

المعلومات: محرّك الأنشطة الاجتماعية

والحقيقة إن الفكرة المركزية التي أهلت وسائل الإعلام إلى أن تكون نظماً اجتماعية ذات دور مؤثر وقوي في حياة الأفراد والمجتمعات، تتعلق بكون وسائل الإعلام منتجة للرسائل المعلوماتية وإذا ما وضعنا في الحسبان حاجة الفرد الحيوية إلى المعلومات وكيف أن المعلومة أو الخبر «ركيزة كل نشاط اجتماعي»، فإننا سندرك حتماً سر العلاقة القوية والإلزامية اليوم بين الأفراد ووسائل الإعلام بحكم اعتماد الفرد عليها في اكتساب المعلومات التي تمكنه بدورها من فهم بيئته والتفاعل معها وفق ما وفرته له وسائل الإعلام من معرفة مؤطرة لسلوكه الاجتماعي ولطبيعة تفاعله.

وفي هذا السياق، يبدو لنا طرح التساؤل البسيط حول أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام من قراءة للصحف واستماع للإذاعات ومشاهدة للقنوات، قد تقودنا ليس فقط إلى تحديد دواعي الاستخدام ومبرراته وإنما أيضاً إلى التعرف إلى طبيعة تلك الحاجات وعلى رأسها «الحاجة إلى التكيف مع الأفكار والممارسات والتقنيات الجديدة» التي تقوم بتليتها. وتحديدنا نشير إلى نظرية الاستخدام والإشباع التي كشفت عن العلاقة بين الاستخدام والإشباع في مجال وسائل الإعلام: إحدى الدراسات التي قامت عليها هذه النظرية هي الدراسة التي أجراها بيرنارد بيرلسون (B. Berelson) سنة 1949 تتعلق بما مثله حدث توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بالنسبة إلى القراء وذلك بسبب إضراب عمال التوزيع في نيويورك. أظهرت هذه الدراسة التي أجريت قبل قرابة 65 عاماً أن الصحف تؤدي عدة أدوار وهي تقديم المعلومات العامة وتفسير الأحداث وتقديم معلومات حول المال والطقس إضافة إلى أنها أداة للهروب من العالم اليومي

والظاهر أن نتائج هذه الدراسة لا تزال ذات مصداقية إن لم تتأكد أكثر فأكثر باعتبار مضاعفة أسباب الاستخدام والحاجات الباحثة عن الإشباع في عصر تُهيمن عليه مشاعر وحالات القلق والخوف والاعتراب. كما يكشف التزايد الهائل التي أصبح يعرفه عدد القنوات

الإخبارية، عن تحمة في الأحداث وتشابكها وازدياد الغموض، الذي وُلد بدوره حاجات نفسية وإدراكية متزايدة تبحث عن التفسير والفهم إذ العلاقة بين خفض الغموض وخفض التوتر عضويّة وجدليّة. ولعله من المهم ملاحظة أن الجمهور حسب الإطار الفكري لنظرية الاستخدام والإشباع ليس سلبيا . بل إن العلاقة مع وسائل الإعلام تحتكم إلى التفاعلية بين أهداف الجمهور ودور المتغيرات الوسيطة في تحديد هذه الأهداف وسعي وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية إلى إشباع مقاصد الجمهور وحاجياته.

وباعتبار أن أفراد «مساحة للترفيه هي من خصائص الحضارة الصناعية والتقنية»، فإن التسلية تعد وظيفة أساسية من وظائف وسائل الإعلام وهي تلبي حاجة نفسية اجتماعية حيث تساعد التسلية الأفراد على مقاومة ما يتصف به اليومي من ظلمة قائمة.

ولمزيد تأكيد مركزية وظيفة تقديم المعلومات للأفراد وللجمهور في منظومة الوظائف الاجتماعية التي تؤدبها وسائل الإعلام ، نذكر نظرية ترتيب الأولويات التي ظهرت 1958 بانتباه من الباحث برنارد كوهين (Bernard Cohen) وهو ما يعني أن علاقة الفاعلين الاجتماعيين بـ«المعيش اليومي» تُشكلها الرسائل المعلوماتية والثقافية التي تبثها وسائل الإعلام ممّا يكشف عن قوة تأثير وسائل الإعلام صحفا وإذاعات مسموعة ومرئية في حياة الناس اليومية وتغلغلها إلى درجة لعب دور تأطيري لأنماط السلوك الاجتماعي وذلك من خلال تركيز وسائل الإعلام على قضايا وأحداث بعينها وإهمال قضايا أخرى بمعنى أن وسائل الإعلام هي من يرتب انتقائيا مراكز اهتمام الرأي العام وتوجهه.

وفي هذا الصدد من غير الممكن القفز على دراسة **هارولد لازوال** ذات الجذور الوظيفية في مقاربتها لتأثير وسائل الإعلام الجماهيرية ذلك أن نظريته المسماة «إطلاق الرصاصة» أو «الحقنة المخدرة»، إنما تقوم على تأكيد قوة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور وهي قوة شبهها بالرصاصة وتأثيرها - أي وسائل الإعلام - اعتبره مطابقا لتأثير الحقنة المخدرة. فأنموذج لاسوال للاتصال تكمن أهميته في إضافة عنصر التأثير (من؟ يقول ماذا؟ وبأي وسيلة؟ ولمن؟ وبأي تأثير؟) وهي الإضافة المدخل التي قدم في إطارها قراءة في تأثير الدعاية خلال الحرب العالمية الأولى منتهيا إلى مجموعة من الاستنتاجات وهي القوة الكبيرة لوسائل الإعلام في التأثير على سلوك الجمهور وكيف أن وسائل الإعلام هذه، هي أدوات لإدارة الرموز المؤثرة وتوزيعها على الرأي العام .

إلى جانب قوة وسائل الإعلام من ناحية كونها مصدرا للمعلومات وموزعة لها وتطور أدواتها في الإحاطة السريعة وأحيانا الفورية لما هو حدث آني، فإنها تمثل مصدرا أساسيا اليوم في تشكيل رأس المال الرمزي للأفراد والجماهير وذلك من خلال أداء وظيفة نقل التراث الاجتماعي والتدخل في تشكيل المخيال والتمثلات الاجتماعية الشيء الذي يفيد أن التحليل البنائي الوظيفي لوسائل الإعلام قد استفاد وأصبح أكثر مصداقية مع الأعمال الوظيفية النقدية التي قدمها الوظيفيون الجدد تالكوت بارسونز وروبرت ميرتون. ونقصد بذلك أن نظرية تالكوت وكيفية فهمه لبنية الفعل الاجتماعي تنطبق كذلك على وسائل الإعلام التي تمثل نسقا فرعيا داخل النسق الكلي. من هذا المنطلق الذي يقارب فيه بارسونز الفعل الاجتماعي مقارنة لا فقط وظيفية وإنما خصوصا منظومية أي أنه يفهم الفعل الاجتماعي كمنظومة اجتماعية كاملة أضاف إليها إلى جانب الوظائف السابقة الذكر وظيفة المحافظة على الأنماط والمعايير..

كما أن الحاجة إلى المعلومات والتفسير وخفض التوتر والغموض تعرف تصاعدا نوعيا في أوقات عدم الاستقرار والأزمات والأحداث الساخنة والحروب والنزاعات أكثر منه في حالات

الاستقرار والتوازن الاجتماعيين حيث إن متابعة أخبار الصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية تصبح ممارسة ثقافية أساسية وتتضاعف كثافة التعرض إلى وسائل الإعلام السمعية البصرية الجماهيرية وذلك بحثا عن إشباع معرفي ونفسي واجتماعي

إذن يمكن القول إن وسائل الإعلام وتحديدًا الجماهيرية منها نظم اجتماعية مؤثرة إلى حد كبير في المعيش الاجتماعي اليومي للفاعلين الاجتماعيين الذين تربطهم بها علاقة اعتماد متقدمة حتى أن بعض الخبراء يرون في وصف «التبعية» أكثر دقة وتعبيرا عن طبيعة العلاقة التي باتت تحكم علاقة الأفراد والمجتمعات بالصحف والإذاعات والتلفزيونات وغيرها من وسائل الإعلام الجماهيرية ذات التأثير الجماهيري القوي.

لزوم الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام في المجتمعات الرأهنة

بمعنى أن الروابط بين وسائل الإعلام كنسق فرعي ومستقبلي الرسائل المعلوماتية الإعلامية والنسق الاجتماعي الكلي، تستند إلى الاعتماد المتبادل الذي يساعد الفاعلين الاجتماعيين على فهم الأنساق الفرعية الأخرى كنظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية المكونة للمنظومة الاجتماعية العامة. بل إن هذا الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى يكتسي طابعا إلزاميا في المجتمعات الرأهنة ذات الخاصية المركبة.

كما أن اعتماد الأنساق الفرعية الأخرى على وسائل الإعلام لا يمكن التغاضي عنه بدليل تواتر الربط بين دور وسائل الإعلام في التغيير الاجتماعي ومسائل التنمية والتقدم. بل إن وسائل الإعلام مثلت في الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي خصوصا في دول العالم العربي المستقلة حديثا أداة مهمة وأساسية للتحديث ، مما يُعيدنا إلى المقاربة المنظومية التي وضعها تالكوت بارسونز لبنية الفعل الاجتماعي وتركيزه على البعد الثقافي. لذلك فإن انحراط وسائل الإعلام في المشروع التحديثي والعمل على نقل قيمه وأفكاره، إنما هو مسوغ إضافي لمكانة وسائل الإعلام الجماهيرية وقوتها لا فقط كمصدر للمعلومات بل أيضا كفاعل مؤثر في تشكيل منظومة قيمية ورمزية جديدة للأفراد والمجتمعات.