

الفصل الثالث

وسائل الاتصال

التعريف، البحث، التصنيف والوظائف

تمهيد: عملية الاتصال

قبل التطرق إلى موضوع وسائل الاتصال يجدر بنا التمهيد لذلك بالإشارة إلى عملية الاتصال ككل، والتي تعتبر وسائل الاتصال إحدى عناصرها التركيبية. لقد اختلفت النماذج التحليلية لعملية الاتصال تبعاً للتراكم التاريخي المعرفي وبحسب المنظور التخصصي الذي عولجت من خلاله. ومع ذلك، فالملاحظ من خلال تاريخ دراسة الاتصال أن عملية الاتصال شملت دائماً ثلاثة عناصر أساسية هي: المرسل والرسالة والمستقبل. وهذا المنظور الثلاثي نجده متضمناً في نظريات ونماذج الاتصال كلها إلى درجة أن بعض المفكرين من أمثال "ت. كوهن" (T. Kuhn) أسماه "النموذج" (الباراديفم) أو الإطار المرجعي الموجه لتفكير العلماء أثناء تطويرهم لنظرياتهم ونماذجهم، وذلك من لدن "أرسطو" إلى الآن. أما من حيث التطور التاريخي، فإن هذا المنظور كان يغلب عليه التركيز على المرسل باعتباره الفاعل الأساسي في عملية الاتصال والمؤثر الأوحد برسالته في مستقبلها، قبل أن يهتم لاحقاً بالرسالة.

ولكن الملاحظ في الربع الأخير من القرن العشرين هو تحول بؤرة الاهتمام والتركيز من المرسل والرسالة إلى المستقبل، ومن منظور ذي اتجاه واحد إلى إطار تبادلي أو دائري أو حلزوني، ومن نظرة خطية ثابتة إلى طريقة دينامية شاملة، متعددة العناصر والاتجاهات. ومن أهم ما ورد في هذا المجال نموذج "روجرز وكنكايد" (E. M. Rogers & Kincaid) عام 1981 والمعروف بنموذج التلاقي للاتصال، الذي يمكن تلخيصه في عملية تبادل متتابع للمعلومات بين فردين يهدفان إلى فهم مشترك للموضوع.

وتتم عملية التواصل هذه عبر عدة مراحل نوجزها فيما يلي:

- إدراك أو تصور الرسالة من طرف المرسل الذي يقرر الاتصال بدافع مؤثر ما (فكرة،

مشاعر، مؤثر خارجي...).

- الترميز بتحويل المرسل للمعاني إلى رموز لغوية لفظية أو غير لفظية مناسبة.

- اختيار وسيلة أو وسائل الاتصال المناسبة لطبيعة الرسالة والمستقبل.

- استقبال الرسالة وفك رموزها بتحويلها إلى معان لفهما.

- الاستجابة أو الرد على الرسالة ببثها للمصدر الذي يتحول إلى مستقبل.

- استقبال الرسالة الجوابية وفك رموزها بتحويلها إلى معان لفهما...

أما فيما يخص أهم عناصر عملية الاتصال هذه التي تعيننا في هذا التمهد، فعادة ما تبنى على أربعة عناصر تقليدية: المصدر، الرسالة، الوسيلة (القناة)، والمستقبل؛ وأخرى إضافية: رد الفعل (Feed-back) والتشويش (الضوضاء) والأثر وبيئة الاتصال. وفيما يلي تعريف مختصر لبعضها:

- فالمرسل أو المصدر هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها الرسالة، سواء كانت هذه الجهة فردا أو جماعة أو هيئة معنوية أو جهازا، الخ.
- والمستقبل هو من توجه إليه هذه الرسالة سواء كان فردا أو جماعة أو هيئة معنوية...
- والوسيلة أو القناة هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء كانت هذه الوسيلة لغة، صحيفة، إذاعة، تلفاز، حاسوب، أو معرضا...
- والرسالة هي المضمون الذي تؤديه الوسيلة أي المادة الإعلامية نفسها.

1.3- وسائل الاتصال (تعريفها، أهميتها وتطورها التاريخي)

أ) تعريف وسائل الاتصال

سنتعرض في مبحثنا هذا أولاً لتعريف وسائل الاتصال ثم لتحديد أهم الخصائص التي جعلتها تعرف بالجماهيرية:

- إن وسيلة الاتصال كما أسلفنا هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية أو القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة من المرسل إلى المستقبل. ففي أية عملية اتصال، يختار المرسل وسيلة لنقل رسالته، إما شفويا أو بواسطة الاتصال الجماهيري (سمعية، بصرية، سمعية-بصرية)، ولكن مع ملاحظة أن الوسيلة ليست الآلة أو الجهاز في حد ذاته فقط ولكنها تشمل هيكل التواصل كله. بمعنى أن الجريدة مثلا بدون مطبعة وبدون موزع ليست وسيلة اتصال (محمد سيد محمد: 1986، 69).

وهناك من يستعمل مفهوم "وسيلة الاتصال" بمعنى مزدوج يشمل في آن واحد نظام المعاني أو الرمز الذي يسمح بـ"فهم" الرسائل، والأجهزة التقنية التي تسمح بـ"بث" الرسائل (إرسالها واستقبالها). وكما هو معروف، فإن الفهم والبث شيان مختلفان لإشارتهما إلى مستويين من الاتصال يحمل ثانيهما (الراديو مثلا) أولهما (اللغة مثلا) أي يكون وسيلة له. لكن العكس غير صحيح: فاللغة لا ترسل الراديو مثلا. وهناك من يشير إلى نوع آخر من الوسائل أو مستوى اتصالي ثالث ليخص به وسائل اتصالية مكانية مثل: المسجد، المكتبة، البرلمان... هذه الوسائل، التي تشير أساسا إلى أماكن للاتصال، ليست رمزية مثل اللغة ولا اتصالية مثل الراديو بل سوسولوجية أي تفاعلية أساسا (NÚÑEZ L., L.: 1983, 101-107).

كما قد يكون لوسائل الاتصال معنى مزدوجا آخر: عندما يشير من جهة إلى البعد التقني الإرسالي بطابعه الوسيط، المتوسطي أو الوكيلي لوسائل مثل التلفزة، الراديو، الصحافة، الخ. ومن جهة أخرى إلى معنى المحيط، الوسط أو الجو العام أو المؤسسة الاتصالية التي تدرج ضمنها الأخبار، الإعلانات، الخ.

إن وسائل الاتصال، باعتبارها "وسائط"، ينطبق عليها وصف "مارشال ماكلوهان" لوسائل الاتصال بأنها: "امتدادات للإنسان" (بتفعلها لأداءات حواسه وجوارحه الاتصالية). ولكنها باعتبارها "وسطا"، فإنها تتفق أكثر مع عبارته الشهيرة: "الوسيلة هي الرسالة"، أي أن الوسيلة أهم من الرسالة (فالتلفزة قد تشاهد لذاتها وليس لطبيعة برامجها).

ومع ذلك فإنه يمكن الجمع بين المدلولين إذا اعتبرنا أن طبيعة الوسيلة هي جزء هام من الرسالة ولكنها ليست هي كل الرسالة. بمعنى أنه إذا كان للرسالة ولخصائصها الذاتية أهمية كبرى في التأثير على المستقبل، فإنه قد يكون لوسيلة الرسالة دور حاسم في ذلك. وقد يصل الأمر إلى حد جعل لكل وسيلة رسالتها (فيما يتعلق بتأثيرها على المستقبل طبعا) وذلك بالرغم من الانطلاق من نفس الفكرة، المفهوم والمقصد.

(ب) جماهيرية وسائل الاتصال:

أما فيما يتعلق بخصائص هذه الوسيلة التي قد تجعلها جماهيرية، فهي مرتبطة أساسا بعملية الاتصال نفسها، حجمها، بعدها، وتيرتها، طبيعة مضمونها، جمهورها، التكنولوجيا المستعملة فيها، عدم عفويتها...

فهي غالبا ما تحتاج إلى مؤسسات إعلامية كبيرة وأموال ضخمة، تكون علنية، منظمة وغير متكافئة العلاقة (بين المصدر والمستقبل)، ذات استجابة أو أثر رجعي ضعيف أو متأخر، ذات جمهور غير متجانس (من حيث الفئات، الثقافات، الظروف المعيشية...)، فورية الاتصال وسريعة التوزيع، عرضة للرقابة الفردية والمؤسسية (من طرف صحفي، رئيس تحرير، مدير أخبار، مسئول سياسي، جهاز أمني) وللتشويش الفيزيقي أو في المعنى...

ويتفق معظم الأخصائيين، بتعابير ومنظورات مختلفة، على أهم هذه المواصفات:

فـ"دي سولا" (De Sola Pool) مثلا، يخصصها بالارتباط بين عدد قليل من المرسلين وعدد كبير من المستقبلين، ومن ثم فهي تختلف عن الاتصال الشخصي بكونها غالبا ما تكون أحادية الاتجاه أو غير متكافئة (من حيث التواصل). ويمكن تنظيم وصف خصائصها من خلال عدة أبعاد تحليلية: حجم التداول (معدل المقرونية بالنسبة للجريدة، مثلا)، المستقبلون (عدد الأشخاص الذين يتعرضون لمجموعة رسائل أو لوسيلة بعينها)، المدى (وهو يستجيب لنفس المعيار ولكن من وجهة نظر الرسالة التي قد تظهر في وسائل مختلفة)، الوئيرة (متوسط تكرار أو توزيع عدد مرات تعرض الأشخاص للرسالة) و التعرض (يمكن قياسه عن طريق التكرار لأن امتلاك الوسائل، الاستماع لها أو النظر إليها ليست أكثر من مؤشرات ضرورية ولكنها غير كافية لضمان التعرض الفعلي).

أما "رايت" (Wright)، فيقدم عدة توضيحات مهمة حول جماهيرية وسائل الاتصال. فهو يعتبر أن العمليات التقنية ليست هي التي تعطي الطابع الجماهيري لهذه الوسائل، لأنه يمكن استعمالها لإيصال معلومات معقدة ولجمهور خاص. فالتكنولوجيا تعتبر مكونا ضروريا لكنه

غير كاف لعملية التأثير الجماعي، الذي يستلزم توفر شروط أخرى تخص الجمهور (عدم التجانس، الحجم الكبير، التشتت...)، الرسالة (عمومية، ذات قيمة عاجلة وسريعة الزوال) والمرسل (بنشاط في تنظيم معقد يستلزم تشغيله مصاريف ضخمة وتفاعل مستمر مع المحيط).

هذا طبعاً فيما يتعلق بطبيعتها الخاصة، وأما فيما يخص وظائفها وأهدافها فيمكن إجمالها

تبعاً لـ"شارل رايت" دائماً فيما يلي:

- المتابعة المستمرة لما يحدث في المحيط المباشر والعالم عامة،

- العمل على إحداث انسجام بين مختلف أطراف المجتمع لمواجهة ما يحدث في

محيطه، وذلك باختيار وتقويم وتفسير للأخبار يميل غالباً نحو منع الإثارة أو التجنيد المفرط للجمهور.

- تحويل الإرث الاجتماعي من جيل إلى جيل،

- الترفيه.

ولقد أضاف لها 'ب. لازارسفيلد' و'ر. ميرتون' عاملين: تقوية المعايير الاجتماعية

وتخصيص بعض أعضاء المجتمع بمكانة ومركز اجتماعيين، وذلك من خلال التغطية الإعلامية النوعية والكمية التي تخص أشخاصهم وأنشطتهم بها. وهي عادة ما تحمل وراءها الدعاية لنمطية سلوكية معينة بغية تقوية معايير اجتماعية معينة (Wright Charles : 1972, 11-13).

أما "جانوفيتز وشولتز" (Janowitz & Schultze)، فيوليان أهمية كبيرة للتحليل

السوسيولوجي لوسائل الاتصال الجماهيرية (فهم آثار الاتصال والإقناع الجماهيري في الحياة السياسية والاجتماعية)، التي يعبران عنها بمجموعة العمليات المستعملة من طرف متخصصين يستعينوا بمعدات تكنولوجية لبث محتوى رمزي متجانس بين جمهور كبير، غير متجانس ومتشتت.

ومن جهته، عد 'دنيس ماك كوايل' (Denis Mc Quail) عدة خصائص (أو عمليات اعتيادية

لهذه للوسائل) عبر عنها في شكل وظائف: توزيع المعارف (معلومات، أفكار، ثقافة) // هيكلية التواصل والعلاقات السلطوية / الاهتمام بالمسائل التي قد يهتم بها الرأي العام والمساهمة في إعداده وإعادة تشكيله / الترفيه والإمتاع والمساعدة على قضاء أوقات الفراغ / الارتباط بشكل أو بآخر

بالسلطة عن طريق آليات وأفكار تضيء عليه الصبغة الشرعية (Roda Fernández, Rafael: 1989, 4-9).

مما سبق نكره يمكن استخلاص أهم الوظائف الاتصالية المحضنة لهذه الوسائل: أولاً،

فهي كجهاز تمريري للرسائل تحدد درجة العلاقة بين المرسل والمستقبل. وثانياً، فهي تحدد

عند صدورها وعقد وصولها وثالثا، خلال تنقلها. في الحالة الأولى تكون وظيفتها "وسيطية" (الفعل الاتصالي الجامع المقرب)، وفي الثانية تكون "تشرية" (توسع دائرة الاستقبال)، وفي الثالثة تكون "دعامية" (الحفظ متفاوت الدرجة للرسالة أثناء عملية الاتصال).

خلاصة القول أن وسائل الاتصال الجماهيري تتميز:

- من حيث طبيعتها:

- المرسل: منظمة، معقدة، ذات طابع اقتصادي أساسا.
- المستقبل: واسع، غير متجانس، غير مشخص.
- الرسالة: سريعة، عمومية ومؤقتة.

- من حيث أهدافها ووظائفها:

- الإخبار المتواصل.
- التلاعب في تفسير الأخبار.
- التواصل الثقافي.
- الترفيه.

وتجدر الإشارة في الأخير إلى أننا أخذنا بعين الاعتبار توفر معظم هذه الخصائص في الوسائل المستعرضة لكننا لم نأخذ بعين الاعتبار الاختلاف الواضح الموجود بين طبيعة ونمط هذه "الوسائل، الأدوات، الأساليب، التقنيات، الطرق أو الوسائط..." عند تصنيفنا لها ضمن "الوسائل": فالحديث المباشر غير الحمام الزاجل، والتلفزة غير القمر الصناعي، للخ. كما أننا لم نقتصر في استعراضنا الموجز لها على الشائع منها لدى العامة والخاصة باسم وسائل الاتصال الجماهيرية والتي تحصرها في أربع: سينما، راديو، صحافة وتلفزة. ومن جهة أخرى، لم نتعرض للبعض منها بالرغم من اعتبارنا له وسائل اتصال جماهيرية أيضا، مثل: المسرح، الهاتف... لاعتبارات ذاتية وموضوعية.

(ج) أهمية وسقل الاتصال: ماكلوهان ودور الوسائل في تطور المجتمعات

إن الوسيلة التي نحصل أو نتبادل عن طريقها المعلومات قد تؤثر في تفكير الأفراد وسلوكهم أكثر من بعض محتويات الرسالة نفسها. فالوسيلة ليست شيئا محايدا أو سلبيا، إنها تؤثر تأثيرا متفاوتا لدى المعرضين لها بل حتى لدى مستعملها. وبشكل عام هناك طريقتان للنظر إلى وسائل الاتصال: أولا، من حيث أنها وسائل لنشر المعلومات والتعليم والتنمية والترفيه

وتوجيه الرأي العام... وثانياً، من حيث أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي المطرد. ففي الحالة الأولى يركز الاهتمام على مضمونها وطريقة استخدامها والهدف من هذا الاستخدام. أما في الحالة الثانية، فيهتم بتأثيرها كوسيلة تقنية بصرف النظر عن مضمونها. وضمن التوجه الأخير، الذي يهمننا هنا، يعتبر بعض علماء الاتصال ومنهم "هارولد إينيس" و"مارشال ماكلوهان" أن لوسائل الاتصال دور أساسي في عملية الاتصال بل في تنظيم المجتمع وتطوره. واعتبرها البعض الآخر، ومنهم "لوناتشارسكي" السوفييتي، بمثابة معيار الحضارة، ولهذا فقد أطلق على البريد والمطبوعات والراديو اسم "الجهاز العصبي للمجتمع" (LAZAR J.: 1992, 29) و(كوليانسكي وآخرون: 1978، 138).

ويبقى أن أشهر من كتب عن أهمية وسائل الاتصال هو الباحث الأمريكي الكندي الأصل (مارشال ماكلوهان: 1911-1979)، صاحب العبارة المشهورة "الوسيلة هي الرسالة"، التي تشير إلى أن طبيعة الرسالة -مفردات، تراكيب، أسلوب، أدوات مساعدة...- تتأثر بنوع الوسيلة، فالخبر في الجريدة يختلف عنه نسبياً في الإذاعة ويختلف عنه أيضاً في التلفزيون (جيران كرم، ج: 1986، 24). ومن ثم، تقوم الفكرة الرئيسية لـ"ماكلوهان" على أساس أن الوسيلة التي تنقل المضمون الإعلامي تؤثر في المستقبلين تأثيراً لا شعورياً يغير سلوكهم. و"الوسيلة هي الرسالة" تعني بالإضافة إلى ذلك أن لكل وسيلة جمهوراً من الناس يفوق حبه لها اهتمامه بمضمونها.

لقد ركز "مارشال ماكلوهان" اهتمامه في دراساته على النظام الاتصالي المتبنى من طرف كل مجتمع لأنه يرى بأن الخصائص الأساسية للوسيلة المسيطرة في هذا النظام تدل على كيفية التفكير وتنظيم المعلومات على مستوى المجتمع برمته. وهو يرى بأن التكنولوجيا المستعملة في وسيلة الاتصال المسيطرة لها دور كبير في تطور المجتمعات (ولهذا يوصف منظوره هذا -المدعم خاصة من طرف أعمال "م. إينيس"-، بالحمية التكنولوجية). لذلك فهو يقسم إعلامياً تطور المجتمعات إلى ثلاثة أطوار:

- في الطور الأول كان الاتصال "شفوياً" يتم مباشرة من الفم إلى الأذن، مما دعم العلاقات الاجتماعية وتماسك المجتمع في وحدات قبلية مندمجة.

- في الطور الثاني (من سنة 1500 إلى سنة 1900 تقريباً)، كان الاتصال "سطرياً"، انتقل فيه الإنسان إلى طور الطباعة، حيث حروف "غوتنبرغ" (مخترع ألها عام 1436) في تتابعها كقطع مجزأة وحررة، في سطور متتالية جعلت الإنسان يجنح إلى الفردية والاستقلالية ويشعر بأهمية الانتماء القومي. وإذا كانت الحضارة من منظور "ماكلوهان" تستقي سماتها من وسيلة الاتصال

السائدة، فإن عصر الطباعة هذا (ابتداء من 1436 م.) جعل الفكر الإنساني يتخذ شكل التسلسل والتتابع مثل الكلمات والمطور المطبوعة ويدعو إلى القوميات العرقية واستقلالها ضمن كيانات سياسية صغيرة، مجزأة ومتجاورة مثل قطع المطبعة. فنتيجة لاختراع الكتابة المطبعية ألغى البعد الزماني وأصبح الفرد لا يحضر بالضرورة الحدث عند وقوعه بل بعد حدوثه عن طريق المطبوعات، حيث تكون عملية تلقي الخبر باردة وأقل تأثير عليه، وذلك بفعل تقليص المطبوعات من انفعاله وقوة مشاعره. مما أحدث شبه انفصال بين المشاعر والعقل في هذا الطور.

- أما في الطور الثالث (منذ بداية القرن العشرين)، المدعو بعصر "الدوائر الإلكترونية"، فقد تمت العودة إلى الاتصال الشفهي. وتمثل ذلك بشكل خاص في كل من السينما والتلفاز والحضارة الآلية بعقولها الإلكترونية وأقمارها الصناعية. إن المعلومات التي تحتويها تلك الوسائل معلومات مدروسة ومنظمة، وهي تمثل "تجمعات كلية" مثل الدوائر الكهربائية. ومن ثم كان أثرها هو النزوع إلى الانتماج والكلية وأن يعيش الإنسان بكل حواسه. وقد كان السمعي البصري أكبر ثورة إذ أصبح الإنسان يعايش من جديد الحدث بالصوت والصورة بجميع مشاعره، كما أصبح يعيش في شكل قبيلة أو قرية عالمية.

فبينما عمل "المطبوع" على تفجير أو تقسيم المجتمع إلى فئات، تعمل وسائل الاتصال الإلكترونية على إرجاع الناس مرة أخرى إلى الوحدة القبلية المميزة "لشفوي".

بناء على ما سبق، يرى "م. ماكلوهان" بأن وسائل الاتصال امتدادات للبشر (وهو عنوان لكتاب له نشر عام 1964)، لحواس الإنسان ثم لأعصابه. فالكاميرا امتداد لحاسة العين والميكروفون امتداد للأذن (وللفم في الاتجاه الآخر) والحاسوب امتداد للعقل... وأن تأثيرها على الإنسان يرجع إلى كونها تعتبر جزءاً لا يتجزأ منه، يعتمد عليه بالضرورة لإدراك ما يجري حوله وتقدير مركاته.

ولكننا على العموم، بالرغم من أهمية وسائل الاتصال، نعتبر بأن هذه الجبرية التكنولوجية مبالغ فيها. وهي تفسير أحادي، يمكن اعتباره مجرد تعبير "غير علمي" عن الثقافة الأمريكية المعاصرة وعن الآلية التي عاش "ماكلوهان" في ظلها... ومن ثم لا يمكن تعميمه من ناحيتين التاريخيتين والجغرافيتين، بل حتى تصديقه بهذه الدرجة على المجتمع الأمريكي نفسه. هذا بالإضافة إلى كونه لا يفسر اختلاف النظم الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية بالرغم من وحدة كل من الطور التاريخي، الرقعة الجغرافية ووسيلة الاتصال المسيطرة، بل إننا نعتقد بأنه يعبر

عن تفسير كاريكاتوري وتبسيطي لتاريخ وسائل الاتصال الذي هو أكثر تعقيدا وتداخلا في تطوره أفقيا وعموديا من أن يفسر بهذا التبسيط الخطي المنتظم والأحادي... وقد أدرجناه هنا تحت هذا المبحث لمجرد إبراز أهمية الوسائل التي تعتبر مركز اهتمام هذا العمل.

د) التطور التاريخي لوسائل الاتصال

من المعروف أن هناك عدة تقسيمات للزمن التاريخي تمكن من تتبع تطور ظاهرة الاتصال منذ ظهور المجتمعات البدائية الأولى، وذلك عبر وسائل وتقنيات مضاعفة الرسائل (الكلمة، الإشارة، الخطاب، الكتابة، البريد، للتطيمات البينية، الخ). وبخلاف الاقتصاديين يعمل المؤرخون عادة بثلاث دورات زمنية، فتحليلهم للتاريخ يتمحور حول زمن ثلاثي: أول دوراته طويلة أو بضيوي (قد يتوافق مع التقسيم التقليدي الخطي: قديم، وسط، حديث ومعاصر) وثانيها متوسط أو مفصلي (يشمل دورات منتظمة لا يقل عمر أداها عن خمسين سنة وتتقدم في شكل ناقوس، نصفه الأول تصاعدي ونصفه الثاني تنازلي)، وثالثها قصير أو حدثي يتطور خطيا ومعالمه عبارة عن أحداث بارزة. وتجدر الإشارة إلى أنه جرت العادة تقليديا العمل بالتسلسل الزمني الخطي الحثي (Événementiel) لأنه تقسيم شائع في التعليم وبين عامة الناس (Timoteo Alvarez, J.: 1992, 45-46)، وهو يتمحور -كما هو معروف- حول أحداث تاريخية كبيرة وقعت في تواريخ محددة.

وسنتعرض تباعا لأهم نقاط تطور وسائل الاتصال عبر التاريخ معتمدين أساسا على هذا التقسيم التسلسلي الخطي:

إن وسائل الاتصال وجدت بوجود كائنات هذا العالم ولكنها مرت بمراحل تطور عديدة أفرزت عدة أنواع متفاوتة في الكم والكيف والمدى، ولكنها كانت تهدف دائما إلى فورية الاتصال، توسعة دائرة المستقبلين وتحسين نوعية الرسالة:

لقد كانت وسائل الاتصال في العصور القديمة طيبولا ودخانا ونارا وطيورا وخيلا... هذا بالإضافة إلى الحفر على الأحجار والأشجار والألواح والأعمدة المنصوبة في المعابد أو الميادين العامة. ومن جهة ثانية، كان التجار يحملون معهم في أسفارهم الأخبار كما كان المندوبون ينشرونها ويعلنون أوامر الحكام. ويمكن الإضافة في الأخير إلى جميع هذه الوسائل المتقدمة وسيلة هامة هي وسيلة الاتصال الشخصي الاعتيادي.

ولقد كان الناس يسجلون رسائلهم وينسخونها بالأيدي على المواد الطبيعية التي كانت متوفرة لديهم آنذاك (الخشب، النحاس، ورق ولحاء الأشجار، العاج، العظام، الجلود...) ومع مرور الزمن

برزت الحاجة للحصول على مادة للكتابة تكون سهلة الخزن والحمل والاستعمال. وقد اجتهد المصريون القدماء فاستخدموا ورق البردي (نبت مائي) الذي انتقل إلى اليونانيين والرومان. ثم تمكن الصينيون من اختراع الورق من لحاء شجر التوت حوالي سنة 105م على يد (Ts' al Lub) (إبراهيم أبو عرقوب: 1993، 82). وبالرغم من احتكار هؤلاء لسر اكتشافهم استطاع المسلمون الحصول عليه بعدما امتدت فتوحاتهم لتتجاوز الصين شرقا حوالي منتصف القرن الثامن الميلادي. ثم طوروها فأنتجوا ورقا من ألياف الكتان ثم أول مصنع لإنتاج الورق في التاريخ في مدينة "سمرقند" تلتها مصانع أخرى في دمشق، مصر والمغرب.

وفي منتصف القرن الثاني عشر أنشأ المسلمون مطاحن للورق في أسبانيا ثم أول مصنع للورق في صقلية (إيطاليا)، وبذلك انتقلت صناعة الورق ومطاحنه إلى أوروبا التي استحوذت على تطويرها منذ القرن الثالث عشر، فحسنت وسائلها حتى أصبحت آلية. واستمر الوضع كذلك إلى حد اكتشاف المطبعة في القرن الخامس عشر ثم اكتشاف المطبعة الميكانيكية الأولى مع مطلع القرن التاسع عشر.

وهذا يعني أن وسائل الاتصال كانت كثيرة ومتنوعة في تلك العصور، ثم خضعت لأطوار متعددة (الكلام والرموز ثم الكتابة التصويرية والحرفية) حتى ظهور المطبعة (جوتنبرغ: 1436) التي كانت بحق تمثل الفاصل الحقيقي بين العصور القديمة والعصور الحديثة من حيث ارتباطها بتطور وسائل الاتصال طبعيا. ذلك أنها أمدت العالم الحديث بوسائل اتصال جديدة ابتداء من الكتب والنشرات ثم الصحف (أول صحيفة منتظمة: هولندا 1605/أول يومية: بريطانيا 1702) وأصبحت بذلك الكلمة المقروءة هي وسيلة الاتصال الأولى في العصر الحديث.

ثم بدأت الثورة الاتصالية الثانية مع ظهور أداة جديدة من أدواتها ونعني بها "وكالات الأنباء" (تعتبر وكالة "هافاس" التي ظهرت عام 1835 أولها) والتي أصبحت فيما بعد الممون الإخباري الأساسي للوسائل الأخرى.

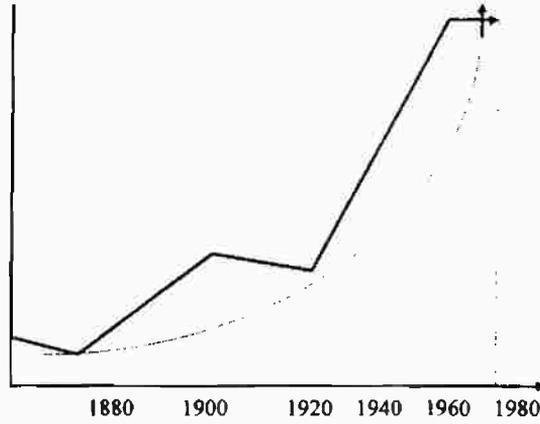
ثم حدثت الثورة الثالثة بظهور المخترعات السمعية البصرية الحديثة (سينما، راديو، تلفاز، فيديو، كومبيوتر) وكان قمة الثورة في الاتصال ظهور الأقمار الصناعية في نهاية الخمسينيات (وخاصة بعد نقل الألعاب الأولمبية من طوكيو عام 1964)؛ تلتها اختراعات أخرى، الفيديو خاصة (عام 1964)، الذي مكن الجمهور من إعادة شارات التلفزة، والتلفزة بواسطة الكابلات (مطلع السبعينيات)، التي عملت على زيادة وضوح الصورة والصوت وعدد البرامج والقنوات.

وفي أواخر السبعينيات ظهرت وسائل جديدة للاتصال تولدت عن الربط بين مختلف الوسائل من تلفزة ومعلوماتية واتصالات قصيرة المدى... كانت سابقا تتطور تطورا منفصلا وفي منافسة شديدة تكاد تكون إقصائية. وقد أدى هذا التوجه الجديد إلى تغيرات جذرية على جميع المستويات: الإنتاج، المعالجة والتوزيع، ومنها الربط بين الهاتف والكمبيوتر والتلفزيون والفيديو، وهو الأمر الذي نتجت عنه إمكانيات جديدة للاتصالات الاجتماعية، أدت في الثمانينات إلى ما نسميه بوسائل الاتصال الجديدة، والتي تتمثل أساسا في تطوير الأقمار الصناعية، الكوابل، الفاكس، الفيديو تيكست، التلكتكست، التلفزة عالية التحديد والرقمية، الأشرطة والأقراص المضغوطة... وإلى عدد لامتناهي من إمكانيات التركيب المتعدد الوسائل والتقنيات والأبعاد، تمثلت أهم تطبيقاته الحالية في الجمع بين التلفزيون والإعلام الآلي والهاتف والإنترنت. وتجدر الإشارة إلى أن هناك العديد من العروض التاريخية لتطور وسائل الاتصال تختلف عن هذا السرد التاريخي ومنها تصنيف "م. ماكلوهان" الذي قسم إعلاميا تطور المجتمعات إلى ثلاثة أطوار (كما مرر معاني البحث السابق). وهناك من قسم تاريخ الإنسانية من حيث ارتباطها بوسائل الاتصال إلى ثلاثة مراحل أيضا ولكن بتسميات وفترات مختلفة: ميز المرحلة الأولى ظهور الكتابة كبديل للاتصال بالإشارات والاتصال الشفوي، ومثل الثانية ظهور وانتشار الطباعة التي سمحت بتعدد أو إعادة الإنتاج الصناعي للرسالة، بينما يمثل ثالثها تعدد هذه الوسائل التي أصبحت لا تسمح فقط بإعادة الإنتاج المتسلسل، بل بالنشر الفوري للرسالة في جمهور واسع (مرحلة الاتصال الجماهيري). وبهذا المعنى، فإن ظهور وسائل الاتصال البصرية لا تعتبر -كما يزعم "ماكلوهان"- قطيعة نحو عملية جديدة بل تتويجا لدورة قديمة-جديدة لم تستهلك بعد. ونحن نعيش الآن مرحلة انتقالية تتراوح بين الاتصال الجماهيري والاتصال التفاعلي المتخصص.

وإذا اعتمدنا التقسيم الثلاثي للزمن التاريخي وأسقطناه على تطور ظاهرة وسائل الاتصال، فإننا نجد بأن القرن العشرين يظهر تاريخيا متميزا أولا بزمنا طويلا: "معاصر"، ببعض الدورات المتوسطة ويزمن قصير مستمر، حدثي ونسبي. فالزمن الطويل يستجيب لخصائص عامة ميزت الغرب تدريجيا: نموذج إعلامي "حر" (ليبرالي) وشبكة إعلامية عالمية يسيطر على مقودها عدد محدود من الشركات. وفوق هذا الزمن الطويل لا تتشكل الدورات في اتجاه أفقي بل في اتجاه شبه عمودي مميزة التطور الدوري بمراحل تطور ومراحل ركود (ونيس

تراجع، وبالطبع تتخلل هذا الزمن والدورات أحداث أو محطات إعلامية متعددة ومتفاوتة الأهمية. والشكل الموالي يعكس هذا التطور:

الشكل (3) الدورات التطورية للإعلام في الغرب



المصدر: Timoteo Alvarez, J.: 1992, 49

2.3- تطور البحث حول وسائل الاتصال الجماهيري

تشير الدراسات الأكاديمية والشواهد الواقعية إلى أن البحث الميداني حول وسائل الاتصال مر ببعض المراحل المتميزة وبمحطات تطويرية متشابهة في كل وسيلة من وسائل الاتصال التي تعرضت للدراسات العلمية:

- في المرحلة الأولى ينصب الاهتمام على الوسيلة في حد ذاتها: ماهيتها، كيفية عملها، مستلزماتها التكنولوجية، مقارنتها مع الوسائل الأخرى، وظائفها وخدماتها، ماهية جمهورها، تكلفتها..

- بعد أن تتطور الوسيلة تستبدل المرحلة الأولى بالثانية حيث يتحول التركيز إلى جمع معلومات خاصة حول استعمالات الوسيلة وحول مستعملها، من خلال الإجابة على الأسئلة التالية: كيف يستعمل الجمهور الوسيلة في الواقع المعيش، هل تستعمل فقط للحصول على المعلومات، لربح الوقت، للترفيه أو لأسباب أخرى؟ هل يستعملها القصر أم البالغين، ولماذا؟ ما هي الخدمات التي تقدمها هذه الوسيلة؟ ما هي الأشكال الإعلامية والترفيهية التي أصبحت تقوم بها بدلا من غيرها؟ هل تحققت التوقعات الأولية حول استعمالها؟ ما هي الاستعمالات الإضافية الأخرى التي انتهت إلى التميز بها..؟

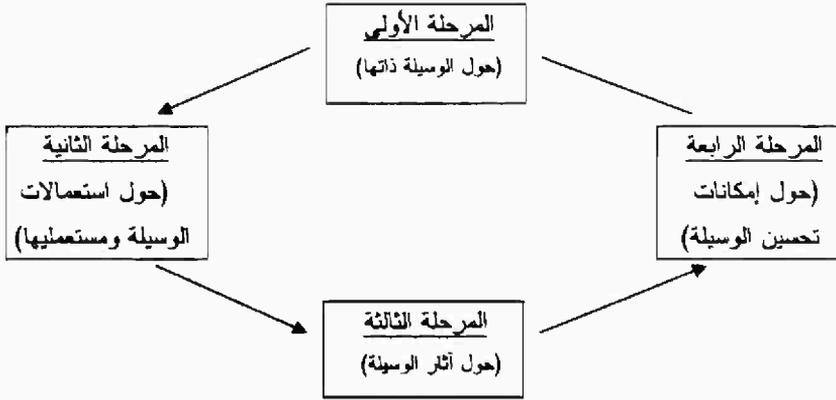
- تتضمن المرحلة الثالثة البحث حول الآثار الاجتماعية، النفسية والمادية لوسيلة الاتصال: ما هو الوقت الذي يخصصه لها الجمهور؟ هل أحدثت تغيرا ما في تصور الناس لشيء ما؟ ماذا ينتظر جمهور الوسيلة أو يرغب في أن تقدمه له؟ هل توجد آثار سلبية مرافقة لاستعمالها؟ هل لجانب معين من جوانب تكنولوجيتها آثار سلبية؟ بأي معنى تكون هذه الوسيلة نافعة أو مضرّة للحياة اليومية للأشخاص؟ هل يمكن تركيبها مع وسائل أو تكنولوجيات أخرى بغية تفعيل فائدتها..؟

- تهتم المرحلة الرابعة من البحث بطرق تحسين الاستفادة من الوسيلة سواء في الميدان التطبيقي أو فيما يخص مكوناتها التكنولوجية: كيف يمكن لتكنولوجيا جديدة تحسين الخصائص التقنية للوسيلة أو الاستفادة منها أكثر؟ هل يمكن إدخال تغييرات على المحتوى (البرمجة) تجعل من الوسيلة أكثر جاذبية وذات تقدير أفضل لدى الجمهور..؟

- ويمكن إضافة في بعض الحالات، وخاصة في القطاع الخاص، مرحلة خامسة تتمثل في كيفية الحصول على الأموال لتمويل الوسيلة أي كيفية جعلها مربحة.

والشكل الموالي يوضح هذا التطور في مراحل الأربعة:

الشكل 4 : مراحل البحث حول وسائل الاتصال



المصدر: 5، 1992، Wimmer, Roger D. & Dominick, Joseph R.

إن الشكل أعلاه لا يهدف إلى الإيحاء بأن تطور هذه المراحل خطي، أي عدم العودة إلى مرحلة سابقة بعد تجاوزها. الواقع أنه بعد أن تتطور الوسيلة وتتعرز وضعيتها، يفضل إجراء بحوث جديدة في المراحل الأربعة معا: ففي حالة الراديو مثلا، وبالرغم من أن لهذه الوسيلة أكثر من ثمانين سنة من التاريخ لا زال الباحثون يقومون بدراسات حول الوسيلة في حد ذاتها (إعادة تحديد الموجة المتوسطة مثلا)، استعمالات الراديو (القواعد المنظمة للحياة اليومية المتولدة عن عادة الاستماع)، الآثار (المشاكل الصحية المفترضة نتيجة القرب الشديد من هوائيات الراديو)، والتحسينات (الإعدادات البصرية المشخصة للذبذبات الصوتية مثلا)..

فالبحث أصلا عملية لا تنتهي، لأن الإجابة على الأسئلة الأولية غالبا ما تطرح سلسلة من الأسئلة في مرحلة تالية لم تكن متصورة في البداية.

ومن جهة أخرى يمكن تصنيف تاريخ البحث العلمي في مجال وسائل الاتصال الجماهيري إلى أربع فترات متعلقة بالمحيط الاجتماعي الذي ساهم بعوامل مختلفة في تزايد هذا النوع من البحوث العلمية:

- تتمثل أولها في الحرب العالمية الأولى التي استلزمت تحسين المعرفة بالدعاية السياسية. بعدها حاول علماء الاجتماعيات الكشف عن تأثير الوسائل على الأشخاص وذلك

بالاعتماد على متغير المنعكس الشرطي (منبه-استجابة) (لاويل، 1927). في تلك الفترة كان الاعتقاد السائد في القوة التأثيرية الهائلة لوسيلة الاتصال على الجماهير. وقد نتج عن تلك نظرية ما سمي بنموذج الاتصال لـ"إبرة تحت الجلد"، الذي يشير باختصار إلى أن مرسلي الوسائل لا يحتاجون إلا إلى "إطلاق" رسائلهم تجاه جمهور معين حتى تؤتي هذه الرسائل آثارها المحددة مسبقاً وشبه العالمية. وبالطبع، فإن الاختلافات الفردية للأشخاص تتعارض مع مثل هذه النظرة التبسيطية.

- أما العامل الثاني الذي ساهم في تطوير البحث الأميركي حول الوسائل، فقد ارتبط بإدراك المشهورين في فترة الخمسينيات والستينيات، بأن المعطيات العلمية مفيدة جداً في تصور استراتيجيات إقناعية تدفع المستهلكين الافتراضيين إلى شراء السلع والخدمات. ولذلك لجئوا إلى مختلف الدراسات المتعلقة بفاعلية الرسائل، بالمعطيات الاجتماعية والديمغرافية الخاصة بالجمهور، بالتوقع الفضائي والتوقيت الزماني للإشهار للحصول على درجة عالية من لفت الانتباه وشده (مردودية العرض)، بالتكرار الضروري للإعلانات لتجنيد المستهلكين الافتراضيين، واختيار الوسيلة المناسبة للتفاعل مع الجمهور.

- وأما ثالث مساهمة من المحيط الاجتماعي فقد أتت من اهتمام الناس المتزايد بتأثيرات الوسائل على الأشخاص وخاصة على الأطفال. مما أدى إلى تنشيط البحوث المتعلقة بالمحتويات الجنسية والعنيفة المتضمنة في برامج التلفزيون وإعلاناته وخاصة في فترة بث برامج الأطفال. ثم توسعت نظرة الباحثين لتشمل فكرة الآثار الإيجابية للتلفزيون (الاجتماعية) وما يقابلها من آثار سلبية (غير الاجتماعية) على حد سواء.

ولقد تميزت هذه المرحلة، وخاصة في السنوات الأخيرة، بحدة وكثافة الجدل والنقاشات الأكاديمية والإعلامية حول تأثير المحتوى العنيف أو الجنسي لبرامج التلفزيون ونصوص الأغاني.

- شكل التصاعد المستمر للمنافسة بين المؤسسات الإعلامية على مداخيل الإشهار، المحرك الرابع لنمو هذا النوع من البحوث، حيث أصبحت إدارة وتوجيه الوسائل أكثر تعقيداً بواسطة التخطيط بعيد المدى، التقويم بالأهداف، الاعتماد المتزايد على المعطيات الدقيقة لتأسيس عملية اتخاذ القرار... إلى درجة شملت حتى مخرجي البرامج السمعية البصرية الذين أصبحوا يهتموا هم أيضاً بالبحث عن المعطيات الإمبريقية التوجيهية.

فخزائن مسؤولي الوسائل أصبحت تحتوي اليوم على معلومات حول تغير قيم وأنواق المستهلكين، تطور المعطيات الديمغرافية وأنماط المعيشة، دراسات حول الصورة العمومية لمؤسستهم، نتائج دراسات علماء النفس، الاجتماع، ودراسات السوق.

إن معظم البحوث المنجزة حول وسائل الاتصال حتى بداية المبعينيات كانت تنطلق من أقسام جامعية متخصصة في علم النفس وعلم الاجتماع. لكن هذا الوضع تغير، فقد نمت وتطورت العديد من الأقسام المتخصصة في وسائل الاتصال والتي أصبحت اليوم تسيطر على هذا المجال. ومع ذلك فما زالت غالبية باحثي الأقسام المتخصصة تؤمن بفائدة البحوث متعددة الاختصاصات، حيث يستعان فيها بعلماء الاجتماع، النفس والسياسة..

- وأما في السنوات الأخيرة فقد اقتحمت البحوث الاتصالية مجالات جديدة للبحث، تشمل المظاهر النفسية والاجتماعية التي قد تؤثر على الوسائل، مثل الاستجابات وردود الفعل العاطفية والذاتية الناتجة عن مشاهدة برامج التلفزيون.

3.3- تصنيفات وسائل الاتصال

منذ القدم والإنسان بحاجة إلى وسيلة تحيطه علما بالأخطار المحدقة به أو الفرص المتاحة له، وإلى وسيلة تساعد على تبادل الآراء والمعلومات، وإلى وسيلة تقوم بحفظ التراث الفكري ونقله من جيل إلى جيل.

وقد كانت هذه المهام تؤدي قديما من طرف الأفراد، من عيون ومندوبين ومنادين وأعيان ورواة وشعراء... ومع مرور الزمن أصبحت هذه المهام تؤديها أساسا وسائل الاتصال الجماهيرية والتفاعلية المتطورة، التي أصبحت بفضل الثورة المعلوماتية في مجال الاتصال... إعدادا وإخراجا وتوزيعا، تميز الربع الأخير من القرن العشرين وبداية القرن الحالي الذي أصبح ينسب إليها.

هذا وقد اختلف المختصون في تصنيف هذه الوسائل بسبب تعدد مستويات استعمالها واختلاف أغراض استخدامها بالإضافة إلى المنظور التحليلي الذي يختلف من مدرسة إلى أخرى. وفيما يلي عرض موجز لأهم التصنيفات الواردة في التراث المختص بهذا المجال:

1) إن أبسط تقسيم لوسائل الاتصال يعتمد على البعد التاريخي ويصنفها إلى وسائل "قديمة" أو "تقليدية" وأخرى "حديثة". تشمل الأولى القصيدة الشعرية، الخطبة، الندوة... وهي إما مهجورة أو متجددة. وتشمل الثانية وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة من صحف ورايو وتلفزيون...

وقد تؤدي التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (NTCI) الموصولة أساسا بالكومبيوتر (قواعد البيانات المعلوماتية، البريد الإلكتروني، المحاضرة المدعمة بالكومبيوتر، الفيديو توكس، المسجل التماثلي والرقمي، القرص التسجيلي، التلفزيون التفاعلي بالكابلات وباقي تطبيقات المعلوماتية عن بعد...) إلى جعل هذه الأخيرة توصف بدورها بالقيمة أو التقليدية.

(2) كما يقسمها بعض خبراء الاتصال والعلاقات العامة إلى مجموعتين أيضا، تمثل الأولى أدوات تضم الصحف والمجلات والنشرات والكتب والملصقات بأنواعها، وتدعى مجموعة الكلمات "المكتوبة". أما الثانية، فتتمثل مجموعة الكلمات "المنطوقة"، مثل الراديو، التلفزة، المسرح، المحاضرة، الخ.

(3) يميل فريق آخر من المختصين إلى تقسيم وسائل الاتصال إلى مجموعتين أيضا، ولكن هذه المرة حسب درجة الأداء. تضم المجموعة الأولى وسائل الاتصال "سريعة الأداء" وهي التي لا تتيح فرصة طويلة لإمعان التفكير في الرسالة. وتضم هذه المجموعة الجرائد اليومية والملصقات ونشرات السينما والراديو والتلفزة التي تتميز عادة بقلّة التحليل. أما المجموعة الثانية فتضم كافة وسائل الاتصال "بطيئة الأداء"، وهي التي تتيح للجمهور فرصة طويلة نسبيا لاحتكاك الأفكار وتصارعها وممارسة التحليل الكافي ولهذا تعتبر المجلات الشهرية والمسلسلات السمعية والسمعية البصرية والأحاديث المتتابعة في موضوع واحد ذات تأثير بطيء الأداء.

(4) ويذهب الفريق الرابع إلى تقسيم وسائل الاتصال تبعا للعوامل التي تتأثر بها بصورة مباشرة (أي الحواس). فيقسمها إلى وسائل سمعية، بصرية وسمعية بصرية: راديو، صحيفة، تلفزة. (5) وقريب من هذا التقسيم نجد تصنيف آخر يقسمها إلى ثلاث مجموعات: "الوسائل المطبوعة" (كتب، جرائد، منسقات...) و"الوسائل الفيلمية" (الصور والسينما) و"الوسائل الإلكترونية" (راديو، تلفزيون، هاتف، كومبيوتر، قرص معلوماتي...).

(6) وهناك من يقسم وسائل الاتصال إلى ثلاثة أنواع ظرفية هي:

- الوسائل المكانية: وهي التي تشغل حيزا في مكان ما مثل المطبوعات والصور واللافتات واللوحات الفنية وهي جميعا وسائل بصرية أو منظورة،
- الوسائل الزمنية: وهي التي تتسلسل في وقت زمني محدد ترتبط به بالإذاعة والأحاديث المسموعة، وهي وسائل شفوية أو سمعية،
- الوسائل المكانية الزمانية: وهي التي تشغل حيزا مكانيا ووقتا زمانيا في آن واحد وهي وسائل سمعية وبصرية، مثل الأفلام الناطقة والتلفزيون والمحادثات الشخصية المباشرة...

(7) أما "مارشال ماكلوهان" فقد صنّفها في الستينيات إلى وسائل "باردة" (السينما، التلفزيون)، وأخرى "ساخنة" (الصحافة والكتب والراديو...) ليصف بناءها وكيفية اتصالها معتمداً في ذلك على مؤشر "القدرة على التخيل" في التعامل معها. فالوسائل الساخنة عنده هي التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس بل تركز على حاسة واحدة (السمع أو البصر في الغالب). كما أنها تقدم المضمون الإعلامي "شبه جاهز" (Prefabricated) مما قد يقلل من حاجة الفرد إلى الخيال لإعادة تركيبه فكرياً. أما الوسيلة الباردة فهي التي تحافظ على التوازن بين الحواس وتقدم المضمون الإعلامي "غير جاهز" إلى حد ما، مما قد يزيد من احتياج الفرد إلى الخيال ويستدعي من المشاهد (الأمي خاصة) جهداً معتبراً للتفاعل الفكري... فالمحاضرة مثلاً تسمح بمساهمة أقل من الندوة أو الملتقى أو الحوار أو الحديث.

ومن ثم، فالفكرة الأساسية هي أن الوسيلة الساخنة كثيرة المعلومات وعلى درجة عالية من الفردية فهي "تبعّد" والوسيلة الباردة قليلة المعلومات بشكل عام فهي "تقرب" أو "تستوعب"... أي أن درجة مساهمة الجمهور في الوسائل الساخنة أو إكماله لما تقدمه له تعتبر منخفضة، أما الوسائل الباردة فدرجة مساهمة الجمهور في إكمال ما تقدمه تعتبر عالية. وعلى أية حال، فالغالبية العظمى من تكنولوجيا الترفيه المتوفرة لدينا منذ إدخال تكنولوجيا المطبوع كان ساخناً، مجزأً ويبعد كل شيء آخر، ولكن في عصر التلفزيون نلاحظ عودة القسيم الباردة والاندماج المتعمق بسبب المساهمة الواسعة والجهد التخيلي اللذين يقوم عليهما.

إن هذا التصنيف يتماشى طبعاً ووجهة نظر صاحبه في أهمية وسائل الاتصال وتأثيرها على المجتمعات.

ومن جهة أخرى فإن السينما والتلفزيون رغم ما هو شائع في وقتنا الحاضر وحسب ما ألفناه من وصفهما بأنهما من الوسائل الساخنة، فهي في رأيه من الوسائل الباردة، لأن المشاهد يحتاج إلى وقت أو جهد أكبر لانتشال نفسه من الاستغراق فيها... وهذا يمثل، في رأينا، تحذيراً جديداً آخر أمام خطورة انتشار التلفزيون والسينما وكل وسائل الاتصال السمعية البصرية في عصر الاتصال... التي تغير من نسيج المجتمع إذا لم يتحكم فيها.

(8) قام بعض المؤلفين ومنهم (مولس) (Moles, 1981) بتوسعة التصنيفات التقليدية

انطلاقاً من مجال الاتصال، ففرقوا بين الأنواع التالية:

- الوسائل الذاتية (SelfMedia): وهي التي تستعمل بشكل فردي.
- الوسائل الوسيطة (InterMedia): وتستعمل للوساطة بين قطبين.

- وسائل الاتصال القريب: تكون مباشرة وفي متناول حواس المستقبل.
 - وسائل الاتصال البعيد: توفر الاتصال عن طريق واسطة تقنية.
 - الوسائل الباردة : تسمح بمشاركة ضئيلة للمستقبل.
 - الوسائل الساخنة : تتميز بمشاركة قصوى للمستقبل، ويركز فيها على فعل الاتصال
- أكثر من محتواه (MORAGAS, M.: 1985, 19).

(9) قدم "لويس ن. ل." (NÚÑEZ Ladaveze, L.: 1983, 116-117) تصنيفين مختلفين لوسائل الاتصال: الأول من حيث إرسال الرموز واستقبالها، والثاني من حيث المستقبل فقط وبغض النظر عن كونها تواصلية أو أحادية الاتجاه. ويمكن تشخيص هذه الفروق في الجدول الموالي:

الجدول (1) تصنيف وسائل الاتصال

اتصال متبادل		اتصال أحادي الاتجاه		
اصطناعي	طبيعي	طبيعي (حاضر)	اصطناعي(غائب)	
حوار	هاتف	موعظة	رسالة	شخصية
اجتماع		طلبة	كتاب	جمعية
	راديو هاوي	جماهير/تظاهرة	راديو-تلفزيون	جماهيرية

(10) وقسم "محمد منير حجاب و سحر محمد وهبي" (1995، 139-206) الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة وفقاً لطبيعة الرموز المستخدمة إلى:

- وسائل الاتصال بالفعل: وتعتبر السلوكيات البشرية في حد ذاتها وسائل اتصالية، فهي تتحدث عن نفسها وتقل باتجاهين (إلى المستقبل المباشر وإلى المشاهد) دلالات ومعاني لا حصر لها دون الحاجة إلى ألفاظ. ومن هذه الوسائل: القدوة أو النموذج الحي، تقديم الهدايا والمنح والتبرعات والخدمات المختلفة، المشاركة في المناسبات الاجتماعية والدينية والأحداث الخاصة... وبذلك تشارك "وسائل الاتصال بالفعل" وسائل الاتصال الأخرى اللفظية وغير اللفظية في تحقيق عملية التفاهم الإنساني، تبليغ الرسائل والتأثير على الآخرين.
- وسائل الاتصال غير اللفظي: وهي عديدة ومنها: تعبيرات الوجه - وهو أكثرها شيوعاً وصفاً-، حركات الجسم، وسائل التعبير بالأشياء المادية كالملابس والحلي والديكور، الصور والرسوم والمجسمات...

- وسائل الاتصال اللفظي: وهي تلك التي تعتمد على الرموز اللغوية في توصيل الرسائل. وتنقسم هذه الوسائل وفقا لحجم الجمهور المستهدف إلى:

أ) وسائل الاتصال الشخصي: وهي مباشرة (المناقشات والمحادثات الرسمية وغير الرسمية، الاجتماعات، الزيارات، المقابلات...) وغير مباشرة (إلكترونية: الهاتف، التلفزيون، السلكس، الفاكس، الدوائر التلفزيونية المغلقة... وغير إلكترونية: التقارير، الخطابات والرسائل، لوحة الإعلانات...).

ب) وسائل الاتصال التنظيمي: وهي التي يستعملها عادة قسم العلاقات العامة التابع لمؤسسة ما. وتتمثل أهمها في: صحف الحائط، مجلة المؤسسة، النشرات، الكتيبات، الملصقات، الندوات، المحاضرات، الخطب، المؤتمرات، المعارض، الاحتفالات، الرحلات، المعسكرات...

ج) وسائل الاتصال الجماهيري: مثل الصحف والمجلات والكتب والإذاعة والتلفزيون والسينما...

[1] وهناك تصنيفات حديثة أخرى لا يتسع هذا المجال لعرضها بشيء من التفصيل. وسنكتفي، فيما يلي، بذكر مؤشرات تصنيفها وتسمياتها المختلفة:

- تبعا لمضمون الرسائل الاتصالية: "وسائل إخبارية" و"وسائل مسلية".

- تبعا لتعميمات مفهوم "الأخبار الآنية": "الإعلام الطارئ أو العرضي" و"الإعلام غير العرضي".

- تبعا لبعض أنصار النظرية النقدية: هناك وسائل الاتصال "البديلة" ووسائل الاتصال "المسيطر"، ووسائل الاتصال "النخبوية" ووسائل الاتصال "الشعبية".

بعد هذا العرض الموجز، تجدر الإشارة في الأخير إلى بعض الملاحظات المهمة:

- إن كل وسيلة من هذه الوسائل الاتصالية المصنفة أعلاه، يمكن أن تكون موضوع تخصص قائم بذاته له تاريخه وأساسه ومناهجه ومجالات بحثه.

- إن تصنيفها كان لأغراض تعليمية عملية فقط، إذ الملاحظ تداخلها وتكاملها "الزمكاني"

والتنوع.

- إن الهدف من هذا العرض ليس هو مناقشة القيمة النظرية لمختلف التصنيفات في ضوء

التحولات العميقة التي عرفتها وسائل الاتصال. حسبنا أن نشير أولا إلى أن هذه التصنيفات نابعة من خلفيات معرفية وتوجهات نظرية متباينة ومصالح مادية ضخمة، وثانيا إلى أهمية هذا العمل التصنيفي في فهم الوظيفة الاجتماعية للوسائل وفي وضع سياسات الاتصال الرسمية أو "البديلة".

4.3- وظائف وسائل الاتصال

إن أي نظام اجتماعي، مثل نظام الاتصال، يستعمل لأغراض محددة تستوجب التوضيح في مثل هذا المقام. فالاتصال كمنشأ اجتماعي له عدة وظائف، قد سبق وأن أشرنا إليها في المقام السابق. فالاتصال كمنشأ اجتماعي له عدة وظائف، قد سبق وأن أشرنا إليها في المقام السابق. فالاتصال كمنشأ اجتماعي له عدة وظائف، قد سبق وأن أشرنا إليها في المقام السابق. فالاتصال كمنشأ اجتماعي له عدة وظائف، قد سبق وأن أشرنا إليها في المقام السابق.

تصنف وظائف الاتصال الجماهيرية بطرق استنتاجية مختلفة ولكن على العموم يمكن حصرها فيما يلي:

1- تعتبر "الوظيفة الإخبارية" من جمع مختلف المعلومات وتخزينها ومعالجتها ونشرها (أخبار، معلومات، صور، آراء، تعليقات...)، من أهم وظائف وسائل الاتصال. ويلاحظ ذكر الآراء والتعليقات ضمن الدور الإخباري، لأننا نرى بأن الخبر هو في حد ذاته تعبير عن رأي ونقل لرأي للتأثير على آراء... فقد توزع وسائل الاتصال أخباراً خاطئة للتأثير على الرأي العام. كما أن الأساليب العلمية التي تستعملها هذه الوسائل في التعامل مع الأخبار (من تكرار، تجاهل، ترتيب، تنوع، تشويق، إثارة، تحويل الانتباه، تركيب الصور...) تعتبر من أنجع السبل لتغيير الآراء وتوجيه الرأي العام.

وتمثل هذه الوظيفة أساس الوظائف التالية، حيث يعتبر الخبر أو المعلومة مادتها الأولية.

2- إذا كانت الوظيفة الإخبارية هي الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال، فإن هذه الوسائل تعمل بحكم سعة وسرعة انتشارها، على توفير رصيد مشترك من المعلومات يزيد من فاعلية تواصل جمهورها وتماسكه الاجتماعي، وذلك تبعاً لطبيعة القيم الاجتماعية أو (المادة الاجتماعية) الموجهة إلى "المرسل إليه".

ومن ثم يمكن القول بأن لوسائل الاتصال دور كبير في مجال "التربية والتعليم والإصلاح الاجتماعي" (محو الأمية، تعليم اللغة، التعليم الموازي والدائم، التربية الموازية...). ونظراً لطبيعة هذا المجال الحساس الذي يرتبط أساساً بطبيعة الأنظمة الاجتماعية لكل حضارة، فإن طبيعة دور وسائل الاتصال فيه تخضع للنظام الاجتماعي السائد والذي يعمل في جميع الحالات على استعمالها في دعم الاتجاهات، تكييفها أو تغييرها عن طريق "صناعة" الرأي العام.

3- تكتمل لهذا الدور، تأتي "وظيفة وسائل الاتصال التنموية" في المجال الاقتصادي خاصة. ويتم ذلك أساساً من خلال الإعلانات والبرامج الإرشادية والتوعوية وكذا الوظيفة

التسويقية. وعليه، يجب على الدول المتخلفة اقتصاديا أن تلجأ إلى تطوير نظمها الخاصة بالاتصال ووضع استراتيجيات محددة لها للتحكم في اقتصادها وتميمته. فقد أصبح الاتصال عنصرا تنمويا بل قوة اقتصادية في حد ذاته عندما تحول إلى قطاع منتج تتوقف عليه قطاعات تنموية أخرى.

فالدول التي تهتم بنظام الإعلام والاتصال تعتمد على إمكانيات وسائلها في دعم فلسفتها الاقتصادية بتوعية الجمهور، إرشادا وتوضيحا وتفسيرا وتوجيها... أما إذا أرادت الانتقال من نظام اقتصادي إلى آخر (من الاشتراكي إلى الرأسمالي، مثلا) فلا يتسنى لها ذلك بطريقة سلمية إلا بالاستعمال المناسب لوسائل الاتصال. وأما إذا أرادت الاندماج في السوق الدولية، فلا بد لها من الحصول على كم هائل يومي ومستمر من المعلومات الحيوية لاقتصادها ثم معالجته.

كما يمكن لوسائل الإعلام والاتصال أن تساهم في خفض مستوى الفقر بتحريم الوصول إلى المعلومات وتحسين نوعيتها، فالأشخاص الذين تتوافر لهم معلومات أكثر يمكنهم القيام بخيارات أفضل. ومن جهة أخرى فإن حرية العمل الإعلامي عموما لا تخفف فقط من سوء استخدام السلطة (كعملية مراقبة للتنمية) بل تزيد أيضا فرص تلبية الحاجات الاجتماعية الأساسية للسكان.

4- لوسائل الاتصال الجماهيرية وظيفة أخرى لا تقل أهمية عن سابقتها، ألا وهي: "وظيفة الترفيه والإمتاع". وذلك لأن هذه الوظيفة تشارك الوظائف الأخرى في غاياتها... فهي وظيفة إخبارية وتنقيفية وتعليمية وتنموية، ولكن في قالب طريف، مستتر وغير مباشر، تستغل فيها ساعات "الفراغ". وليس القول بأن صناعة الترفيه لا تتطوي على أية قيمة اجتماعية، ثقافية أو سياسية إلا مجرد خدعة وتضليل لتمرير "الرسالة":

"إن مفهوم الترفيه هو مفهوم شديد الخطورة، إذ تتمثل فكرته الأساسية في أنه لا يتصل، من بعيد أو قريب، بالقضايا الجادة للعالم، وإنما هو مجرد شغل أو ملء ساعة من فراغ. والحقيقة أن هناك أيديولوجية مضمرة بالفعل في كل أنواع القصص الخيالية، فعنصر الخيال يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس" (هربرت أ. شيلر: 1986، 105).

فوظيفة الترفيه إذن، ليست ثانوية كما تعتقد العامة من الناس التي تميل نحو إضفاء الحياد أو عدم الضرر على كل التمثيلات الرمزية لوسائل الاتصال التي لا تظهر نيتها في التأثير على السلوك بل الرغبة في مساعدة الفرد على الهروب من مشكلاته اليومية والراحة والاسترخاء والمتعة الجمالية. إلا أننا نعتبر -تبعاً لأكثر الاتجاهات النظرية تأثيراً في الوقت الحالي: نظرية المؤشرات

الثقافية لـ"ج. جرينر" (G. Gerbner) وتصورات "أ. نوال نيومان" (E. Noelle Neumann) حول تغيير الاتجاه المعتمدة على مفهوم "جو الرأي" - بأن اتجاهاتنا وسلوكياتنا (السياسية أو غير السياسية) قد تتأثر بالمواد الترفيهية التي نتعرض لها بنفس الدرجة أو أكثر من تأثرها بحجج السياسيين أو مواقف المثقفين (Roda Fernandez, R.:1989,4-9).

ولهذا نجد في اليابان مثلاً أن لبرامج التسلية والترفيه حصة الأسد في القنوات التلفزيونية (حوالي 40 بالمائة من مجموع البرامج) مقابل حوالي 25% من البرامج الثقافية بمعناها الواسع و20% (الإخبارية) و13% (التربوية) (Le Monde Diplomatique, Mars 1996, 28).

إن معظم الأفلام الخيالية والصور المتحركة، إن لم نقل كلها، وحتى نهاية الثمانينات، لعبت دوراً بارزاً في الصراع "العربي الإسرائيلي". ومن أمثلة ذلك شخصيات (داود وجالوت، تن، ميكي ماوس، طوم وجيري،...) التي تمثل لدى صانعيها لطافة وشجاعة وأمل ونكاء (الصغير: "داود") الذي يفوز دائماً على خشونة وحماسة وظلم (الكبير: "جالوت") - في إشارة هادفة إلى قلة "اليهود" الفعالة المحاطة بثلة "العرب" الغنائية "الضامرة" - أو إلى وحشية وحماسة الشعوب التي لا تنتمي إلى ما يسمى خطأً، في تقديرنا، بالحضارة اليهودية-المسيحية لأنهما مختلفتان ببعديهما المادي والروحي. كما عملت من جهة أخرى على غرس فكرة استضعاف اليهود وتشريدهم وذلك عن طريق الأفلام الحربية والتاريخية والأشرطة الوثائقية. موازاة مع ذلك، عملت أثناء الحرب الباردة ضد المعسكر الاشتراكي، على ترويج الأمل، السعادة، النجاحات والقيم الفردية، بل الإعجاز الفردي في جميع وسائل الاتصال الجماهيرية. ومن الواضح، أن الضحية الحالية والمستقبلية لأفلام الخيال والكرتون ومجمل صناعة ما يسمى بـ"الترفيه"، على العموم، هو العالم الإسلامي وحضارته.

وإذا كانت السينما هي الوسيلة الأولى للترفيه الجماهيري، فإنه حالياً، لا تخلو أية وسيلة من وسائل الاتصال الحديثة من برامج ترفيهية موجهة، بما في ذلك حدائق التسلية "الديزنية" (Disney) العالمية، التي تساهم بواسطة حدائقها "الموضوعاتية" في قولبة ثقافة العالم. وتسيطر على هذه المجالات المهمة دول الشمال عموماً وأمريكا خصوصاً، التي استطاعت تطوير صناعة ترفيهية بأتم معنى الكلمة... تستعملها لغزو دول الجنوب وتوجيه رأيها العام. وذلك تحت إشراف هيئات عليا مكلفة بالتوجيه الإعلامي.

وفي هذا الإطار، وكرد فعل على هذه التبعية الإعلامية من جهة، والوضعية الاقتصادية والاجتماعية المتخلفة التي تعاني منها دول الجنوب من جهة أخرى، برزت إلى الوجود

مبادرات وطنية ودولية تحاول أن تطرح قواعد تنظيمية جديدة لوسائل الاتصال وشبكاتهما وترسم لها أطرا وأهدافا تتناسب ووضعيات ومشاكل هذه الدول. وحسب د. ماك كاييل (Mc Quail, D., 1985, 116-198)، فقد شخصت الأنظمة الاتصالية الوطنية لبعض بلدان العالم الثالث هذا التوجه، الذي يمكن تلخيص خطوطه العريضة فيما يلي:

- إن وسائل الاتصال يجب أن تقبل وتؤدي مهام تنمية تتماشى مع السياسة الوطنية المتبعة.

- إن حرية وسائل الاتصال يجب أن تنتهي عند حدود الأولويات الاقتصادية واحتياجات التنمية المجتمعية.

- يجب على هذه الوسائل أن تعطي الأولوية، فيما يخص الأخبار والإعلام، للعلاقات مع دول الجنوب القريبة جغرافيا، سياسيا أو ثقافيا.

- من أجل تحقيق التنمية، للدولة الحق في التدخل في نشاطات وسائل الاتصال أو تقييدها، وهو ما يبرر وسائل المراقبة، لتمويل والمراقبة المباشرة.

وبالطبع، فإن هذا لا يعني بأن جل الدول "السائرة في طريق النمو" تبنت هذا التوجه، بل إننا نجد في الكثير من هذه الدول بأن وسائل الاتصال تنشط تبعا لمبادئ نابعة من نظريات أو نظم اتصال دول الشمال الأربع: الليبرالية، السلطوية، السوفييتية والمسئولية الاجتماعية (أما النظرية "الديمقراطية-المشاركة"، فلم تثبت قواعدها بعد بدول الشمال حتى تقلد أو تكيف عندنا بالجنوب).

ومن جهة أخرى، تجدر الإشارة إلى أن هذا العرض، الذي أخذ بعين الاعتبار التراث المعرفي الخاص بتاريخ وسائل الاتصال وبنظرياتها الاجتماعية، أبتغي من ورائه تقديم ميسر لخالصة ما كتب في هذا المجال بطريقة انتقائية وبدون تشخيص لمنطقاتها النظرية أو لأصحابها، وإن كان توجهها العام يغلب عليه الطابع الوظيفي المحافظ الذي يركز على النظام والمراقبة مع لفئة تنمية خاصة بالعالم الثالث.

ولمزيد من التفصيل يمكن الرجوع إلى أعمال أول من صنف وظائف الاتصال: 'هارولد لاسويل' عام 1848، (رايت: 1980) الذي أضاف وظيفة الترفيه إلى تصنيف "لاسويل"، (ماك كورماك: 1980) الذي أبرز دور وسائل الاتصال في تعزيز شخصية الأقليات ونشاطها المكثف عند اشتداد الصراع الاجتماعي، وأخيرا (د. ماك كوايل: 1985) وتصنيفه المتعدد المنظورات: وظائف وسائل الاتصال من منظور كل من المجتمع، المرسل، الجمهور وعمال هذه الوسائل.