتأثير العاطفي

فن المونتاج اليوم أصبح يعطي إمكانية كبيرة لاستخدام التأثير العاطفي من خلال بطء للحركة أو سرعتها أو التركيز على ملامح معينة وإضافة موسيقى أو خلفية صوتية معينة، أو تغيير التدرج اللوني للصورة أو الفيديو ليعطي تأثيراً معيناً.

**أ. عاطفي Emotional Effect: التأثير العاطفي يعني وجود**

ما يمكن أن يستثير عواطف ومشاعر المتلقي بقوة، سواء بالحزن أو العطف أو الغضب أو الضحك أو الكره وغيره. ومن العناصر التي يمكن استخدامها للتأثير العاطفي: مقطع فيديو، صورة، عبارات، خلفية صوتية، فلاشات سريعة.

ب. فكري أو عقلي Mental Effect (الإقناع): وهو التأثير

بالإقناع وبالحجة المنطقية، والكلام المعقول. ويمكن استخدام الرسوم البيانية وترتيب المعلومات بشكل مصور ومتربط لتصبح داعم للتأثير الفكري أو المنطقي.

ج. علمي: التأثير بمعلومات قوية، وموثقة بمصادرها، وذات

ثقل بحيث يمكنها التأثير في المتلقي وتغيير مواقفه. ويمكن ترتيبها في جداول وإحصاءات وأرقام أو أقوال مقتبسة لشخصيات معروفة مع ذكر مصادرها.

وظائف الإعلام:

في أي مجتمع يقوم الإعلام بأدوار أو وظائف هامة، وهذا الأمر دفع بالدول لتخصيص وزارات خاصة بالإعلام لتحقيق أهدافه. ورغم عدم اضطلاع الكثير من وسائل الإعلام في الواقع بهذه الأدوار فإنها تبقى نموذجاً لما ينبغي عليه أن يكون دور الإعلام ومسؤوليته في بناء المجتمعات ودعمها.

١. الوظيفة الإخبارية (الإخبار أو العلم)
٢. التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات .
٣. زيادة الثقافة والمعلومات .
٤. ربط المجتمع وتقوية أواصر العلاقات داخله.
٥. نقل الموروث والمحافظة عليه.
٦. الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ .
٧. الإعلان والدعاية .

١. الوظيفة الإخبارية (الإخبار أو العلم):

وهي صلب عمل وسائل الإعلام. وتعني دورها في نقل كل ما يحدث من أمور هامة تهم المواطن سواء داخل بلاده أو خارجها. فمن دور وسائل الإعلام ألا تخفي الحقائق وألا تحجب الأخبار عن الجمهور، بل تقوم بتوفيرها وبمصادقية وشفافية ووضوح، وبحيث يستطيع معرفة ما حصل فعلاً دون تغيير أو مبالغة أو تزوير.

٢. التوجيه وتكوين الاتجاهات:

لوسائل الإعلام أثر كبير في تكوين آراء الناس تجاه القضايا الهامة، فمن خلال طرحها لأي حادث أو قضية يمكنها أن تؤثر على المتلقي ليكون صورة ما عن هذه القضية أو رأياً تجاهها. وهذا يجعل لوسائل الإعلام أهمية كبرى لتكون آراء واتجاهات سليمة وإيجابية تجاه العديد من القضايا الهامة كقضايا الأمة ومشاكل المجتمع وقضايا العالم بأجمع. كمثال يمكن لوسائل الإعلام أن تطرح موضوعاً مثل التلوث البيئي وتقوم بتوجيه آراء الجمهور نحو أهمية المحافظة على البيئة ونظافتها. كما يمكن لوسائل الإعلام أن تجذب اهتمام الجمهور من خلال المواد التي طرحها لأعمال اجتماعية مفيدة كالتطوع.



٦ من عوامل نجاح أوباما في حملته الانتخابية أنه ركز على وسائل الإعلام الجديد كالفيس بوك

ونظراً لشدة تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات الجماهير، نرى أن المرشحين للرئاسة في الانتخابات الأمريكية مثلاً يركزون بشدة على تطوير وسائل الإعلام لتلميع صورهم وجذب أصوات الناس لانتخابهم، فيتم عمل حملات إعلامية تكلف الملايين لكل مرشح بهدف استغلال وسائل الإعلام لجذب أصوات الناخبين تجاه هذا المرشح.

٣. زيادة الثقافة والمعلومات (التثقيف والتعليم):

التثقيف يعني إمداد الجمهور بمعلومات صحيحة وهادفة ومنوعة. ويمكن أن يحدث التثقيف والتعليم في وسائل الإعلام بطريقتين :

- أ. **مخططة ومباشرة:** عبر نشر أفلام وبرامج وثائقية، برامج تعليمية، برامج دينية، محاضرات، ندوات ومؤتمرات.. وغيرها. وهذه الطريقة في تقديم المعلومة يفضلها من لديه الرغبة في التعلم، وغالباً ما يكونون من الطبقة المتعلمة أو المثقفة أو المتخصصة.
- ب. **عفوية غير مباشرة:** عن طريق طرح المعلومات بشكل عابر أثناء حديث المذيع أو أثناء لقائه مع ضيف، أو يكون هناك معلومات مفيدة ضمن سيناريو الفيلم أو الدراما أو فيلم الكرتون. وهذا النوع من التثقيف تستقبله كل الشرائح العمرية والتعليمية لأنه يأتي بطريقة سلسلة غير مباشرة، بل قد تكون أكثر ثباتاً في الذاكرة لأنها سترتبط بصورة ذهنية.

٤. ربط المجتمع وتقوية أواصر العلاقات داخله:

أي أن تقوم وسائل الإعلام بتقوية الروابط بين أفراد المجتمع عن طريق نشر أخبار المجتمع وما يحصل فيه، من أحداث ومن احتفالات وفعاليات أو حالات وفاة، بحيث يستطيع الفرد أن يعرف أخبار مجتمعه ويشارك أفرادهم همومهم ومشاكلهم وأفراحهم. وهذا المعنى يتجلى في حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم (مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادُّهِمْ وَتَرَاحُمِهِمْ وَتَعَاطُفِهِمْ مَثَلُ الْجَسَدِ؛ إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ عُضْوٌ تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ بِالسَّهَرِ وَالْحُمَّى)^١.

^١ صحيح البخاري، وصححي مسلم.

وسائل الإعلام تستطيع من خلال قوة تأثيره أن تربط المجتمع ببعضه أو تقوم بتفكيكه وبث روح الشحنة والعنصرية عن طريق بث الأخبار التي تشجع على هذا. لذا فعلى وسائل الإعلام ربط أفراد المجتمع في نطاق البلد، وفي نطاق الأمة الإسلامية من خلال عرض أخبار العالم الإسلامي وما يستجد فيه من أحداث.

٥. نقل الموروث والمحافظة عليه:

بسبب تحول الإعلام من مراحل الشفوية والكتابية إلى مرحلته الحالية عبر قرون طويلة، فإن عليه أن يقيم بدوره في نقل الموروث والقيم والتقاليد والتاريخ من خلال وسائله. فعلى الإعلام أن يقدم للأجيال الجديدة صورة عن تاريخ أجدادهم وتاريخ أمتهم وعن أبرز الشخصيات الهامة في تاريخهم الإسلامي. كما يفترض أن يقوم بنقل موروث اللغة العربية من قصائد وخطب وغيرها. وقبل ذلك كله أن يكون له دور أساسي في غرس أسس العقيدة والشرع في نفوس الأجيال، لأن الإعلام حالياً أصبح يقوم بدور الأسرة والمدرسة في نقل الموروث، وإن لم يضطلع هو بهذا الدور فقد يفقد الموروث ويضعف لدى الأجيال.

٦. الإعلان والدعاية:

تحتاج وسائل الإعلام لمصادر دخل مادية لكي تستمر، لذا فإن العمود الأول الذي ترتكز عليه كمصدر دخل هو الإعلان التجاري. تقوم وسائل الإعلام بدور الوسيط المعلن بين الشركة المنتجة أو المعلنة والجمهور، فتعرض عليهم إعلانات السلع والخدمات وغيرها. كما تقوم أحياناً بتقديم إعلانات مجانية كإعلانات عن فعاليات أو عن افتتاح مشروع، أو إعلانات حكومية عن توفر وظائف وما إلى ذلك، فتقدم خدمة للجمهور وللمعلن في نفس الوقت.

٧. الترفيه والتسلية:

تقوم وسائل الإعلام بتوفير وسيلة لقضاء الوقت والترفيه عن الجمهور عبر البرامج الخفيفة أو الطريفة، كالمسلسلات الهادفة، وأفلام الكرتون والمسابقات في التلفزيون، والكاريكاتير والمقالات الخفيفة في الصحف.

وهذا الدور هام جداً لأنه في حال إغفاله وعدم توفير البديل الصالح للترفيه، سيتجه الجمهور نحو وسائل تقدم ترفيهاً ضاراً يحتوي على قيم سلبية. ويمكن من خلال الترفيه تحقيق عدد من وظائف الإعلام كالتثقيف ونقل الموروث والتوجيه وغيرها.

الفصل الثاني:

مدخل للاتصال ونظرياته

مفهوم الاتصال Communication:

الاتصال هو عملية انتقال المعلومة من طرف إلى آخر عبر قناة، وقد ينتج عنها تأثير، وقد يعود رجع صدى من المستقبل.

عناصر الاتصال:

نستطيع أن نقول بشكل عام أن للاتصال أربع عناصر رئيسية، وعنصرين ثانويين.

العناصر الرئيسية:

١. **المرسل (المصدر) Source:** وهو الطرف الأول في الاتصال ومنشئ الرسالة. وقد يكون فرداً أو مجموعة أو مؤسسة، ويسمى أيضاً القائم بالاتصال. ويقوم المرسل بإعداد الرسالة وإرسالها لذا فإنه يتحمل دوراً في فعالية عملية الاتصال من خلال قدرته على التعبير والتوضيح وإيصال الرسالة.

٢. **الرسالة Message :** وهي الرموز التي تحمل داخلها المعاني والمعلومات والتي تنتقل من المصدر إلى المستقبل. قد تكون الرسالة عبارة عن كلام منطوق أو رسالة مكتوبة أو رسالة نصية عبر جوال، أو صورة أو غيرها. وتتوقف فاعلية الاتصال على وضوح محتوى الرسالة وبساطتها وكونها مفهومة وسليمة غير معرضة للتشويش.

٣. **القناة (الوسيلة) Channel:** هي الأداة أو مجموعة الأدوات التي تمر بواسطتها الرسالة من المرسل إلى المستقبل مثل الهواء الذي تنتقل فيه الأصوات المنطوقة، أو الجوالات وشبكة الجوال التي تنتقل عبرها الرسائل، أو أجهزة الهاتف وأسلاكه.

٤. **المستقبل (المتلقي) Receiver :** المستلم هو شخص أو جماعة أو مركز يقوم باستلام الرسالة من المصدر. ويقوم المتلقي بتفسير الرسالة حسب فهمه الخاص للمعاني.

العناصر الثانوية:

١. **التأثير Effect:** هو التغير الذي يحدث لدى المتلقي بسبب الرسالة التي وصلتته، قد يكون التأثير فكرياً بالاعتناع مثلاً أو تغيير التوجه، وقد يكون عقلياً باكتساب معلومات جديدة وقبولها، وقد يكون عاطفياً بالتعاطف أو الميل لأمر أو النفور منه، وقد يكون سلوكياً بفعل أمر أو ترك آخر.

٢. **رجع الصدى (التغذية الراجعة) Feedback:** هي ردة فعل من مستقبل الرسالة يرسلها للمرسل، قد تكون هذه الردة عبارة عن كلام أو إشارة أو حركة جسد. ولا تدل بالضرورة على أن الشخص تأثر، لكن على أنه تلقى الرسالة.

أنواع الاتصال من حيث الرسالة:

١. اتصال رمزي: تكون الرسالة فيها على شكل رموز، مثل: الصمت، النظر بالعين، صورة، لوحة، إشارة مرور، حركة الجسد، تعابير الوجه، ابتسامة، بكاء، صراخ أو همهمات غير مفهومة. وما يميز الاتصال الرمزي أنه يستطيع تجاوز حاجز اللغة فيستطيع الناس فهمه من بعضهم حتى لو اختلفت لغاتهم. مثلاً: حين نسمع شخصاً يصرخ نعرف أنه يتألم أو يريد المساعدة حتى لو لم نكن نعرف لغته. وحين نرى شخصاً يبتسم لنا نعرف أنه ينقل لنا مشاعر إيجابية، لذا حثنا ديننا على التبسم في وجه الآخرين، وعلى إفشاء السلام والمصافحة.



٧ إشارات المرور تعتبر من الاتصال الرمزي

٢. اتصال لفظي منطوق: تكون الرسالة فيه عبارة عن ألفاظ منطوقة أي حديث وكلمات مفهومة. وفي هذا النوع من الاتصال يكون هناك حاجة لوجود لغة مشتركة بين المصدر والمستقبل حتى يمكن فهم الرسالة. وهذا النوع من الاتصال يتميز بأنه ينقل المشاعر من خلال نبرة الصوت التي تشكل اتصالاً رمزياً مسانداً. لكن يعيبه أنه غالباً أني ولحظي أي أن المستقبل إذا لم يسمع كلمة أو يفهمها قد لا يستطيع طلب إعادة الكلام ما لم يكن مسجلاً.



٣. اتصال لفظي مكتوب: تكون الرسالة فيه عبارة عن كلمات وعبارات مكتوبة، قد تكون مكتوبة على ورق أو عبر رسالة جوال أو عبر برامج المحادثة والتواصل الاجتماعي وغيرها. الاتصال اللفظي يحتاج أيضاً إلى لغة مشتركة. ويتميز بأنه لا يرتبط بوقت محدد فيمكن للمستقبل أن يفتح الرسالة ويتأملها طويلاً أو يبحث حتى يفهمها. يعيب هذا النوع أنه لا ينقل المشاعر، لكنه يعوض عن ذلك باستخدام الصور أو الرسوم والرموز التي تدعمه وتوضح المشاعر التي يراد نقلها.



أنواع الاتصال من حيث المصدر/ المستقبل:



٨ التأمل والتفكير يعتبر من الاتصال الذاتي

١. اتصال ذاتي: وهو اتصال الشخص مع نفسه أو ذاته، وقد يكون هذا الاتصال لفظياً منطوقاً، كتابياً أو عبارة عن مجرد أفكار وخيالات وصور ذهنية.
أمثلة: تدوين الخواطر الخاصة – تدوين أرقام أو معلومات حتى لا ينساها الشخص – تدوين جدول حفظ أو تلاوة القرآن- تدوين مقادير وصفة – التخيل – التأمل والتفكير – محاسبة النفس – عمل رسالة تذكير – المذاكرة والحفظ.



٢. اتصال شخصي: هو الاتصال الذي يكون بين شخص وآخر، أي بين فرد وفرد، بغض النظر عن الوسيلة أو القناة. فتواصل شخص مع صديقه يعتبر اتصالاً شخصياً سواء مباشرة بالكلام وجهاً لوجه، أو عبر محادثة الجوال، أو عبر رسالة نصية أو بريد الكتروني أو عبر برنامج محادثة. ما يميز الاتصال الشخصي هو أن يكون من فرد لى فرد، وهو أدق أنواع الاتصال وأقلها تعرضاً للخطأ لأن الشخص يرى أمامه الطرف الآخر أو يحادثه ويستخدم العبارات والمعاني التي تناسبه، ويتأكد باستمرار من وصول الرسالة وفهمها.



٣. اتصال جمعي: هو الاتصال بين فرد/جماعة وجماعة، هذه الجماعة عددها من اثنين فما أكثر. مثال: الأستاذ حين يشرح الدرس في القاعة، خطيب الجامع حين يخطب، الأم حين تقص قصة على أطفالها، إلقاء كلمة في ندوة أو مؤتمر، إرسال رسالة جوال لعدد من الأشخاص.



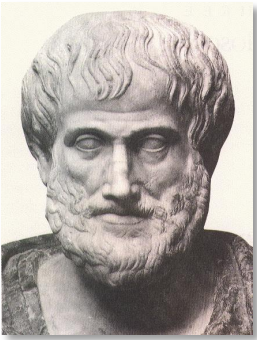
٤. اتصال جماهيري: هو أي نوع من أنواع الاتصال في حال تم عرضه عبر وسيلة إعلامية جماهيرية (صحيفة، إذاعة، تلفزيون، تويتر، مدونة..). مثال: خطبة الجامع في حال تم نقلها عبر الإذاعة أو التلفزيون تتحول لاتصال جماهيري. رسالة جوال شخصية في حال بثها على شكل برودكاست أو في تويتر فإنها تتحول لاتصال جماهيري، مقطع فيديو في حال نشره على اليوتيوب تحول لاتصال جماهيري.

نماذج ونظريات الاتصال:

هناك عدة نماذج ونظريات وضعها عدد من العلماء في محاولة لتفسير العملية الاتصالية.

نظرية أرسطو Aristotle:

عرف أرسطو الاتصال على أنه "عملية تجري بين الخطيب أو المتحدث الذي يبتكر قضية ليقدمها في شكل قول أو خطبة للسامعين أو الجمهور".



٩ عاش أرسطو في القرن الثالث قبل الميلاد

وهذا التعريف يحوي عدة عيوب وجوانب قصور حيث أنه:

- حصر مفهوم الاتصال في النوع اللفظي (قول).
- جعل الاتصال في اتجاه واحد (من المصدر إلى الجمهور).
- لم يذكر الرسالة ولا القناة

نظرية هارولد لازويل Harold Lasswell:

ترتكز نظرية هارولد لازويل على وضع خمسة أسئلة تحدد عناصر العملية الاتصالية في هذا النموذج. وهي:

من؟ يقول ماذا؟ لمن؟ بأي وسيلة؟ وبأي تأثير؟

- تتميز نظرية هارولد بأنها أضافت عنصر الوسيلة، وعنصر التأثير.
- لكن لا زال من عيوبها أنها تحصر الاتصال في القول، وتسير في اتجاه واحد.



١٠ هارولد لازويل كان من أشهر علماء الاتصال والسياسة في أمريكا

نظرية بيرلو Berlo:

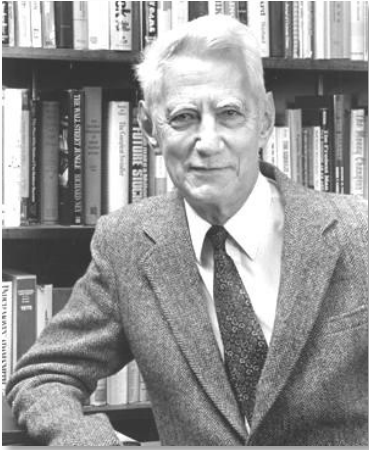
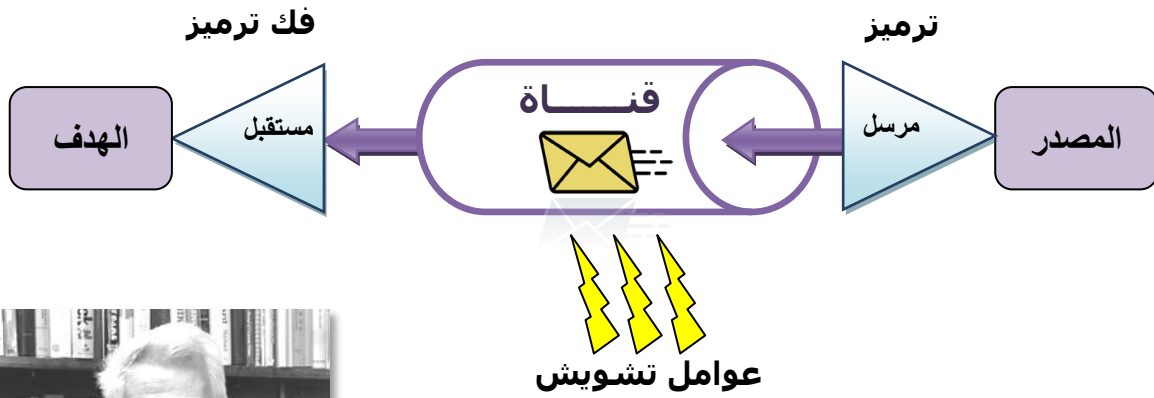
ظهر نموذج بيرلو في الستينات الميلادية، وتقوم على وجود أربع عناصر في العملية الاتصالية.



- أشار بيرلو إلى أن المعاني تكمن في الناس وليس الكلمات، وهذا مدخل هام للغة الجسد.

نظرية شانون وويفر Shannon and Weaver Theory:

قام كل من شانون وويفر بتصميم نموذج للعملية الاتصالية. هذا النموذج تم فيه فصل المصدر عن جهاز الإرسال الذي تم تسميته بالمرسل، كما تم فصل جهاز الاستقبال (المستقبل) عن الهدف. وتمت إضافة عنصر التشويش المؤثر على العملية الاتصالية، بالإضافة لعملية ترميز المعاني إلى إشارات يتم نقلها عبر القناة، ثم يتم إعادة فكها من رموز إلى معاني.



تميز نموذج شانون وويفر بأنه:

- شمل جميع أنواع الاتصال اللفظي وغير اللفظي.
- أضاف عنصر عوامل التشويش.
- ويعيبه أنه لا يزال يضع العملية الاتصالية في اتجاه واحد.

عوامل التشويش:

١١ ولد كلود شانون عام ١٩١٦ وتوفي في ٢٠٠١
وكان له أثر كبير على نظريات الاتصال

يمكن تصنيف عوامل التشويش في العملية الاتصالية إلى:

أ. **عوامل مادية:** مثل ضعف الإضاءة في المكان، أو الحر الشديد أو وجود إزعاج، أو

وجود حاجز وغيرها من الأمور التي يمكن أن تؤثر على وصول

الرسالة بشكل كامل وصحيح.

ب. **عوامل معنوية:** كالظروف النفسية والاجتماعية مثل الحزن أو

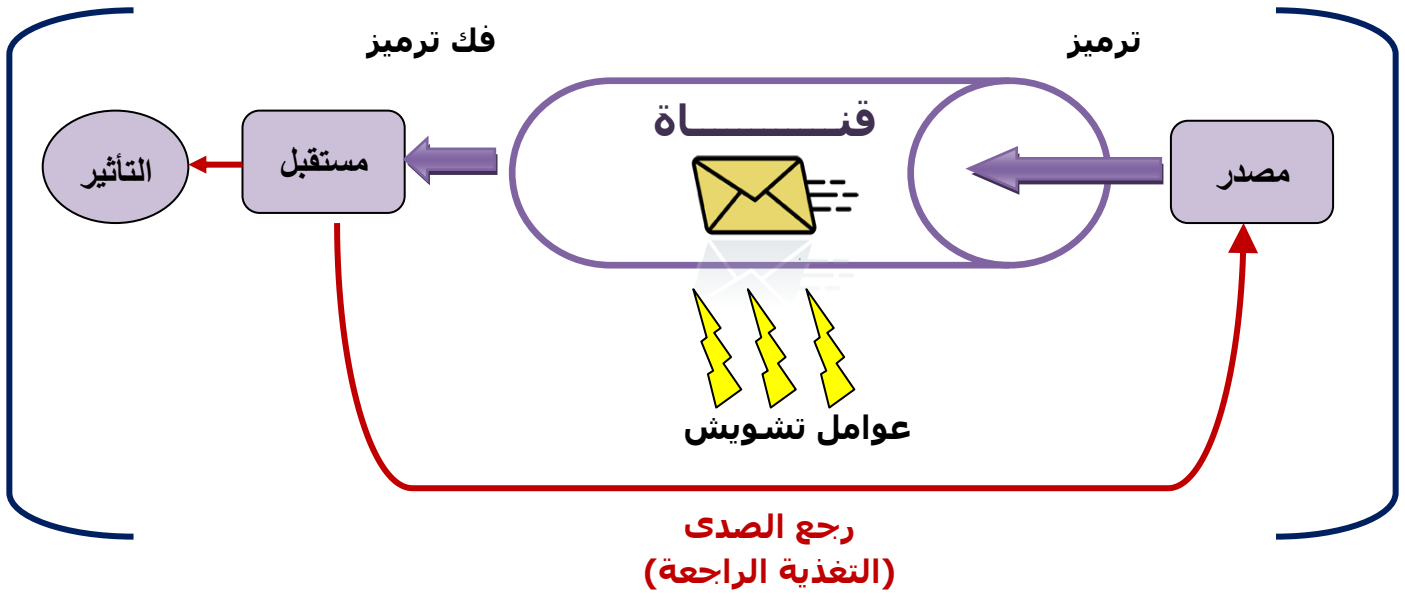
الغضب أو الجوع وغيرها من الحالات التي تسبب تشويشاً على

القدرة العقلية على الاستيعاب والتواصل.



نظرية شرام:

قام شرام عام ١٩٧٤م بوضع نموذج للاتصال يحوي مصدراً ومستقبلاً ورسالة وقناة، بالإضافة لعنصر التشويش. لكنه أضاف عناصر جديدة هي: رجع الصدى (التغذية الراجعة)، والتأثير، والخبرة المشتركة.

الخبرة المشتركة**الخبرة المشتركة:**

المقصود بالخبرة المشتركة هو الخلفية الثقافية أو الاجتماعية من خبرات الحياة والعلوم والمعارف والمهارات، التي تتيح للشخص فهماً أدق وأوضح لمعاني الرموز التي يحاول الطرف الآخر إيصالها، مثل (الدين، اللغة، اللهجة، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي، المستوى الثقافي، البلد، البيئة الاجتماعية، الخبرة المهنية...).

- وجود الخبرة المشتركة يجعل عملية الاتصال أكثر فاعلية وتجعل المعاني تصل بشكل أدق وأكثر صحة، لكن عدم وجودها لا يمنع وجود الاتصال.

مثال ١: عند تحدث شخصين يتكلمان نفس اللهجة أو من نفس البيئة أو البلد، فإن وصول المعاني بشكل صحيح يكون أضمن وأكثر دقة. أما حين تختلف اللهجات أو البلاد فقد تصل الرموز بمعاني تختلف ما بين الطرف الأول والثاني. فحين يتحدث شخص من مصر أو السودان عن

"اللبن" فهو يعني الحليب، لكن حين يسمعه شخص من الخليج سيعتقد أنه يعني اللبن الرائب أو الحامض.

مثال ٢: حين يتطرق شخص ذو دخل مرتفع أثناء حديثه لأهمية "تغيير الجو" مثلاً فهو يعني غالباً وبشكل بديهي بالنسبة له السفر للخارج. أما حين يتحدث شخص ذو مستوى دخل منخفض عن "تغيير الجو" ضمن كلامه فهو يعني مجرد الذهاب لأماكن تنزه قريبة. وكذلك حين يقول المليونير عن شيء أنه "غالي" فهو يقصد أن سعره يتجاوز المليون مثلاً، بينما لدى محدود الدخل كلمة "غالي" قد تشير لشيء سعره مائة ريال. المسألة نسبية بالطبع، لكن لمجرد توضيح اختلاف معاني الرموز بين الخبرات المختلفة.

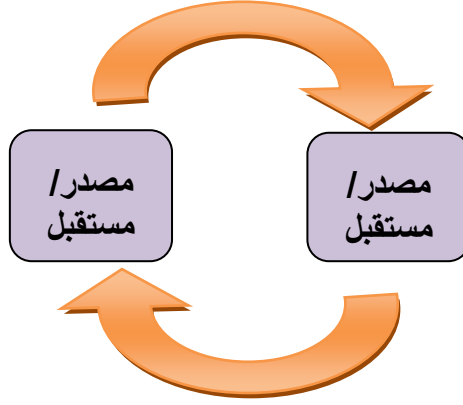
النموذج الحديث للاتصال:

حدث تطور كبير في عالم التقنية والاتصال، وظهرت وسائل الإعلام الجديد، فظهرت أجهزة اتصال الجيل الثالث ثم الرابع وظهرت برامج وشبكات كثيرة للتواصل والتي تتيح للناس التواصل مع بعضهم البعض عبر أنحاء العالم وبشكل متساو ويتيح للجميع المشاركة.

كما تغيرت الكثير من المفاهيم والسلوكيات الاجتماعية فأصبح هناك انفتاح أكبر بين الناس، اختفت أو تلاشت الفجوات الاجتماعية التي كانت تقسم المجتمع لطبقات: طبقة يتم منحها امتياز التحدث وطبقة تستمع فقط ولا تعبر عن رأيها (كما كان يرى أرسطو). حتى العلاقة بين المعلمين والتلاميذ تغيرت، العلاقة بين الآباء وأبنائهم أصبحت تحوي قدراً أكبر من النقاش والحوار. ضعفت نماذج التسلط في الحديث والتي تحول طرفي عملية الاتصال إلى متحدث، ومستمع، بل أصبح هناك المزيد من الحوار والنقاش والتساؤلات.

ومع هذا التطور الهائل في المجتمعات وفي التقنيات أصبحت هناك حاجة ملحة لتطوير نموذج اتصال يتفهم التغيرات الحديث. فظهر النموذج الحديث الذي قام بتحويل كل من المصدر والمستقبل في العملية الاتصالية إلى (مصدر / مستقبل) فكل منهما يتحدث ويسمع، يكتب في تويتر والفيس بوك ويقرأ للآخرين، يشاهد برنامج في التلفزيون ثم يكتب تعليقه على حساب البرنامج في تويتر.

وهكذا تستمر العملية الاتصالية بشكل مستمر ثنائي الاتجاه، ليس له بداية واضحة ولا نهاية محددة، فكل من طرفي الاتصال يرسل ويستقبل في نفس الوقت.



الفصل الثالث:

نظريات التأثير

الإعلامي

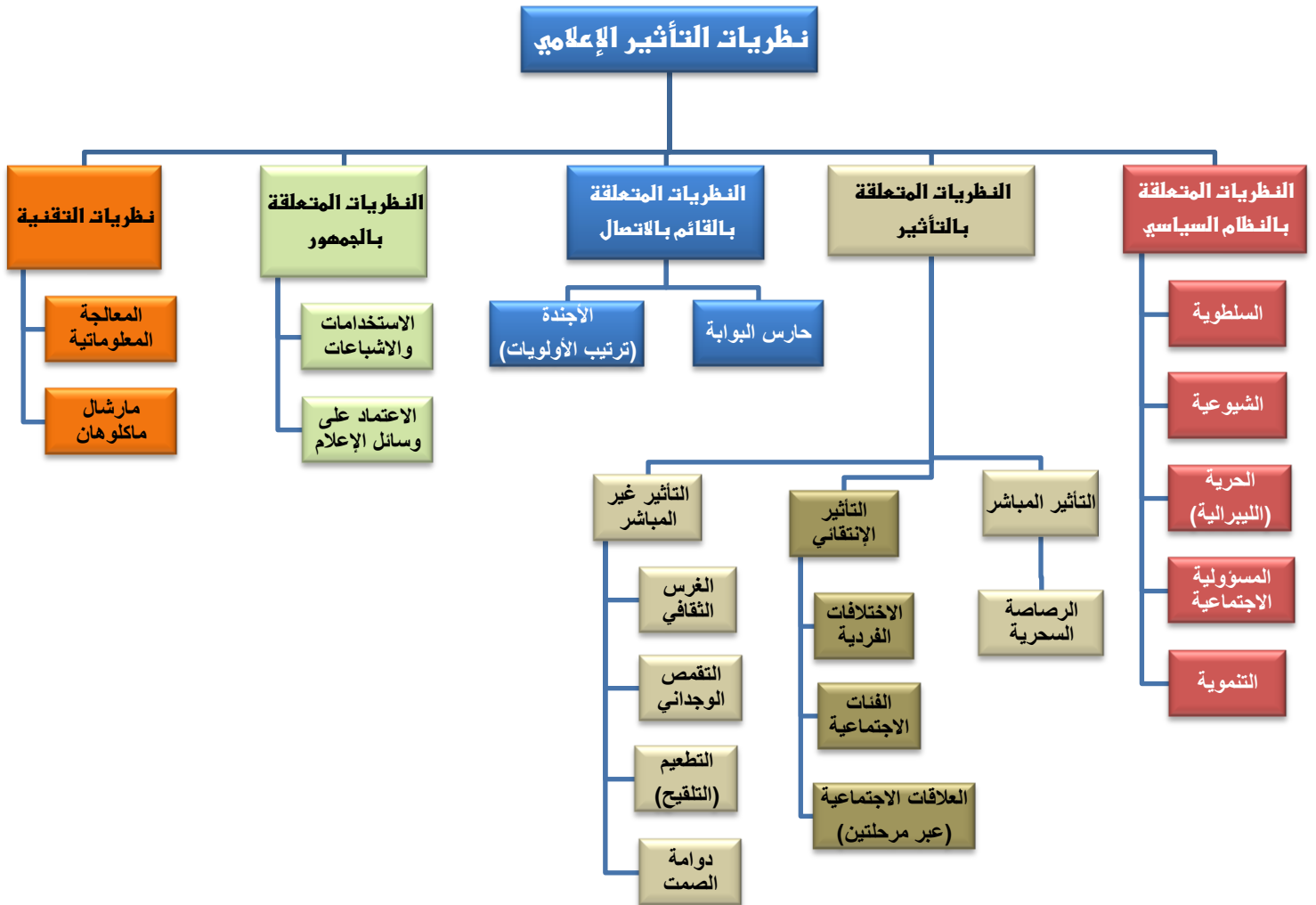
مفهوم النظرية الإعلامية:

نظريات التأثير الإعلامي ليست حقيقة ثابتة. بل هي مجرد تصور لكيفية تأثير وسائل الإعلام على المجتمع من ناحية معينة أو في ظروف معينة وفي وقت معين.

لا توجد نظرية صحيحة تماماً، ولا نظرية خاطئة تماماً، كل نظرية يمكن أن تنطبق في وقت ما أو تحت ظرف ما، أو أمام شريحة معينة من الجمهور. هذه النظريات جاءت بناء على دراسات وأبحاث لتقدم تصوراً لعلاقة وسائل الإعلام والجمهور من الجهتين.

أنواع النظريات:

رغم اختلاف علماء الاتصال والإعلام في وضع تقسيم محدد للنظريات الإعلامية، إلا أنه يمكننا تقسيم نظريات التأثير الإعلامي بشكل عام كما في الشكل التالي:



رسم توضيحي ١٢ : نظريات التأثير الإعلامي

أولاً: النظريات المتعلقة بالنظام السياسي:

١. النظرية السلطوية Authoritarian Theory:



أفلاطون أول من نادى بنظرية السلطة الحاكمة وتقييد الحرية في سبيل تحقيق الأفضل للشعوب

نشأت هذه النظرية في أواخر القرن السادس عشر في إنجلترا وتستند إلى فلسفة السلطة المطلقة للحاكم أو لحكومته. ويظهر ذلك في نظريات أفلاطون، وأرسطو، وميكافيلي. وغرضها الرئيسي هو حماية وتوطيد سياسة النظام الحاكم وخدمته.

- ملكية وسائل الإعلام في الأنظمة السلطوية يمكن أن تكون عامة أو خاصة. أي أنها متاحة التملك للأفراد، لكن لا يعمل في وسائل الإعلام ولا يصدرها إلا من يستطيع الحصول على ترخيص من الدولة.

- تشرف الحكومة على وسائل الإعلام وتفرض الرقابة عليها. ويحظر النقد، سواء للنظام الحاكم أو الموظفين الرسميين.

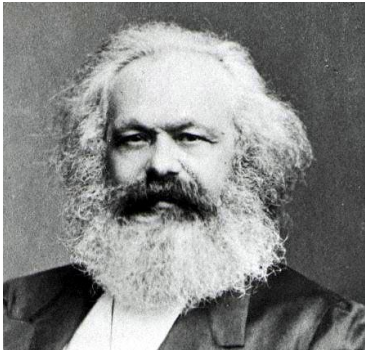
- ترى النظرية أن الصفوة الحاكمة هي التي تملك أن توجه العامة لأنهم غير مؤهلين لاتخاذ قرارات سياسية. وأن الشخص الذي يعمل بالصحافة يكون عمله هذا، بمثابة امتياز خاص من الدولة.



١٣ ميكافيلي نادى بنظرية السلطة في كتابه الأمير The Prince

- حرية وسائل الإعلام ضئيلة جداً في ظل هذه النظرية، فتقتل المصادقية والشفافية وتتحول وسائل الإعلام لمجرد أداة ترويج للحكومة.

٢. النظرية الشيوعية Communist Theory:



١٤ كارل ماركس مؤسس النظام الشيوعي

شهدت بدايات القرن العشرين ظهور نظرية الصحافة الشيوعية. والتي يُعدّ كارل ماركس الأب الروحي لها.

ترتكز هذه النظرية على أن وظائف وسائل الإعلام، في المجتمع الشيوعي، هي نفسها وظائف الجهاز الحاكم، أي دعم بقاء وتوسع

النظام الاشتراكي. وأن هذه الوسائل يجب أن توجد، لنشر السياسة الاشتراكية، وليس لها أن تبحث عن الحقيقة.

- ملكية وسائل الإعلام في النظرية الشيوعية عامة فقط. ولا يتاح تملكها للأفراد. فهي تعتبر جزءاً من الدولة، والدولة فقط هي التي تملكها.
- العاملين في الإعلام يعتبرون موظفين حكوميين، ولا يحق لهم نقد الدولة. وفي حال مخالفتهم للقوانين يتم معاقبتهم بالفصل أو السجن.
- كما في نظرية السلطة تفترض النظرية الشيوعية، أن الجماهير أضعف، وأجهل من أن تحاط علماً بكل ما تقوم به الحكومة، ووسائل الإعلام يجب أن تعمل دائماً في خدمة النظام الشيوعي.



بانهيار الشيوعية، وسقوط الاتحاد السوفيتي، عام 1989، تهاوت النظرية الشيوعية في الإعلام كذلك وأثبتت فشلها

٣. النظرية الليبرالية (الحرية) Libertarian Theory :

تعود هذه النظرية إلى عصر النهضة الأوروبية، وبالتحديد أواخر القرن الثامن عشر. إذ أدت النظرية السلطوية وسوء استخدامها إلى توجه عدد من المفكرين الأوربيين لتطوير نظرية الليبرالية أو الحرية.

يرى دينيس ماكويل أبرز المنادين بنظرية الحرية أن:

- ملكية وسائل الإعلام حق خاص، مفتوح لجميع لأفراد والجماعات، دون الحاجة لترخيص من السلطة.
 - يجب ألا توجد أي رقابة من الدولة على المحتوى الإعلامي.
 - كل إنسان حر في نشر ما يشاء.
 - يجب ألا يواجه أي عقاب لمن ينشر أي نقد ولو كان مسيئاً للدولة ومؤسساتها.
 - أي رقابة أو تقييد لحرية وسائل الإعلام هو إساءة لمفهوم الدولة الحرة.
 - يجب ألا يتم ممارسة أي ضغط على الصحفي أو الإعلامي بأي وسيلة.
- لكن هذه الحرية المطلقة للصحافة عبر عشرات السنوات من تطبيقها، أدت لظهور عدة سلبيات ومنها:

- **التركيز على الربح المادي:** نظراً لتحول ملكية وسائل الإعلام للقطاع الخاص، أدى ذلك لاتجاه معظم وسائل الإعلام للبحث عن الربح المادي في مقابل جودة المحتوى الإعلامي. فأصبح الهاجس هو رفع عدد المبيعات للصحف، أو عدد المشاهدين للقناة ولو أدى ذلك لاستخدام الوسيلة لمحتوى هابط أو سطحي أو كاذب ومبالغ لمجرد الجذب.
- **الاحتكار:** امتلاك وسائل الإعلام يحتاج لرؤوس أموال كبيرة، وبالتالي أدى ذلك لاحتكار وسائل الإعلام من قبل الطبقة الغنية المنفصل عن هموم الطبقات الدنيا. وبالتالي أصبح الإعلام حكراً على طبقات معينة، لا تصل إلى هموم المواطن الحقيقية ولا تمثلها في المحتوى الإعلامي. وأصبح المواطن غير قادر على إيصال صوته.

امبراطورية روبرت مردوخ

لعل أوضح مثال على الاحتكار في النظرية الليبرالية هو امبراطورية روبرت مردوخ الملياردير اليهودي الذي يملك عدداً كبيراً من القنوات الإخبارية والصحف مثل الصن البريطانية والتايمز والنيويورك بوست الأمريكية وشبكة فوكس التلفزيونية الإخبارية.



- **الممول السياسية:** نظراً للحرية المطلقة في الطرح الإعلامي، أصبح القائمون على وسائل الإعلام يسيرون المحتوى الإعلامي ليقدم مصالحهم السياسية وميولهم. فيتم عرض الأخبار المناسبة لتوجهاتهم ومنع الأخبار المعارضة لهم (كما سنرى في نظرية حارس البوابة لاحقاً بإذن الله).
- **الترفيه الضار:** مع انفتاح نظرية الحرية، ووجود السعي لربح المادي ظهر المحتوى الترفيهي الضار للمجتمع. حيث سعى القائمون على الوسائل الإعلامية لجذب أكبر عدد من المشاهدين بمخاطبة الغرائز بالمحتوى الإباحي والخادش للحياء، أو بتقديم الإثارة المحتوية على العنف والمعاني السيئة أخلاقياً كالجرائم والسرقات والعبارات العنصرية والبذيئة وتناول المخدرات. مما أدى لأضرار كثيرة للمجتمع خصوصاً الأطفال وظهور نتائج خطيرة.

الإباحية.. النتيجة للحرية الإعلامية



من أبرز الأمثلة على انحراف نظرية الحرية عن هدفها هو ظهور صحافة التابلويد أو الصحافة الصفراء في بريطانيا وأمريكا في أواخر القرن التاسع عشر وحتى الآن. وهي صحف صغيرة الحجم تهتم بنشر الأخبار المثيرة كأخبار الفضائح والجرائم وغيرها. وسميت بالصحافة الصفراء لأنها في بداياتها كانت تطبع على ورق أصفر رخيص. كما أن من آثارها ظهور القنوات الإباحية حيث يبلغ عدد القنوات الإباحية المشفرة في أمريكا وحدها أكثر من ١٥٠٠ قناة. و١٥٠ مجلة إباحية، و٩٠٠ دار سينما متخصصة في الأفلام الإباحية.

٤. نظرية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility Theory:

نظرية المسؤولية الاجتماعية ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية في تقرير نشر عام ١٩٤٧ بواسطة لجنة من عدة مختصين وعلماء مجتمع وإعلام. وقد استهدفت النظرية وضع ضوابط أخلاقية للصحافة والتوفيق بين حرية الصحافة وبين المسؤولية الاجتماعية، وقدمت عدة توصيات لهيئة الأمم المتحدة منها:

- الاهتمام بالصدق والموضوعية في المادة المعروضة.
- عدم السماح بالمواد المضرة أخلاقياً.
- يتم حظر كل ما يساعد على الجريمة والعنف.
- منع كل محتوى عنصري يسيء للأقليات والجماعات.
- إتاحة الفرصة للجميع بالنقاش والرد.



هل تم تطبيق توصيات هذه اللجنة؟

لم يتم تطبيق التوصيات إلا في نطاق ضيق جداً، حيث تم تحديد عمر معين لدخول الأفلام ذات المحتوى الإباحي في السينما، أو لبيع بعض المجلات الإباحية، ويتم أحياناً وضع إعلان تحذيري قبل البرنامج في حال كونه يحوي مشاهد عنف شديد.

٥. النظرية التنموية Development Theory:

هذه النظرية عبارة عن مجموعة من الآراء التي وضعت لكيفية عمل وسائل الإعلام في الدول النامية. وتكتسب هذه النظرية وجودها من تركيزها على عملية التنمية، وعلى مبدأ الانتماء الوطني ووحدة وتماسك الوطن النامي، مع رفضها السلطوية كمبدأ.

في إعلام التنمية يجب على وسائل الإعلام أن:

- تركز على أخبار مشاريع التنمية المختلفة، كافتتاح الجامعات والمستشفيات وغيرها، وتمنحها زخماً إعلامياً أكبر من حجمها.
- تبرز الإيجابيات في المشاريع التنموية وتضخمها، مع تجاهل السلبيات وتبريرها.
- يجب أن تحرص على تحقيق الوحدة الوطنية، والابتعاد عن كل نقد يمكن أن يسيء لجدار هذه الوحدة.

- تقلل من السماح بالنقد للدولة ومؤسساتها ومسؤوليها إلى أقل الحدود، حتى لا يؤثر ذلك على الانتماء الوطني، وثقة المواطن بوطنه وشرعيته.
 - تغليب مصلحة الوطن على مصلحة المواطن الفرد.
- في ظل السيطرة الحكومية على وسائل الإعلام في النظرية التنموية، يتراجع النقد وتتحول أخبار التنمية، إلى دعامة سياسية للحكومة وقيادتها. وتتحول النظرية على أرض الواقع تدريجياً إلى نظرية سلطوية، تقدس السلطة الحاكمة، وتمنع النقد.

٦. النظرية الإسلامية Islamic Theory:

تنبثق النظرية الإسلامية للإعلام من كون الدين الإسلامي نظام شامل للحياة بمختلف ميادينها ومجالاتها {قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ}. وتعتمد على المبادئ التالية بشكل عام:

- المبدأ الأساسي لتقييم المحتوى الإعلامي هو **الحلال والحرام**. والأصل والمصدر الذي يُرجع إليه هو **كتاب الله وسنة نبيه ﷺ**. فلا يسمح بنشر ما يخالف العقيدة الإسلامية.
- **حرية التعبير** متاحة للجميع للنقد مصادقاً لقول رسول الله صلى الله عليه وآله وسلم (المؤمن مرآة أخيه)^٢، وقول عمر بن الخطاب رضي الله عنه (رحم الله إمرءاً أهدى إلي عيوبي).
- **حرية التعبير** لا تتوقف إلا إذا سببت الضرر للآخرين أو للمجتمع (لا ضرر ولا ضرار)^٣.
- **المصادقية** لها أهمية كبيرة في الإعلام الإسلامي، فلا يجوز لأي سبب الكذب أو التزييف على الجمهور لأي هدف كان، ولا يجوز نشر أي خبر إلا بعد التأكد من مصداقيته {يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا}.

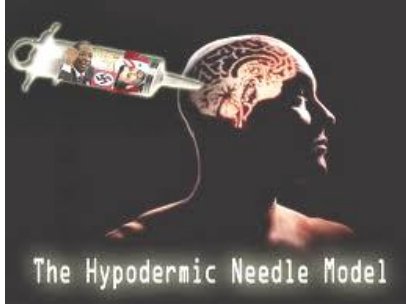
^٢ حديث حسن.

^٣ حديث حسن رواه ابن ماجه والدارقطني وغيرهما.

- **العدل** قيمة أساسية في الإعلام الإسلامي سواء مع المسلمين أو غيرهم فلا يجوز الظلم والتجاوز في الطرح الإعلامي { ولا يجرمنكم شنآن قوم على ألا تعدلوا اعدلوا هو أقرب للتقوى }^٤.
- **الكفاءة مطلوبة في جميع العاملين** في الإعلام الإسلامي، سواء الكفاءة الدينية أو الاجتماعية أو الأخلاقية أو المهنية. حيث يجب أن يكون العاملين في الإعلام من أهل التوجهات السليمة والخبرات المهنية العالية.
- **لا تحدد النظرية الإسلامية نمطاً محدداً** لملكية وسائل الإعلام، فيمكن أن تكون عامة أو خاصة، وحرية امتلاكها متاحة للجميع ضمن إطار ضوابط الإعلام الإسلامي.



^٤ المائدة، ٨.



ثانياً: النظريات المتعلقة بنوع التأثير:

أ. نظريات التأثير المباشر Direct Effect:

نظرية الرصاصة السحرية Magic Bullet (الحقنة تحت الجلد

: (Hypodermic Needle

تم طرح هذه النظرية لأول مرة بعد ما يسمى بحادثة هجوم المخلوقات الفضائية Aliens Attack، بالنظر لردة الفعل القوية التي أحدثتها للجماهير لحظة عرضها في وسيلة إعلامية هي الإذاعة.

حصلت هذه الحادثة حينما تم إذاعة إعلان لمسلسل إذاعي في أمريكا يحوي خبراً بأن مخلوقات فضائية قد هبطت على الأرض وتهاجم المدن الكبرى. فخرج الناس بالآلاف من منازلهم بسياراتهم هرباً من المدن.

قام هارولد لازويل بطرح هذه النظرية التي تتلخص فكرتها في أن:

- الجمهور عبارة عن أفراد يتأثر كل واحد منهم بشكل فردي وقوي بما يراه مباشرة وفي نفس اللحظة، ودون تأثير من الآخرين.
- التأثير الإعلامي يتسلل للأشخاص دون شعور منهم كما لو كان في حقنة.
- وسائل الإعلام قوية وسريعة التأثير.

تم توجيه الكثير من النقد لهذه النظرية في ما بعد، بأنها غير واقعية ومبالغة في تضخيم آثار وسائل الإعلام. لكن في رأيي وبشكل عام يمكن أن تظهر هذه النظرية أحياناً في بعض الحالات القليلة مثل:

- عند شعور الجمهور بالخوف والقلق والغموض.
- عند انتظار الجمهور لحدث هام، أو خبر مؤثر.
- عند عدم توفر مصادر أخرى للمعلومة.

ويتجلى ذلك في حالات الحروب أو التغييرات السياسية أو الأحداث الهامة. فمثلاً لا زال إعلان خبر وفاة شخصية هامة أو تنصيب شخصية سياسية، أو خبر إعلان حرب يؤدي لأثر نظرية الرصاصة في الجمهور.

ب. نظريات التأثير الانتقائي Selective Effect:

نظريات التأثير الانتقائي، هي نظريات ترى أن تأثير وسائل الإعلام يختلف حسب عدة عوامل متعلقة بالفرد أو الظروف المحيطة به. هذه النظريات هي:

١. نظرية الفروق الفردية Individual Differences:



هذه النظرية ترى أن الأشخاص المختلفين يستجيبون بشكل مختلف لوسائل الإعلام وفقاً لاتجاهاتهم وبنيتهم النفسية وصفاتهم الموروثة أو المكتسبة (مثل الذكاء، قوة الذاكرة، الهدوء، الثقافة العامة، الميل للعنف....).

فباختلاف الأفراد يختلف مستوى إدراكهم للمحتوى الإعلامي وبالتالي لتأثرهم به. فالطفل الذي لديه ميول عدوانية يتأثر من برامج العنف ويتحفز بسببها على العنف أكثر، على العكس من الطفل الهادئ المسالم الذي قد لا تشكل تأثيراً عليه.

٢. نظرية الفئات الاجتماعية Social Categories:



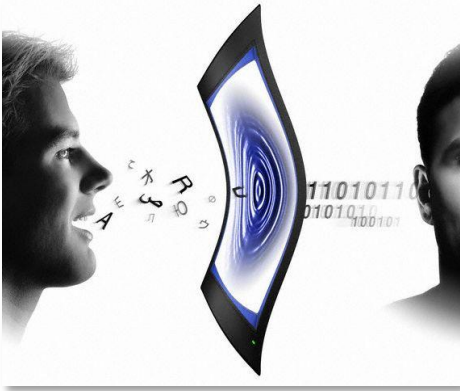
ترى هذه النظرية أن الناس ينقسمون إلى فئات اجتماعية. والإدراك والتفسير للمحتوى الإعلامي (السلوك الاتصالي) يتشابه داخل أفراد نفس الفئة.

الفئة الاجتماعية قد تكون (العمر، الجنس، المستوى التعليمي، الدين، البلد، البيئة الاجتماعية، الدخل، الوظيفة.... وغيرها).

مثال: أفلام الرعب كمادة إعلامية قد تسبب أثراً قوياً وسلبياً عند تعرض فئة الأطفال لها، لكنها أقل تأثيراً على الشباب. كذلك عند عرض نشرة أخبار الأسهم فإنها تجذب اهتمام شريحة ذات وظيفة معينة كرجال الأعمال، أو ذات الدخل الاقتصادي المرتفع وتؤثر فيهم، بينما لا تجذب اهتمام شرائح أخرى ولا تؤثر فيها.

٣. نظرية العلاقات الاجتماعية (التأثير عبر مرحلتين) Two Step flow

:Theory



ترى هذه النظرية أن الجمهور ليسوا أفراداً منعزلين، ولا يتأثرون بشكل فردي أو على شكل فئات أو دوائر محددة، بل هم مرتبطون في علاقات مع بعضهم البعض (عوائل، صداقات، زمالات، جيران... الخ). وهؤلاء يتأثرون ببعضهم عبر النقاشات.

- عند التعرض لأي مادة إعلامية فإن الفرد يتأثر في المرحلة الأولى تأثيراً أولياً، ثم يتأثر في المرحلة الثانية حسب آراء من حوله ونقاشاتهم حول تلك المادة.

مثال: حينما يشاهد شخص أمريكي مناظرة بين مرشحين للرئاسة ويشعر بتأييد لأحدهما، لكن حين يجتمع مع أصحابه أو زملائه يجدهم يؤيدون المرشح الثاني ويوضحون له الجوانب الإيجابية في حديثه، ويبينون له سلبيات المرشح الأول، فيتأثر بحديثهم ووجهات نظرهم.

مثال آخر: حين يشاهد الطفل مسلسلاً كرتونياً يعرض قيم سلبية مثل صراخ البطل الصغير على والديه، فإنه لأول وهلة قد يعجب التصرف القوي لهذا البطل الصغير (المرحلة الأولى)، لكن في حال وجود أمه معه في نفس الغرفة، وتعليقها على المشهد وتوضيحها له أن هذا التصرف خاطئ ويعارض قيمنا الإسلامية الجميلة (المرحلة الثانية) فإن الطفل هنا يغير وجهة نظره وينظر للتصرف كأمر مشين.

- لذا فإن هذه النظرية، تعطي وسائل الإعلام تأثيراً أضعف من تأثير العلاقات الاجتماعية التي تحيط بالإنسان.

ج. نظريات التأثير غير المباشر:

هذه النظريات في مجملها ترى أن وسائل الإعلام لا تؤثر بطريقة مباشرة وسريعة، بل بطريقة غير مباشرة وطويلة المدى. ومن هذه النظريات:

١. نظرية الغرس الثقافي Cultivation:

ترى هذه النظرية أن الإعلام لا يؤثر بطريقة مباشرة بل يقوم بغرس الفكرة في عقول الجماهير عبر تكرار عرضها على مدى سنوات طويلة حتى تنتشرها العقول وتتحول لقناعة.

- ترى هذه النظرية أن آثار الإعلام طويلة المدى، وقد تستغرق عدة سنوات حتى تستقر وتتحول من فكرة معروضة إلى قناعة.
- ترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام أصبحت تقوم بدور التنشئة والتربية للأجيال بسبب تعرضهم المستمر لهم، فتقدم لهم التوجه والأفكار ومعاني الرموز.
- تقوم وسائل الإعلام بغرس رأي معين لدى الجمهور تجاه قضية معينة، بحيث ينشأ على هذا المفهوم ويصبح قناعة بالنسبة له.

مثال: المجتمع السعودي كمثال كان يتعايش مع مسألة تعدد الزوجات كأمر مباح شرعاً وفيه حل لكثير من مشكلات المجتمع. لكن مع دخول المجتمع في طور التحضر المدني وتعرضه لوسائل الإعلام - التي أصبحت تصور التعدد في الأفلام والدراما التلفزيونية على أنه أمر شنيع وسيء وينتج عنه ظلم للمرأة وتشتت للأسرة- تلقى فكرة سلبية عن التعدد. ومع تكرار تصوير هذا الأمر باستمرار وعبر سنوات.. ترسخت هذه الصورة لدى الأجيال، وأصبح مسمى التعدد مرتبطاً بهذه الصورة التي تم غرسها ثقافياً في عقولهم بشكل سلبي جداً، بل تحولت لقناعة برفضه لدى الأغلبية.

مثال آخر: ظهور صورة ربة المنزل في الكثير من الدراما والأفلام بصورة المرأة الجاهلة البليدة التي لا تعرف كيف تتعامل مع الرجل، أو التي تغرق في

اهتمامات البيت والأطفال، وتصويرها بشكل سلبي عموماً. في مقابل المرأة العاملة الجذابة أو القوية والمؤثرة (الشرطية الحسنة، المحققات الجميلات، وأفلام الكرتون: فتيات القوة، الجاسوسات...) جعل الفتيات ينشأن وقد غرس في أذهانهن الصورة السلبية لربة المنزل، وبالتالي يكون هناك رفض لمبدأ بقاء المرأة في بيتها لتربية أطفالها والاهتمام بهم حتى لو لم تكن بحاجة للعمل ولم يكن لديها رسالة تود إيصالها. أصبح الخروج للعمل هو مطلب الجميع كقناعة تم غرسها وتجذرت في العقول عبر تكرار عرض هذه الفكرة في الإعلام.

٢. نظرية التقمص الوجداني Empathy Theory :

- وضع هذه النظرية العالم دانييل ليرنر Daniel Lerner.
- ترى هذه النظرية أن الفرد يتأثر بوسائل الإعلام عن طريق تقمصه لدور الرموز المعروضة (الممثلين، اللاعبين، المذيعات، المغنين... الخ) وتقليده اللاشعوري لمشاعرهم وسلوكياتهم.
- ترى هذه النظرية أن الفرد قد لا يستشعر هذا التقمص، فهو يحصل بطريقة وجدانية لا شعورية.
- عند تعرض الفرد لموقف ما سيتصرف بنفس الطريقة التي تصرف بها بعض رموز الإعلام التي شاهدها.
- يؤدي ذلك للتقليد أيضاً في المظهر وطريقة اللبس، وفي السلوكيات كالتدخين والعنف وأسلوب الحديث.
- يؤدي ذلك لرفض الواقع والنفور منه.

مثال: حي يشاهد الطفل في فيلم الكرتون أحد الأبطال يصرخ على معلمه في المدرسة أو يسخر منه، سيتقمص هذا الدور لا شعورياً وقد ينفذه عند تعرضه لموقف مع معلمه في المدرسة.

مثال ٢: عندما تشاهد الفتاة عبر التلفزيون طريقة لبس المذيعات أو طريقة حديثهن ستتصرف بطريقة مشابهة وتلبس بطريقة مشابهة حتى لو حدث ذلك لا شعورياً.

٣. نظرية دوامة الصمت Spiral of Silence:



١٥ اليزابيث نيومان وضعت نظرية دوامة الصمت

- طورت هذه النظرية من قبل عالمة الألمانية في السياسة والاتصال اليزابيث نيومان Elizabeth Neuman.
- ترى أن وسائل الإعلام لها دور في التأثير وتكوين الاتجاهات ولا يجب التهاون بتأثيرها.
- الفرد يتحول لكائن سلبي أمام وسائل الإعلام فهو يتلقى فقط، وحتى لو كان يعارض الآراء المطروحة، سيكتفي غالباً بالصمت.

- وسائل الإعلام محتكرة ولا تعرض آراء كل أفراد المجتمع لذا فهناك نسبة -قد تصل للأغلبية- يعارضون، لكنهم يلتزمون الصمت خوفاً من المعارضة أو من العزلة الاجتماعية.
- الفئة المعارضة لا تعرف أنها كبيرة، فهي تعتقد أن رأي وسائل الإعلام هو رأي كل المجتمع.
- الفئة المعارضة قد تتظاهر بالتأييد أحياناً لتنسجم في المجتمع، أو تحاول إقناع نفسها.
- من هذا المنطلق فإن تأثير وسائل الإعلام في هذه النظرية يكون عبر: نشر الرأي أولاً، ثم إيهام المجتمع بأن هذا الرأي هو السائد والجميع يؤيده.
- هذه النظرية كانت -ولا زالت- تنطبق على وسائل الإعلام التقليدي، لكنها تلاشت في ظل الإعلام الجديد، حيث كسرت الجماهير دوامة الصمت وأصبحت تتناقش وتبدي آراءها في مختلف القضايا التي لا يطرحها الإعلام المحتكر الذي يعبر عن رأي الأغلبية المزيفة.

مثال: أحياناً يتم عرض قضايا معينة في الإعلام وكأنها هي قضية الجمهور مثل التركيز على قضية قيادة المرأة وغيرها، بينما يتم تهميش قضايا أخرى مثل حقوق المطلقات وغيرها.

٤. نظرية التطعيم أو التلقيح Vaccination:

ترى هذه النظرية أن كثرة التعرض لأي محتوى إعلامي تؤدي لشعور من اللامبالاة أو التبلد الشعوري تجاه هذا الأمر. فيصبح لدى الفرد تطعيم ضد هذا الأمر.

- كثرة التعرض لمشاهد العنف والقتل والعدوانية تجعل الشخص يتقبلها ويشعر بأنها أمر عادي لا يستوجب الإنكار أو التغيير. وقس على ذلك: اللباس العاري، الإساءة للوالدين، السخرية من الآخرين، إيذاء الآخرين.
- النظرية ترى أن الفرد لا يقوم بالتقليد، فهذا الأثر ضعيف، ولكنه يتأثر من خلال تقييمه للأمور السلبية، حيث يراها عادية ولا تحتاج لإيقاف أو منع.

مثال: الطفل أو المراهق مع كثرة مشاهدته لمشاهد القتل أو العنف، يعتبره أمراً عادياً، ويتبدل الشعور عنده. لذا حين يكبر ويشاهد أمامه حادث سيارة ويرى شخصاً مضرجاً بالدماء، فإنه يكون أصلاً قد تلقى التطعيم في الإعلام، فلا يكثرث ولا يتعاطف بل يمسك الجوال ويصور الضحية بكل برود دون أن يكلف نفسه عناء المساعدة أو طلب المساعدة.



16 كثرة التعرض لمشاهد العنف مثال على نظرية التطعيم حيث يصبح لدى الفرد تبلد شعوري تجاه الإيذاء

ثالثاً: النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال:

أ. نظرية حارس البوابة:

استعمل هذا المفهوم لأول مرة من قبل عالم النفس كيرت ليوين، وحراس البوابات هم أشخاص أو جماعات من الأشخاص الذين يتحكمون في سير المواد الإخبارية في وسائل الإعلام. وحارس البوابة يمكن أن يكون رئيس تحرير صحيفة يقوم بمنع بعض المقالات من النشر أو اقتصاص جزء منها أو تعديل صياغتها، وقد يكون أيضاً مديرة قناة تلفزيونية أو إذاعية.

- تقول هذه النظرية أن الرسالة الإعلامية تمر بعدة مراحل (بوابات) وهي تنتقل من الكاتب إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة.
- هذه البوابات يقف عليها حراس يسمحون بدخول ما يرغبون به من المواد الإعلامية، ويمنعون ما لا يرغبون به. ويقررون ما إذا كانت ستمنح المساحة المناسبة والبروز اللازم، وما إذا كانت ستدخل بنفس الشكل الذي جاءت به أم سيدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات.
- في ظل الإعلام الجديد تحطمت البوابات وانهارت ولم يعد هناك حراس يسمحون بنشر ما يوافق أهواءهم ويمنعون ما لا يرغبون به. فأصبح النشر من حق الجميع ولا يحتاج للمرور عبر البوابات.

ب. نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة) Agenda Theory:

- تفترض هذه النظرية أن القضايا التي توليها وسائل الاعلام قدراً كبيراً من الاهتمام والطرح والمساحة يتزايد اهتمام الجماهير بها.
- تقوم وسائل الإعلام بشكل متعمد بنقل البروز والاهتمام وتحريك القضايا في الإعلام بالترتيب الذي تراه، بحيث تؤثر على الجمهور.
- فوسائل الإعلام حسب هذه النظرية لا تحجب المواد التي تخالف أهدافها، لكنها تعطيها اهتماماً أقل: تغطية محدودة، وعناوين أضعف، وتكرار أقل.

مثال: الاهتمام بالمباريات أو أخبار المشاهير في تغطيات الصحف، وإضعاف الاهتمام بالأخبار التي تخص المجتمع ومشاكله.

رابعاً: النظريات المتعلقة بالجمهور:

أ. نظرية الاستخدامات والإشباع:

هذه النظرية تقول أن تعرض الجمهور للمواد إعلامية يكون لإشباع رغبات كامنة معينة ودوافع فردية لديهم. فحاجة الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يجعله يبحث عن ما يحقق له الرضا والإشباع. وقد تكون هذه الحاجة مادية أو نفسية.

- تمنح هذه النظرية الجمهور القوة، وتجعل له دوراً في عملية التأثير. حيث ترى أنه بنفسه من يختار المواد التي يتعرض لها حسب دوافعه الخاصة.
- الشخص الذي يشاهد برامج العنف ويتأثر بها، هو شخص أصلاً لديه ميل للعنف والعدوانية ولديه رغبة وحاجة للإطلاع على مزيد من مشاهد العنف.
- تعرضت هذه النظرية لنقد كبير، وناقشها العديد من العلماء لدرجة أنه لا يوجد تصور محدد وواضح لها.

مثال: عند دخول الأشخاص للنت، فليس المحتوى هو من يؤثر عليهم. كل شخص حين يدخل سيبحث عن المحتوى الذي يشبع حاجاته الخاصة ولو كانت مريضة. فالشخص السوي سيبحث عن محتوى مفيد وهادف، والشخص الذي لديه حاجات غير سوية سيبحث عن المواقع السيئة.

مثال آخر: عندما يتم عرض فيلم كرتون يحوي مشاهد عنف على طفلين أحدهم عادي والآخر لديه ميل للعدوانية، فإن الطفل الأول قد لا يهتم أو يتأثر به. بينما الطفل الآخر يبدأ بتقليد المشاهد وتطبيقها لأن لديه استعداد لذلك، والفيلم أشبع حاجة لديه.

ب. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف، أو عندما يتم التعرض لوسائل الإعلام بكثرة وباستمرار.

أي أن وسائل الإعلام لا تؤثر بقوة إلا على الأفراد الذين يعتمدون في مصادرهم المعلوماتية على وسائل الإعلام ويثقون بها، ويتعرضون لها لساعات طويلة وباستمرار.

خامساً: النظريات المتعلقة بالتقنية:

نظرية مارشال ماكلوهان (الحتمية الرقمية) Technological Determinism:

- ركزت هذه النظرية على دور وسائل الإعلام وطبيعتها وتأثيرها كأجهزة تكنولوجية - لا كمحتوى- على المجتمعات.
- يرى ماكلوهان أنه لا يمكن النظر إلى مضمون وسائل الإعلام بعيداً عن الوسيلة الإعلامية نفسها فالكيفية التي تقدم فيها الرسالة الإعلامية تؤثر على ما تقوله الوسيلة الإعلامية.
- ركز ماكلوهان في نظريته على أهمية الاختراعات التكنولوجية ومدى التأثير الذي تحدثه في المجتمعات، من خلال قوله أن وسيلة الإعلام هي نفسها الرسالة.

مثال: يرى ماكلوهان أن الأجهزة نفسها لها تأثير على المجتمعات، فالتلفاز في حد ذاته له أثر على الأسرة وطريقة تواصلها وتفكير أفرادها، بغض النظر عن ما يقدمه من محتوى.



رسم توضيحي ١٧: اشتهر ماكلوهان بمصطلح القرية الكونية Global Village وأن وسيلة الإعلام هي الرسالة
The Medium is The Message Message

الجزء الثاني

الإعلام والتنمية

الفصل الأول: التخلف وأسبابه

الفصل الثاني: التحضر والتنمية

الفصل الثالث: وسائل الإعلام والتنمية

الفصل الأول: التخلف وأسبابه

مفهوم التخلف:

التخلف كمشكلة يعني حالة مرضية أو وضع غير مرغوب فيه ومطلوب علاجه، ويسعى المجتمع للتخلص منه والانتقال لوضع آخر مستهدف هو التنمية.

- وقد برز الاهتمام بظاهرة التخلف منذ نهاية الحرب العالمية كمحاولة مستمرة لتوصيفها وتحليل أسبابها لتحرير الاقتصاد من آثار التخلف.

- منذ نهاية الحرب العالمية الثانية بدأت الشعوب تنقسم إلى:

١. بلاد متقدمة غنية.

٢. بلاد متخلفة فقيرة.

٣. بلاد متوسطة الدخل (نامية) تتوسط الطبقتين السابقتين وتسعى لتطوير نفسها.

التخلف بمفهوم كوزنيتس KUZNETS:

عدم قدرة البلاد على الاستفادة من القدرة الانتاجية التي يتيحها استخدام الطرق التكنولوجية الحديثة، وعدم قدرتها على ضمان الحد الأدنى من الرفاهية للشعوب.

مفهوم البلدان المتخلفة:

- نشأ هذا المصطلح بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية ويقصد بها الدول الفقيرة ذات الإمكانيات المحدودة.

- ونتيجة للانتقادات التي وجهت لهذا المصطلح تغير اسمه في بعض الأحيان - من باب اللباقة والمجاملة- إلى: البلدان الأقل تقدماً، البلدان الأقل نمواً، أو البلدان النامية.

- بشكل عام يشير المصطلح للدول الفقيرة التي ينخفض فيها دخل الفرد بالقياس إلى الدول المتقدمة، بغض النظر عن كمية الموارد الطبيعية فيها.

الفروق بين المجتمع المتخلف والمجتمع المتقدم:

يتسم المجتمع المتخلف بشكل عام بعدد من السمات منها:

المجتمع المتقدم (الحديث)	المجتمع المتخلف
مستوى الدخل مرتفع ويتيح للفرد مستوى من الرفاهية	انخفاض مستوى دخل الأفراد والفقر (الميزة الأهم).
معظم الأفراد فيه متعلمين	انتشار الجهل والامية
يتم توزيع المناصب حسب كفاءات الأفراد وقدراتهم	يتم توزيع المناصب حسب علاقات القرابة والنسب والمصالح.
الولاء يكون لصالح المجتمع ككل	الولاء فيه يكون للجماعات المحلية (مثل الأسرة، القبيلة، المنطقة..).
للأفراد دورهم الهام في قرارات المجتمع	ليس للأفراد دور قرارات المجتمع
ديناميكي يتطور ويتغير بشكل ملائم حسب الظروف	ثابت لا يتغير

نظريات أسباب التخلف:

تعددت النظريات حول أسباب التخلف، حيث عزت كل نظرية أسباب التخلف إلى عامل أساسي. وكل نظرية من هذه النظريات قد تحوي جانباً من الصحة.

١. نظرية التخلف بسبب البيئة الجغرافية:

ترى هذه النظرية أن من أهم أسباب التخلف هو الموقع الجغرافي والبيئة الطبيعية السائدة التي يصعب تغييرها. فالملاحظ يرى أن أغلب الدول المتخلفة تقع في المناطق الاستوائية والمدارية، بينما معظم الدول المتقدمة تقع في المناطق المعتدلة والباردة. ويكون تأثير البيئة الجغرافية بسبب كثرة الغابات التي تعيق عملية العمران، بالإضافة للتربة الطينية وكثرة الأمطار والانجرافات الطينية، فتصعب فيها الزراعة والعمران، كما يسهل انتشار الأمراض والأوبئة.

نقد هذه النظرية:

- حتى البلدان المتقدمة تعاني من كثرة الأمطار والثلوج والأعاصير لكنها تحاول التكيف مع صعوبة الظروف البيئية.
- بعض هذه البلدان الاستوائية مثل كوريا وماليزيا استطاع نقض هذه النظرية والوصول لمصاف الدول المتقدمة اقتصادياً.
- هناك دول تعيش في المناطق المعتدلة ورغم هذا لا تعتبر دولاً متقدمة مثل قبرص واليونان ودول الشمال الأفريقي.
- المناطق الاستوائية الحارة تمتلك موارد لا تمتلكها الدول في المناطق المعتدلة مثل زراعة البن والشاي وأحياناً وجود البترول والذهب والماس.

٢. نظرية التخلف بسبب البيئة الاجتماعية:

ترى هذه النظرية أن الجوانب الاجتماعية تؤثر سلباً أو إيجاباً على النشاط الاقتصادي. كيف؟

- العادات من ناحية الإيداع والإسراف: في بعض المجتمعات تنتشر مظاهر البذخ والإسراف على الكماليات وفي الولائم والأفراح وغيرها، وتصبح هذه العادة الاجتماعية منتشرة لدى المجتمع وهو أن تصرف ما لديك ولا توفره وهذا ما يتعارض مع مبادئ التنمية التي تقوم على التنظيم الاقتصادي.
- طبيعة العلاقات الأسرية: مثلاً عدم تعويد الأبناء على العمل في أوقات فراغهم أو في الإجازات، وتعويدهم على استلام مصروفهم من والديهم دون الاعتماد على أنفسهم إلى سن متأخرة، يشجع على الاتكال وهالكسل.
- ارتفاع تكاليف الزواج: تؤدي تكاليف الزواج الباهظة والمتعارف عليها في بعض المجتمعات إلى انشغال الشباب بتوفير مدخولاتهم المادية لهذا الهدف، وغرقهم في الديون لسنوات عديدة، مما يعيق المضي في عجلة التنمية وتطوير الصناعات في المجتمع.
- الاعتماد على الخدم: يؤدي اعتماد بعض المجتمعات على العمالة المنزلية، إلى نشر مفهوم التكاثر والإتكال، والاعتماد على الآخرين، كما يؤدي لانتشار العديد

من المشاكل الاجتماعية، وإلى إرهاب البلد اقتصادياً وخروج نسبة من دخلها الاقتصادي لخارج البلد، وهذا من عوائق التنمية.

- **اعتبار العمل المهني عيباً:** وبالتالي فإن امتناع الشباب عن الدخول لعالم العمل الفني والمهني خوفاً من نظرة المجتمع تؤدي إلى زيادة البطالة والفقر وزيادة أعداد العمالة من الخارج مما يشكل عائقاً للتنمية والتطوير في المجتمع.

٣. نظرية التخلف بسبب العرق البشري:

ترى هذه النظرية أن هناك اختلافاً بين الأعراق البشرية في قدرتها على التنظيم والتفكير والعمل والنشاط بشكل عام.

فترى أن بعض الأعراق مثل العرق الأفريقي لديه قدرة أقل على العمل الذاتي، وأن بعض الأعراق الأخرى تنتم بالفوضوية وعدم التنظيم أو الضعف والخوف. وأن العرق الأبيض هو أكثر الأعراق قدرة على التحضر والتنمية. هذه النظرية يعتمدها اليهود الصهاينة الذين يعتبرون أنفسهم الشعب المختار.

٤. نظرية التخلف بسبب الاستعمار:

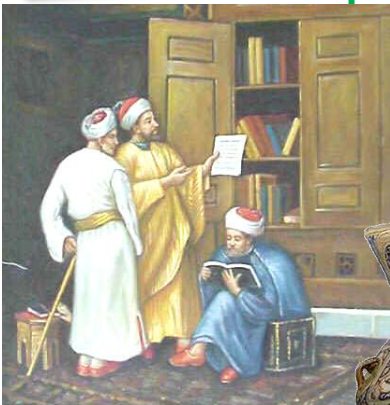
تقول هذه النظرية أن الاستعمار أدى لخلق ظروف اجتماعية متخلفة وقصور اقتصادي لم يكن من السهل التخلص منه مما أدى لتأخر البلدان المستعمرة في النهوض واللاحق بعجلة التنمية حتى بعد استقلالها بعقود طويلة. ومن هذه الآثار التي زرعتها الشعوب المستعمرة فكرة تفوق الرجل الأبيض عليهم.

٥. نظرية التخلف بسبب الدين:

يعتقد بعض المهتمين بشؤون التنمية أن تخلف بعض مجتمعات العالم الثالث هو بسبب الدين الذي يعيق عملية التنمية ويقصدون بذلك غالباً الدين الإسلامي.

نقد هذه النظرية: وهذا القول دون أدنى شك منافي للحقيقة، ويصور العنصرية الغربية ضد الدين الإسلامي، فالإسلام لم يعق المسلمين من قيادة ركب الحضارة في العالم لعدة قرون، بل كان دافعاً لهم لطلب العلم، والتطور، والعدل والالتزام بأفضل وأرقى

السلوكيات. ورأينا الفن المعماري الإسلامي يرسم أجمل التحف المعمارية في العالم كمسجد قبة الصخرة، والجامع الأموي، وتاج محل، والنقوش الإسلامية في مسجد آيا صوفيا، وقصر الحمراء في الأندلس وغيرها.



قام المسلمون بإنشاء أول نظام قضاء عادل ومنفصل عن السلطة الحاكمة، فيحق للقاضي استدعاء حتى الخليفة ليقف أمام من يدعي عليه، كما فعل اليهودي الذي استدعى علياً رضي الله عنه أمام القاضي حتى حكم له بالدرع، وذلك إتباعاً لقوله تعالى {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاَنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ} المائدة آية ٨.

كانت الحضارة الإسلامية بوابة للنور والعلم والتقدم والحضارة في الوقت الذي كان العالم غارقاً فيه في عصور الظلام والتخلف، فأقامت المستشفيات وافتتحت أول جامعة في العالم (جامعة القرويين في فاس)، وافتتحت أعظم المكتبات على مر العصور، واخترعت الكثير من المخترعات العلمية.

لكن إن كان هناك من أخطاء فهي أخطاء في تطبيق الدين والتي أعاقت أحياناً ركب التقدم، بفهمه بشكل خاطئ وقاصر، وغير متفهم لظروف الواقع. والمسلمون يتعرضون منذ عصور الاستعمار لعوامل ضغط كثيرة تعيق عملية التنمية والتطور، مثل المجاعات (الصومال، النيجر...)، وحروب وإبادات (البوسنة والهرسك، راواندا، أفغانستان، العراق، الشيشان، بورما، كشمير...). لذا لا يمكننا اتهام الدين بأنه سبب التخلف بمعزل عن طريقة تعامل النظام الدولي معهم، وبمعزل عن الظروف الاقتصادية التي يعانون منها بسبب بقايا آثار الاستعمار.



٦. نظرية التخلف بسبب حواجز التقدم:

ترى هذه النظرية أن بعض الدول تقع في مستنقع التخلف بسبب ظروف معينة تشكل حواجزاً مانعة من التقدم والتنمية. ومن هذه الحواجز:

- **الانفجار السكاني:** حيث تشكل الكثافة السكانية عبئاً على خطط التنمية في بعض الدول.

- **ضعف السوق المحلي:** سواء من ناحية ضعف القوة الشرائية للمجتمع، أو عدم وجود قوة شرائية من الخارج.

- **عدم وجود جذب للاستثمار الخارجي:** بعض الدول لا تملك مقومات تدفع المستثمرين لاستثمار رؤوس أموالهم في مشاريع تنموية تخدم البلد كالمصانع والمشاريع السكنية والتجارية وغيرها. ومن المقومات التي تدفع للاستثمار الخارجي عادةً (السياحة، القوة الشرائية...).

نقد هذه النظرية: لو نظرنا لهذه العوامل لوجدناها مترابطة وكل عامل هو سبب أو نتيجة للعامل الآخر، وهي بأكملها نتيجة للضعف الاقتصادي وعدم استغلال موارد البلاد المتاحة بشكل عام.

٧. التخلف بسبب نقص الثروات الطبيعية:

ترى هذه النظرية أن من أسباب التخلف عدم وجود موارد طبيعية في البلاد، مما يؤدي للفقر الاقتصادي. فالدول الغنية بالمصادر كالبترول والمعادن أو الموارد الزراعية تكون أكثر قدرة على مواكبة عجلة التنمية والتقدم.

نقد هذه النظرية: العديد من البلدان غنية بالموارد الطبيعية لكنها متخلفة وفقيرة، مثل الكونغو التي تعتبر أكبر البلدان المنتجة للألماس في العالم، وكذلك البيرو وغانا ومالي وأوزبكستان التي تعتبر من أكثر بلدان العالم إنتاجاً للذهب ورغم هذا تغرق في التخلف.

في المقابل اليابان التي لا تتوفر فيها مصادر طبيعية من بترول أو معادن ورغم هذا هي من أكثر بلدان العالم تطوراً، وكذلك سويسرا التي لا تتوفر فيها موارد طبيعية تذكر.



١٨ تعتبر سويسرا
من أصغر دول
العالم وأقلها
موارداً لكنها
استطاعت اللحاق
بركب الحضارة
رغم ندرة مواردها
الطبيعية

٨. التخلف بسبب سوء الإدارة والنظام:

وهذا يمثل رأيي في أهم أسباب التخلف، وهو سوء الإدارة لمختلف موارد البلاد المادية والبشرية. إن الإدارة المبدعة تستطيع استغلال كل قطرة من الموارد المتاحة في البلاد الاستغلال الأمثل لتحويله لوقود لتشغيل مكنة التنمية والتطور. إن الإدارة الصحيحة تقوم باستغلال الموارد المادية وإدخال ما يلزم منها، كما تقوم باستغلال الموارد والإبداعات والمواهب البشرية الموجودة في الشعب لدفع عجلة التنمية، وتحفيز الناس على العمل كفريق يعمل لهدف واحد وهو النهضة والتنمية الشاملة.

إن معظم البلاد المتخلفة هي متخلفة بسبب أنظمة سيئة، ليس لديها الكفاءة الإدارية لإدارة المجتمعات بشكل فعال، كما في دول العالم الثالث وغيرها.

إن إدارة الأولويات هي من أهم أبجديات الإدارة التي ينبغي مراعاتها للوصول للتنمية، فالتركيز على المظاهر المادية قبل بناء الإنسان هو تأخير لعجلة التنمية. لأن الإنسان هو الذي سيقوم ببناء المجتمع وحضارته.

الإدارة الناجحة هي التي تركز على بناء الإنسان وتشجيعه وتطويره علمياً وثقافياً وفكرياً مع تعزيز جانب الانتماء والمسؤولية لديه، كما حصل في التجربة اليابانية والألمانية خلال منتصف القرن العشرين.

تجربة عمر بن عبدالعزيز رحمه الله

حين تولى عمر بن عبدالعزيز رحمه الله حكم الدولة الأموية استطاع في غضون عامين أن يقوم بتنمية شاملة للبلاد الإسلامية، فامتلات الخزائن بالأموال، وشيع الناس وفاضت الزكاة حتى لم يجدوا من يأخذها.

عمر بن عبدالعزيز قام بتقليل جانب التبذير على مظاهر الترف والبيخ المادي في البنيان والمظاهر وغيره، في مقابل تكوين البنية التحتية ونشر مفاهيم العدل والقسط والإخلاص لدى الناس. لقد انشغل عمر بن عبدالعزيز ببناء الإنسان وتعزيز القيم، فاستطاع أن يقوم بنهضة حضارية عظيمة شملت مختلف الجوانب المادية الأخرى كالمستشفيات والجوامع والمدارس وغيرها خلال أشهر معدودة.

ونلاحظ أن الكثير من الدول مرت بحقب من التخلف، ثم حقب من التطور والحضارة، رغم أن الموارد الطبيعية والبيئة الجغرافية والاجتماعية والدينية والعرقية هي نفسها لم تتغير. لكن الذي تغير هو طريقة إدارة البلاد ومواردها وآلية النهوض بالإنسان فيها.

الفصل الثاني:

التحضر والتنمية

مفهوم التحضر / العصرية MODERNATION:

انتشر هذا المصطلح بعد الحرب العالمية الثانية، خصوصاً لدى الباحثين الأمريكيين. والتعريف الأكثر شيوعاً له هو: " العملية التي يتغير فيها الأفراد من طريقة الحياة البدائية إلى أسلوب حياة أكثر تقدماً من الناحية التكنولوجية".

- في المقابل يرى إنكلز Inkleles التحضر على أنه "حالة مرتبطة بالناحية النفسية والذهنية أكثر من ارتباطها بالماديات": أي أن التحضر أمر مرتبط بتعلم الفرد وثقافته وفكره وسلوكه، لا بدخله المادي أو استخدام التكنولوجيا.

أمور يجب مراعاتها في مفهوم التحضر:

هناك عدد من الأمور يجب الانتباه لها أثناء البحث في مفهوم التحضر أو العصرية. وهي:

١. التحضر لا يعني تقليد الحضارة الغربية واتباعها: البعض يعتقد أن التحضر يعني التبعية العمياء للغرب، ونبذ كل ما له علاقة بالمجتمع القديم. بينما التحضر ليس كذلك بل هو عبارة عن تطوير للطرق القديمة في شتى المجالات لتصبح أكثر فعالية وكفاءة، ويمكن أن تختلف من بيئة لأخرى. يرى تشارلز تايلور أن الحضارة ليست غربية وإن كانت مزدهرة حالياً في الغرب. ويرى أن على كل أمة البحث عن نموذج تحضر يناسب هويتها وموروثها.

آثار التحضر

كمثال.. ارتفعت نسبة الجرائم في المجتمعات المتحضرة.. كما ضعفت العلاقات الأسرية والعلاقات الاجتماعية بين الناس بشكل عام. ظهرت لدينا دور لرعاية المسنين، ودور للحضانة.

٢. يجب عدم الاعتقاد أن التحضر هو خير كله: أي أنه أسلوب مثالي للحياة وخال من العيوب والمشاكل. فالتحضر رغم إيجابياته يحوي عدداً من السلبيات التي كانت المجتمعات التقليدية القديمة تخلو منها.

٣. التحضر مفهوم متعدد الأبعاد (MultiDimensional) وليس متعلقاً بعامل واحد فقط: فالتحضر ليس مرتبطاً فقط بالمستوى المادي فربما يكون هناك مجتمع أفراد ذوي دخل مرتفع لكنهم لا يتميزون بالتحضر. وليس مرتبطاً فقط بالعلم فربما يكون هناك مجتمع أفراد ذوي مستوى علمي عال لكنهم لا يتميزون بالتحضر. التحضر حالة تجتمع فيها عدة عناصر مثل السلوك الراقي والأخلاقيات والتعلم والانفتاح الفكري والتطور التقني والمستوى المعيشي الجيد والمشاركة السياسية وغيرها، بل قد يعد بعض الباحثين الطموح والتفاؤل من علامات التحضر.

مفهوم التنمية:

التنمية لغةً من النمو أي ارتفاع الشيء من موضع إلى موضع آخر. وعلمياً هناك عدة تعاريف للتنمية، لعل أهمها بشكل عام أنها: عملية تغيير مقصودة للمجتمعات من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية وغيرها إلى مستوى أفضل.

- غالباً ما ترتبط التنمية ليس فقط بتغيير المستوى الاقتصادي بل كل أنماط الحياة السائدة، ومنها طبيعة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في المجتمع. مثال: تغير الأسرة من نظام الأسرة الممتدة (المكونة من الأجداد والأبناء وزوجاتهم والأحفاد في منزل واحد كبير) في المجتمعات التقليدية إلى الأسرة النووية في المجتمعات الحديثة (أي المكونة من أم وأب وأطفال في منزل صغير).

مفهوم التنمية البشرية:

التنمية البشرية هي أساس التنمية، وهي تنمية الإنسان وبنائه. حيث يتم اعتبار التنمية الاقتصادية والاجتماعية والصحية والعمرانية مجرد وسائل للوصول للتنمية الحقيقية وهي تنمية الإنسان والنهوض به. فتطوير الإنسان هو الهدف الحقيقي في التنمية البشرية.

وللتنمية البشرية سبع جوانب، هي:

١. **الجانب الإيماني:** ويتم دعمه بزرع الدين وقيمه في نفوس الناس (من خلال بناء المساجد، تهيئة الأئمة والخطباء على مستوى عال، توفير حلقات لتحفيظ القرآن، توفير الدورات العلمية، دعم الدروس والمحاضرات..). وعبر نشر المفاهيم الدينية بمختلف وسائل الإعلام والحرص عليها كأهم عوامل تنمية البشر.



٢. **الجانب الصحي والبدني:** ويتم دعمه بتوفير المستشفيات الحديثة والمراكز الصحية في الأحياء وتأمين الرعاية الصحية اللازمة لكل مواطن بسهولة. مع الحرص على نشر الثقافة الصحية وثقافة الغذاء السليم وتوفيره في المدارس وغيرها.

٣. **الجانب الشخصي:** ويتم تطويره بتعزيز ثقافة تطوير الذات والثقة واكتساب المهارات الشخصية لدى أفراد المجتمع، وعلاج العادات السلوكية الخاطئة، ونشر مفاهيم سلوكية وأخلاقية راقية.



٤. **الجانب التعليمي:** بتوفير التعليم العام ذو المناهج الحديثة والقوية لجميع أفراد المجتمع، مع توفير فرص التعليم العالي والبحث العلمي والفني. مع توفير المكتبات العامة وتشجيع الناس على الثقافة والتعلم.

١٩ الاهتمام بالتعليم وتوفير المعلمين الأكفاء يعتبر من أهم جوانب التنمية البشرية وبناء الإنسان

٥. **الجانب الاجتماعي:** بتوفير أندية اجتماعية ترفيهية ذات أنشطة هادفة ثقافياً ورياضياً واجتماعياً، يقضي فيها الناس أوقاتهم للتعارف والاستفادة. مع توفير خدمات اجتماعية لمختلف الشرائح كمراكز اجتماعية المتقاعدين والمعاقين وغيرهم. وتشمل التنمية الاجتماعية حماية حقوق الأفراد كالأطفال والنساء

والمعاقين ومسننين. ومراكز تقدم استشارات ودورات في المشاكل الزوجية والتربوية وغيرها.



٢٠ توفير الحدائق والملاعب والأندية مطلب اجتماعي هام لتنمية الإنسان

٦. الجانب المهني: بتوفير التدريب المهني اللازم للأفراد وتشجيعهم على العمل. مع توفير فرص العمل المناسبة للجميع، وتوفير الجو المناسب للعمل، وحماية حقوق العاملين في مختلف القطاعات وتوفير الخدمات والبيئة المناسبة لهم لأداء أعمالهم على أفضل وجه.



٢١ التدريب المهني مهم للنهوض بالمجتمعات

٧. الجانب المادي: بتوفير الدخل المادي المناسب لافراد المجتمع، والخاف لتوفير متطلبات الحياة. مع توفير الدخل المناسب للأفراد غير القادرين على العمل أو ذوي الظروف الصعبة، كالمرضى المقعدين، والمعاقين، والأرامل والمطلقات وكبار السن وغيرهم.

٨. الجانب البيئي: ويعنى بتوفير البيئة الصحية المريحة والمناسبة للحياة لأفراد المجتمع. ويدخل ضمن ذلك توفير السكن المناسب للأفراد، تخطيط المدن بشكل دقيق ومرتب يتيح توفر المرافق لجميع الأحياء. توفير أنظمة المواصلات المناسبة للجميع كالقطارات والمترو ونظام النقل العام، وتوفير أرصفة المشاة وجسور عبور المشاة على الطرق الرئيسية وغيرها. كما يدخل ضمنها تشجير الشوارع، وتوفير الحدائق والملاعب في الأحياء، والاهتمام بالنظافة ومحاربة التلوث بشكل عام داخل المدن.



٢٢ وجود جسور المشاة على الشوارع من معالم احترام الإنسان وتنميته بتوفير البيئة المناسبة



The Economist Intelligence Unit's Global Liveability Report^{[1][2]}

	City	Country	Rating
1	Melbourne	 Australia	97.5
2	Vienna	 Austria	97.4
3	Vancouver	 Canada	97.3
4	Toronto	 Canada	97.2
	Calgary	 Canada	96.6
5	Adelaide	 Australia	96.6

٢٣ تعتبر مدينة ملبورن Melbourne الاسترالية إحدى أفضل مدن العالم في مستوى الحياة فيها Liveability

أسباب الاهتمام بالتنمية:

هناك عدة أسباب قادت للاهتمام بالتنمية في العصر الحديث ومنها:

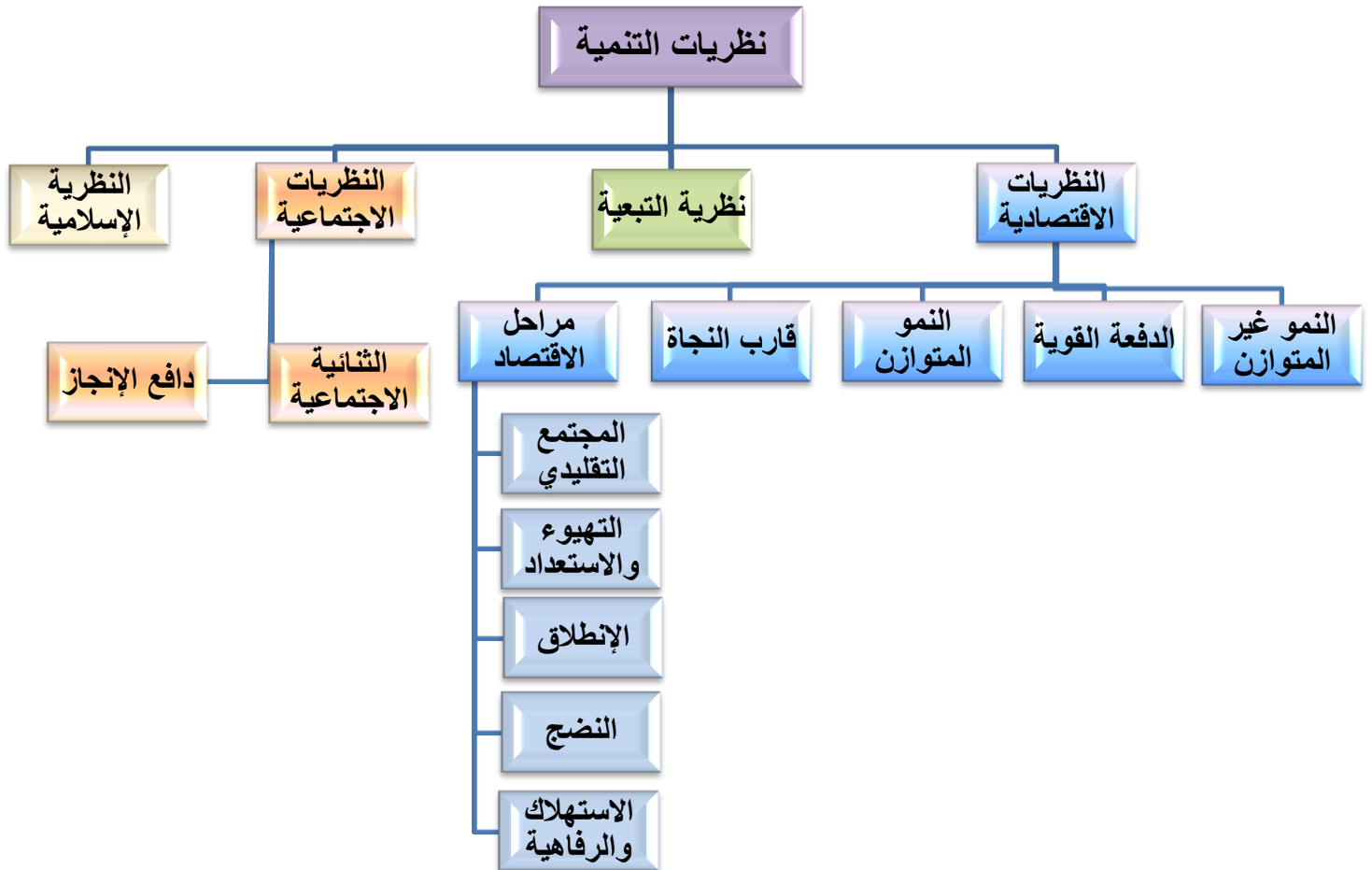
١. أن وسائل الإعلام الحديثة جعلت المقارنة متاحة للجميع: أصبحت الشعوب قادرة على رؤية مظاهر التحضر والتطور في أرجاء العالم عبر وسائل الإعلام من تلفاز وصحافة وإنترنت، وأخذت تقارنها بمستوى حياتها المتمدن. وهذا يمثل وسيلة ضغط للدول المتخلفة للنهوض بمجتمعاتها.

٢. ظهور مشاكل اجتماعية مرتبطة بالتخلف: مثل البطالة والفقر وانتشار الأمية والمرض وانخفاض مستوى التعليم والصحة، وانتشار الجريمة وغيرها كنتائج للتخلف الحضاري بشكل عام، مما يشكل وسيلة ضغط على المجتمعات المتخلفة خاصة أمام المنظمات الدولية كالأمم المتحدة.

٣. التنافس الاقتصادي بين الدول: ورغبة كل دولة في إيجاد مكان لها على خارطة العالم وإبعاد شبغ الفقر والديون عنها.

نظريات التنمية:

- أول من تحدث عن التنمية هو عالم الاجتماع العربي المسلم ابن خلدون الذي تطرق لها في القرن الرابع عشر الميلادي، قبل أن تعرف أوروبا مفاهيم التحضر والتنمية بقرون عديدة.
- وقد وصف في مقدمته أحوال المجتمعات الإنسانية ومقاييس نموها وتحضرها من عمران المباني والطرق ونظافتها، ومن أعمال البشر وطرق كسبهم ومعاشهم، ومستوى تعليمهم وسلوكهم وأساليب حياتهم، وأساليب إدارة المجتمع نفسه كمقاييس للتنمية والتحضر.
- في القرن العشرين رأى أرنولد تويني أن تطور المجتمعات الإنسانية وانتقالها لأوضاع حضارية أفضل مرتبط بقوة محرقة تخلقها الظروف الصعبة. أي أن الظروف الصعبة مثل الفقر الشديد والمجاعات والحروب وغيرها تولد لدى المجتمعات الرغبة في تغيير نظام المجتمع وتطويره وتنميته.



أ. النظريات الاقتصادية:

هي نظريات تفسر التنمية على أساس علاقتها بالجانب الاقتصادي للمجتمعات. وهناك العديد من النظريات الاقتصادية منها:

١. **نظرية الدفعة القوية:** يرى بول نشتين صاحب هذه النظرية أن القضاء على التخلف يحتاج إلى دافع قوي أو سلسلة من الدفعات تشبه عملية إقلاع الطائرة. فلكي تقلع الطائرة تحتاج إلى سرعة عالية وكذلك الاقتصاد المتخلف يحتاج إلى دفعة قوية لينطلق في فضاء التنمية. ويرى نشتين أن إقامة الصناعات القوية لا تحتاج فقط إلى إقامة مصانع، بل إلى بنية قوية في المجتمع تتضمن المواصلات والنقل والمباني وغيرها حتى يمكن الاستفادة منها بشكل كبير. فالنظرية باختصار ترى أنه لكي تتطور المجتمعات تحتاج لإقامة المصانع والطرق والمباني بشكل دفعة أو دفعات كبيرة متتالية الملازمة للتنمية.

النقد الموجه لهذه النظرية: تطبيق هذه النظرية يحتاج لرؤوس أموال كبيرة قد لا تتوفر للدول الفقيرة، بالإضافة لحاجتها لعدد كبير من المهندسين والعمرانيين قد لا يتوفر أيضاً للدول المتخلفة.

٢. **نظرية قارب النجاة:** ترى هذه النظرية أن دول العالم الغنية تعيش في قارب نجاة مزدحم، وبقية العالم يغرقون من الجوع والفقر. ولو سمح أصحاب القارب للآخرين بالثبوت به والصعود إليه فإن مصير الجميع هو الغرق بسبب ثقل القارب! والحل في هذه النظرية هو قطع المعونات عن الدول المتخلفة، وتحديد نسل هذه الدول الفقيرة لتقليل الأضرار.

النقد الموجه لهذه النظرية هو: أنها غير أخلاقية وتمثل فكراً أنانياً خاطئاً.

٣. **نظرية النمو المتوازن:** وتذهب إلى أن التنمية يجب أن توازن بين الزراعة والصناعة، فإن أي تخلف في جانب من هذين الجانبين يعيق نمو الجانب الآخر. فالنمو في الجانب الزراعي يساعد على تصريف المنتجات الصناعية والعكس صحيح. **كيف؟** الزراعة ستحتاج لاستخدام المعدات الصناعية، والصناعة ستقوم بتصنيع المنتجات الزراعية وتجهيتها للتسويق على شكل معلبات وغيرها.

٤. **نظرية النمو غير المتوازن:** وتذهب إلى ضرورة أن تبدأ التنمية بتطوير الصناعات الثقيلة أو الأساسية ستم تنتشر التنمية بعد ذلك تلقائياً إلى قطاعات وصناعات أخرى. مختصر هذه النظرية هو: ابدأ بالصناعة وستتطور في باقي المجالات تلقائياً. ويرى العالم هيرشمان Hirschman أنه يجب ملاحظة أمرين بالنسبة للتنمية غير الموزونة:

- أولاً: أن أنواع الصناعة التي تقود للتنمية ليست أي مجال صناعي، بل مجالات معينة تقود للتطوير في شتى المجالات الأخرى، كما تقود لرفع المستوى الاقتصادي للبلد. (فهناك أنواع من الصناعة لا تقوم بتأثير كبير على التنمية بل قد تشكل عائقاً للتنمية وذلك حسب ظروف البلد وموقعها ونوع مواردها المتاحة).
- ثانياً: تطوير الصناعة يؤدي إلى تنمية اقتصادية كبيرة تؤدي لرفع مستوى دخل الأفراد، ثم تقف عند نقطة معينة. ولا تؤدي لأي تغير أو تنمية إضافية بعدها. لذا فالتطور الصناعي يؤدي للتنمية ولكن إلى مرحلة معينة، وبعدها يجب التركيز على جوانب تطويرية أخرى.

٥. نظرية مراحل الاقتصاد:

يعتقد روستو Rostaw أن التنمية في المجتمع لا بد أن تسير طبقاً لخمس مراحل هي:

١. مرحلة المجتمع التقليدي:

يتصف المجتمع في هذه المرحلة بالتخلف الاقتصادي حيث يعتمد على الزراعة التقليدية، وتكون وسائل الإنتاج بدائية. ويعتمد التنظيم الاجتماعي والاقتصادي على العشيرة أو القبيلة. ويسيطر التمسك بالعادات والتقاليد. ويضعف نصيب الفرد من الناتج القومي.

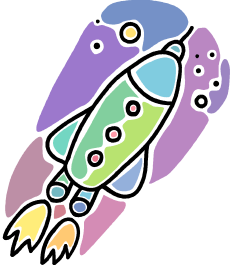


٢. مرحلة التهيؤ للانطلاق:



يعتبر المجتمع في هذه المرحلة متخلفاً اقتصادياً، إلا أن هناك محاولات لتغيير الاقتصاد. فتقام بعض الصناعات الخفيفة إلى جانب الزراعة التقليدية، ويظل مستوى دخل الفرد منخفضاً. ويظهر المفكرون الذين يخرجون عن التفكير التقليدي للمجتمع، وتبدأ بعض التغيرات في البناء الاجتماعي والثقافي.

٣. مرحلة الانطلاق:



وتتصف هذه المرحلة بتنمية الموارد الاقتصادية، وحدث ثورة في مجال الإنتاج في الجانب الزراعي والصناعي، وفي البنى الأساسية مثل الطرق والموانئ والمطارات والمرافق العامة. وهي أصعب المراحل وتستغرق مدة ما بين ٢٠ - ٣٠ سنة، وتحتاج لجهد شاق وعمل دائب.

٤. مرحلة النضج:

في هذه المرحلة يصبح المجتمع متقدماً اقتصادياً واجتماعياً بشكل متوازن إذ يرتفع مستوى الإنتاج المادي ويزيد الاستثمار عن الاستهلاك. وتظهر صناعات متطورة لم تظهر من قبل مثل صناعة الآلات المنتجة أو بناء السفن والطائرات وصناعة السيارات. ويصبح معدل دخل الأفراد عالياً.

٥. مرحلة الاستهلاك والرفاهية:

يصل المجتمع إلى درجة عالية من التطور الاقتصادي وينعم بثمار التنمية، وينعم المجتمع بارتفاع مستوى الدخل والمعيشة، وتوفر القدرة على الشراء والاستهلاك.

ب. النظريات الاجتماعية:

١. نظرية الثنائية الاجتماعية:

ترى هذه النظرية أن البلاد النامية (المتوجهة نحو التنمية) غالباً تستورد أنظمة اجتماعية وثقافية من الخارج وتطبقها كما هي لاعتقادها أن ذلك سيساعدها على التنمية. إلا أن هذه الأنظمة المستوردة ستسبب تضارباً مع النظام الاجتماعي المحلي، وهذا التناقض يخلق ما يسمى بالثنائية الاجتماعية (وجود توجهين متعارضين في المجتمع) وبالتالي يتم تشتيت جهود التنمية وتظهر مشكلات أصعب وأكبر من التخلف.

إنّما ما هو الحل؟

إذا كان هناك اعتراض على التنمية داخل البلاد.. فيجب استحداث خطة للتنمية لا تتعارض مع القيم والموروثات الاجتماعية، بل تتناسق معها وتحترمها.



وهذا يستدعي إنتاج نظام خاص للتنمية لكل بلد حسب الظروف والقيم والنظام الاجتماعي السائد فيه. ومثال على ذلك التجربة الماليزية التي قدمت نموذجاً للتنمية المتناسقة مع الدين الإسلامي والمراعية للتنوع الدينية والثقافية الموجودة في المجتمع (توجد ثلاث ديانات رسمية وعدة أعراق آسيوية).

٢. نظرية دافع الإنجاز:

تقول هذه النظرية بأن النمو الاقتصادي والاجتماعي يتأثر كثيراً بعامل نفسي مهم لدى الأفراد وهو: حب العمل والإنجاز. وهو عامل قد يوجد مع بعض الأفراد منذ صغرهم ويتأثر بعوامل وراثية واجتماعية موروثة. لذا فبعض البلدان لديها استعداد أكبر للتنمية بسبب وجود هذا العامل لديهم.

ما هو رأيك تجاه هذه النظرية ولماذا؟

ج. نظريات أخرى:

١. **نظرية التبعية:** يرى القائلون بهذه النظرية بأن البلدان النامية لا يمكنها أن تتطور أو تنجح في تجاربها نحو التنمية لأن بقاءها في طور التخلف يخدم مصالح دول أخرى أقوى اقتصادياً. فيصنفون دول العالم إلى دول قائدة ودول تابعة (دول الهامش) تخضع للدول الكبرى وتتبعها.

٢. **النظرية الإسلامية في التنمية:** التصور الإسلامي للتنمية يربط بين جميع جوانب التنمية المادية في الحياة (الاقتصاد والصناعة..) مع الجوانب الأخلاقية والإسلامية الراقية. وتسعى لتحقيق العدل والتوازن بين جميع أفراد المجتمع. وتقوم على:

- المصدر الأول لما هو متاح وغير متاح في عجلة التنمية هو الكتاب والسنة.
- الاهتمام بالتقدم العلمي والاستفادة منه (من سلك طريقاً يلتمس فيه علماً سهل الله له طريقاً إلى الجنة)°.
- الاهتمام بالعمل ونشر ثقافة العمل (قيل يا رسول الله ، أي الكسب أطيب ؟ قال : عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور)¹.
- المسؤولية عن رعاية الأفراد صحياً واجتماعياً. (ألا كلّم راع، وكلّم مسئول عن رعيته ، فالإمام الذي على الناس راع ، وهو مسئول عن رعيته)².
- تكوين رأس مال يدفع عجلة التنمية، مع فرض الزكاة التي تساعد على ردم الفجوة الاقتصادية بين طبقات المجتمع {خذ من أموالهم صدقة تطهرهم وتزكيهم بها} (التوبة ١٠٣)، {والذين في أموالهم حق معلوم للسائل والمحروم} (المعارج ٢٤، ٢٥).

° مسند الإمام أحمد.

⁶ مسند الإمام أحمد.

⁷ صحيح البخاري.

الفصل الثالث:

وسائل الإعلام التنموي ودورها في التنمية

وسائل الاتصال التنموي:

حتى يتواصل قادة المجتمع مع أفراد المجتمع لنشر مفهوم التنمية، وتشجيعهم على المشاركة في دفع عجلة التطور والتحضر في أي مجتمع، فإنهم بحاجة لقنوات أو وسائل توصلهم بالجمهور. تسمى بوسائل الاتصال أو الإعلام التنموي.

هذه الوسائل التنموية يمكن تقسيمها حسب نوع الاتصال إلى:

وسائل الاتصال التنموية حسب نوع الاتصال:

أ. وسائل اتصال جماهيري: وهي الوسائل التي تتيح مخاطبة عدد كبير من الجمهور في عدة أماكن. وتشمل:

١. وسائل الإعلام التقليدي: الصحف، المجلات، القنوات التلفزيونية، الإذاعة والسينما.
٢. وسائل الإعلام الحديث: مواقع التواصل الاجتماعي، تويتر، الفيس بوك، اليوتيوب.

ب. وسائل اتصال جمعي: وهي الوسائل التي تتيح مخاطبة عدد كبير من الناس في مكان محدد ولفترة محددة. مثل: إلقاء خطبة في مسجد، إلقاء كلمة في حفل، معرض، ملصقات، ندوة، مؤتمر، أمسية شعرية أو قصصية، دورة، مخيم صيفي.

ج. وسائل اتصال شخصية: والتي تقوم على مبدأ التواصل مع الأفراد فرداً فرداً، وتتضمن: الرسائل الالكترونية، الرسائل البريدية، الاتصالات الهاتفية، رسائل الجوال.

معايير اختيار الوسيلة المناسبة للاتصال التنموي:

١. المناسبة للفكرة: هل الفكرة المراد إيصالها يناسبها أن يتم إيصالها ككلام منطوق أو مقال مكتوب أو يتم شرحها من خلال أفعال.. الخ

٢. المناسبة للأهداف المتوقعة: ما هي الأهداف المطلوبة، وهل التأثير المطلوب تأثير سريع ووقتي، أم تأثير طويل وبعيد المدى. هناك وسائل تناسب التأثير السريع كالتلفاز وحملات الإنترنت، وهناك وسائل أبطأ مثل الصحافة والكتب.

٣. مناسبة الوسيلة للقدرات الاتصالية للقائم بالاتصال: هل القائم بالاتصال (صاحب المشروع الإعلامي التنموي) لديه قدرة أفضل على الحديث والإلقاء أم على الكتابة والتدوين؟ هل لديه قدرة مالية لإنتاج فيلم أو برنامج تلفزيوني؟ هل لديه قدرة على إقامة حملة إعلانية؟ بالتأكيد سيحتاج لاستخدام وسائل تناسب قدراته ومواهبه وإمكاناته المتاحة.
٤. قدرة الوسيلة على إشباع حاجات الجمهور: كل جمهور يختلف في أدواقه وميوله وهمومه. كل مجتمع يحتاج لوسيلة تشبع احتياجاته وتعالج مشاكله حتى يقبل عليها ويتقبل منها.
٥. قدرة الوسيلة على التفاعل مع الجمهور: هل هناك تفاعلية في هذه الوسيلة؟ هل يستطيع الجمهور أن يرد ويعلق ويوضح رأيه تجاه المشروع التنموي؟ التفاعلية تعد عامل جذب كبير ومؤثر.
٦. مكانة الوسيلة وقوة تأثيرها بشكل عام: تختلف الوسائل في حجم وقوة تأثيرها، في بعض المجتمعات يعد التلفزيون هو الأقوى تأثيراً، وفي بعضها الآخر يعتبر الإعلام الجديد والإنترنت أكثر تأثيراً. يجب اختيار الوسيلة ذات التأثير الأقوى في المجتمع قدر الإمكان.
٧. تكرار العرض: يجب اختيار وسيلة يمكن تكرار العرض من خلالها عدة مرات ليتم التأثير بشكل أكبر، مثلاً عرض الموضوع من خلال ندوة واحدة أو مقال واحد لن يجدي، يجب اختيار وسيلة يمكن من خلالها تكرار العرض مثل: برنامج تلفزيوني، قناة يوتيوب، إعلان صحفي يظهر باستمرار.

أنواع وسائل الاتصال التنموي وفقاً للرموز المستخدمة:

١. وسائل الاتصال بالفعل:

الاتصال بالفعل يعني نقل المعنى التنموي المراد إيصاله للجمهور عن طريق السلوك أو الفعل وذلك بأحد الطرق التالية:

- القدوة أو النموذج الحي.
- المشاركة في المناسبات الاجتماعية الكبرى وتمثيل السلوك المطلوب.
- التكريم ومنح أوسمة الشرف أو الهدايا لمن يمثل هذا السلوك.

- توفير خدمات تسهل هذا السلوك أو الفعل.
- مثال: لو أردنا إيصال معنى تنموي وتحضري للجمهور وهو الاهتمام بالنظافة في الأماكن العامة من خلال الطرق السابقة يمكن ذلك عبر:
- القدوة: أن يقوم المسؤول أو شخصية معروفة بتبني نشر هذا المعنى عبر أفعاله، فيقوم برفع المخلفات من الأرض ورميها في سلة المهملات أين ما ذهب، ويتم تحفيز المعلمين والأساتذة على ذلك ليكونوا قدوة لطلابهم.
- المشاركة في المناسبات وتمثيل السلوك: أن يقوم مسؤول أو شخصية مشهورة أثناء حضوره لمناسبة كبرى مثل حفل أو مباراة أو غيرها بتطبيق هذا السلوك أمام الجميع، فيقوم برفع مخلفات من الأرض ووضعها في سلة مهملات أمام الجمهور وأمام الكاميرات، فيشاهده الناس سواء بشكل مباشر أو عبر الصور ووسائل الإعلام فينتشر هذا المعنى .
- التكريم: أن يتم وضع أشخاص لمراقبة الطلاب في المدارس والجامعات، والطالب الذي يمارس إزالة الأذى عن الأرض باستمرار يتم تكريمه من قبل مدير المدرسة أو الجامعة. أو عمل مسابقة لأنظف كلية في الجامعة من خلال مراقبة ممراتها، ثم تكريم الكلية وتوزيع هدايا أو منحة خاصة لطلابها. أو تكريم أفراد جمعيات النظافة المدرسية.
- توفير خدمات: من خلال توفير سلال مهملات في كل مكان، ووضع سلال لإعادة التدوير.

٢. وسائل الاتصال غير اللفظي (الرمز):

الاتصال غير اللفظي يشمل: تعابير الوجه وحركات الجسم، الديكور، الرسوم، المجسمات، المظهر الخارجي (الملابس).

تقوم وسائل الاتصال غير اللفظي بإيصال الجزء



٢٤ المجسمات الجمالية في الميادين والمدن من إشارات التنمية

الأكبر من مفهوم التحضر ومظاهره في المجتمعات.

فرغم الاختلاف في مقاييس التحضر والتنمية إلا أن من يدخل لأي بلد يقيس مظاهر تنميته وتحضره من خلال وسائل الاتصال غير اللفظي من جمال عمراني في المباني والشوارع، جمال الديكور الخارجي والداخلي للمباني، التشجير، اللوح الإرشادية، توفر المجسمات الجمالية، توفر لوح الفن التشكيلي، مظهر الناس بشكل عام، أسلوب تعاملهم مع الآخرين (التبسم والبشاشة).



٢ تعتبر المتاحف من أهم وسائل الاتصال غير اللفظي في إيصال قيم التحضر والتنمية



٣ الاهتمام بالفنون التشكيلية في المطارات والشوارع والميادين يعكس قيماً جمالية من قيم التحضر والتنمية



٤ الحدائق والفنون الجمالية في التشجير من وسائل الاتصال غير اللفظي في إيصال قيم التحضر والتنمية

- ويمكن لوسائل الاتصال غير اللفظي أن تقوم بدور في نشر مفهوم معين. فمثلاً لو أردنا نشر مفهوم القيادة الآمنة في أي بلد، فإن من وسائل الاتصال غير اللفظي التي يمكن أن تستخدم: مجسمات جمالية تجسد هذا المفهوم في المرافق العامة، في الشوارع.



وكذلك نشر لوح إرشادية في كل مكان، ونشر لوح فن تشكيلي تنشر هذا المفهوم.



٣. وسائل الاتصال اللفظي والكتابي (القول والكتابة):

هي الوسائل التي تعتمد على اللفظ المنطوق والمكتوب في إيصال معاني التنمية والتحضر، بمختلف الوسائل الشخصية والجمعية وال جماهيرية.

وتشمل: إلقاء الخطب، المؤتمرات، الندوات، البرامج التلفزيونية والإذاعية، المقالات الصحفية، استخدام وسائل الإعلام الجديد وغيرها في نشر مفاهيم التحضر والتنمية والرقى من أفكار أو سلوكيات، مثل التشجيع على العمل والنشاط والتفاؤل والنظافة وتذوق الجمال والأخلاقيات والتبسم واحترام الأنظمة والقوانين والمساهمة في التنمية العامة.

إن نشر مفاهيم التنمية بشكل عام من خلال الاتصال اللفظي والكتابي سواء في المدارس أو الجامعات أو المساجد أو عبر وسائل الإعلام الجماهيري، يمكن أن يكون له أثر كبير إذا تم استخدامه بشكل ١. مخطط و ٢. منهج و ٣. موحد.

١. **مخطط:** يتم وضع خطط استراتيجية لنشر كل مفهوم أو معنى لدى الجمهور تشمل وقت معين وأماكن وظروف معينة، لتحقيق أهداف واضحة.
٢. **منهج:** يتم وضع منهجية معينة وإجراءات مناسبة لنشر المعنى، وليس بطريقة عشوائية غير منظمة.

٣. **موحد:** يتم توحيد الجهود لنشر المعنى أو الهدف، فيتم نشره بمختلف الوسائل والقنوات لتحقيق اهتمام كاف به (مثلاً: في نفس الوقت عبر الصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية، ونشرات توزيعية، وعبر مؤتمرات وندوات، وعبر وسائل الإعلام الجديد).

ومن وسائل الاتصال اللفظي والكتابي:

١. **التعليم العام والعالي:** يمكن تطويع التعليم العام والعالي لنشر قيم التنمية والتحضر عبر خطط ومناهج، بتخصيص مناهج معينة وعبر دورات تعطى للمعلمين لنشر هذه القيم التي تهتم المجتمع.
٢. **الخطب:** سواء الخطب الدينية أو الاجتماعية وغيرها. يكون لها أثر في نقل القيم الهادفة والمطلوبة في المجتمع.

٣. **النشرات والكتيبات:** الهادفة لنشر أفكار وقيم هادفة، سواء ذات الإنتاج الواحد أو الإنتاج الدوري، ويمكن أن تختص بموضوع معين يخدم التنمية ويقدم بأسلوب جذاب ومشوق.
٤. **الملصقات.**
٥. **التلفزيون:** بمختلف برامجها ولقاءاته وغيرها.
٦. **الإذاعة:** بمختلف برامجها ولقاءاتها المتنوعة.
٧. **المؤتمرات والندوات:** سواء أكانت علمية أم ثقافية أم اجتماعية.
٨. **المعسكرات والمخيمات:** مثل المخيمات والمراكز الصيفية وغيرها وتكون غالباً للأطفال والشباب.
٩. **الحفلات والملتقيات:** والتي يتم من خلالها إلقاء بعض المحاضرات والدروس أو الفعاليات الترفيهية يمكن أن يكون لها دور كبير في نشر قيم التنمية والتحضر لو تم استغلالها الاستغلال الأمثل.
١٠. **المسرح:** المسرح يمكن أن يستغل بطريقة هادفة لإيصال قيم جميلة وهادفة.
١١. **المسلسلات والأفلام والأنيمي:** إن الإنتاج التلفزيوني أو السينمائي من أفلام ومسلسلات وأفلام كرتون وغيرها، له أثر كبير في مختلف شرائح المجتمع، فإذا وصلنا لمرحلة إنتاج فني يمكن أن يوصل القيم الهادفة ومنها قيم التنمية والتحضر والأخلاقيات، فسيكون لذلك أثر كبير.
١٢. **الصحف والمجلات:** بمحتواه المختلف من مقالات وتغطيات وتحقيقات وأخبار.
١٣. **وسائل الإعلام الجديد:** وتشمل:
 - أ. قنوات اليوتيوب
 - ب. مواقع التواصل الاجتماعي: تويتر والفيس بوك وغيرها.
 - ج. قنوات التواصل عبر الأجهزة الكفية: الواتس أب واللاين وبات وغيرها.

أسئلة حول المحتوى

١. قارني بين المجتمع التقليدي والمجتمع المتحضر مستحضرة الأمثلة من الواقع.
٢. هناك عدة نظريات تفسر مفهوم التخلف. تحدثني عن أربع من هذه النظريات مع توضيح النقد الموجه لكل نظرية إن وجد.
٣. ما هي الأمور الهامة التي يجب مراعاتها عند التطرق لمفهوم التحضر؟
٤. تخيلي أنك مديرة مدرسة ابتدائية، كيف يمكنك تحقيق التنمية البشرية للأطفال من خلال المدرسة التي تديرينها؟
٥. لو أتيتم لك امتلاك قناة تلفزيونية، وتم توفير كافة الإمكانيات المادية المتاحة. كيف يمكنك إيصال ونشر مفاهيم التنمية البشرية عبرها؟
٦. تحدثني عن نظريتين من نظريات التنمية التي ترين أنها الأكثر فاعلية، موضحة سبب اختيارك لهما.
٧. يرى روستو أن المجتمعات تمر بخمس مراحل في طريقها للتنمية. ما هي هذه المراحل؟
٨. لو أردت إيصال معنى تنموي مثل "الاهتمام بالبيئة" لشريحة الأطفال، كيف يمكنك اختيار الوسائل الإعلامية المناسبة حسب معايير اختيار الوسيلة المناسبة للاتصال التنموي.
٩. تخيلي أنه تم تكليفك بنشر مفهوم تنموي هو "الالتزام بالطابور"، وتم إعطاءك كافة الصلاحيات والإمكانيات التي تريدينها. كيف يمكنك إيصال هذا المفهوم لأفراد المجتمع من خلال جميع وسائل الاتصال التنموي (حسب الرموز المستخدمة)؟ اشرحي مستحضرة أمثلة واقعية.

المراجع

- إبراهيم، محمد يسري، مقدمة في الإعلام الإسلامي: وظيفته وخصائصه، تاريخ الإضافة 23/1/2011 ، <http://www.alukah.net/Culture/0/29205/> .
- الدردير، عابدين: *قراءات في الإعلام الجماهيري*. المركز العالمي لدراسات وأبحاث الكتاب الأخضر، طرابلس ط ١. ٢٠٠٤.
- السيد، محمد محمود: *دور الإعلام في التنمية، الحوار المتمدن*، عدد ٣٥٥٥، ٢٣ / ١١ / ٢٠٠٣م.
- السيف، عبدالرحمن سالم: *التنمية والإعلام ودورهما في تغيير اتجاهات المجتمع السعودي*،
- حجاب، محمد منير: *الإعلام والتنمية الشاملة* ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٩.
- المحجوبي، خالد إبراهيم: *الإعلام والتنمية نظرة في الترابطية والتفاعلية، الحوار المتمدن*، عدد ٢٩٣٧، ٧ / ٣ / ٢٠١٠م.
- محمد، سيد محمد، *الإعلام والتنمية، دار الفكر العربي*، ١٩٨٤.
- Baron-Cohen. - 'Sex Differences in the Brain: Implications for Explaining Autism' in Science (2005) p.81

ترحمده الله