

دور وسائل الإعلام في المجتمع والاستفادة من النفس الجديد للوظيفية

د/ فاطمة الزهراء تنيو

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري - جامعة قسنطينة

3

[البريد الإلكتروني: fzteniou@yahoo.fr](mailto:fzteniou@yahoo.fr)

الملخص

نتناول في هذا المقال البراديجم الوظيفي بوصفه أحد الأطر النظرية التي تستند إليها الدراسات الإعلامية في تفسير أساليب تعاطي وسائل الإعلام مع الأحداث، ويبدو أن وهج الوظيفية لم يخفت في الدراسات الإعلامية، بل أنها تعمقت نتيجة لاتساقها مع المسعى العلمي لتحليل وسائل الإعلام ودورها في المجتمع، ويعود سبب استمرار الوظيفية لتبنيها لرؤية جديدة تركز على البيئة الثقافية للفعل الاجتماعي، وذلك من خلال موقع الفعل الاتصالي داخل بيئة ثقافية محددة ومسعى الكشف عن حركة التأثير المتبادل بين الثقافة والفعل، باعتبار الأداء والممارسة الاتصالية للأفراد والمؤسسات الإعلامية مرتبطان ببعضهما وغير قابلين للفهم خارج العلاقة مع البيئة الثقافية، وهو ما أعطى للنظرية الوظيفية نفسا جديدا في حقل الاتصال من خلال تبني نظرة تكاملية توازن بين مستويات التحليل المختلفة.

Résumé

Dans cet article, on traite le paradigme fonctionnel en tant que l'un des cadres théoriques sur lesquels se basent les études médiatiques dans l'explication des méthodes utilisées par les médias dans le traitement des évènements. Il semble que le fonctionnalisme n'a pas perdu sa grande importance dans les études médiatiques mais il s'est plutôt approfondie vu sa cohérence avec l'objectif scientifique de l'analyse des médias et leur rôle dans la société. La continuation du fonctionnalisme est due à son adoption d'une nouvelle vision qui se focalise sur le milieu culturel de l'acte social et ce, à travers la situation de l'acte de communication dans un milieu culturel défini et l'effort

déployé afin de découvrir le mouvement d'influence réciproque entre la culture et l'acte compte tenu que la performance et l'exercice de la communication par les individus et les institutions médiatiques sont étroitement liés et ne peuvent être compris hors le contexte de la relation avec le milieu culturel. Ce qui a ressuscité la théorie fonctionnelle dans le domaine de communication à travers l'adoption d'une théorie intégrative équilibrant les différents niveaux d'analyse.

1- مفهوم الوظيفة:

يعدّ مفهوم الوظيفة من المفاهيم التي كتب حولها الكثير في الكتابات السوسيولوجية المعاصرة، ولذلك فإنّ أي محاولة لتحليله تجرنا إلى إعادة القراءة في تلك الأدبيات، إذ يشير "هنريه ماندراس" "*MendrasHenri*" عالم الاجتماع الفرنسي إلى أنّ مفهوم الوظيفة "*Fonction*" في السوسيولوجيا يُستخدم بثلاث معانٍ مختلفة كالآتي: (1)

أ- معنى مهني: يشير مصطلح وظيفة إلى المهنة وإلى المركز أو المكانة، ويُستخدم بهذا المعنى عندما نشير بمصطلح وظيفة إلى تلك الطائفة من المهام التي يتولى القيام بها فرد ما بموجب تولّيه منصباً بمؤسسة من المؤسسات، وهذه العلاقة بين الوظيفة والمهام المحددة مسبقاً، أي قبل أن يشغل فرد ما الوظيفة، هي علاقة تقوم على الترشيح والأداء الفعال بحيث يستبعد تداخل الصلاحيات والمهام بين من يتولون المراكز في هرم المؤسسة.

إنّ هذا التحديد المسبق يتّسق مع أهداف البيروقراطية كما تصورها "ماكس فيبر" "*MaxWeber*" عندما نظر إلى المؤسسة أو التنظيم بنوع من المثالية، وبهذا المعنى فإنّ كلمة وظيفة تُشكّل جزءاً من اللغة المستعملة ضمن سياق علم اجتماع العمل.

ب- معنى رياضي: في لغة علم الرياضيات يشير مفهوم وظيفة إلى تلك العلاقة التي يمكن أن تربط عنصرين أو أكثر، وفي سياق هذه العلاقة تكون هناك عناصر مستقلة وأخرى تابعة، أي أنّ حدوث تغيير ما في أحد المتغيرات يؤدي إلى تغيير في متغير آخر، إلا أنّه في اللغة العربية لا يستخدم مصطلح وظيفة للدلالة على هذا المدلول الرياضي بخلاف ما هو الحال في اللغة الإنجليزية والفرنسية، ويُستخدم في اللّغة العربية مصطلح دالة بدل وظيفة.

وبالانتقال من المفهوم المهني إلى المفهوم الرياضي، فإنّ التركيز في الدلالة ينتقل من النظر إلى الوظيفة كجملة من المهام المحددة - بغض النظر عن العلاقة التي يمكن أن تقوم بين هذه الوظيفة وتلك- إلى النظر إلى الوظيفة في علاقتها مع الغير أي فهمها من خلال العلاقة بالآخر.

ج- معنى سوسولوجي: إنّ مصطلح "وظيفة" في علم الاجتماع يعبر عن العلاقات الترابطية بين المؤسسات، والعلاقة التي يُفترض أن تقوم بين المؤسسات وأساليب النشاط والتفكير بالبنية الاجتماعية حيث تسهم في الحفاظ عليها⁽²⁾.

تلك إذن هي الدلالات الثلاث لمصطلح الوظيفة، ولهذا نستطيع القول بأنّ للوظيفة ظواهر اجتماعية تساعد على استمرارها في القيام بعملها وأنّ جميع الظواهر الاجتماعية للنظام مترابطة ومتعلقة الواحدة بالأخرى، وأنّ تغيير في أي منها لا بد أن يؤثر في جميعها⁽³⁾.

وإدخال هذا المفهوم إلى السوسولوجيا والفكر الاجتماعي بشكل عام يعود إلى القرن التاسع عشر مع السوسولوجيين الأوائل الذين يُطلق عليهم "الرواد" من أمثال "أوغست كونت" *A. conte* والذين أتوا من بعده، لكن هناك من يزعم أنّ النزعة الوظيفية أقدم من ذلك بكثير وتعود إلى الحكيم الصيني "كونفوشيوس". وقد مرّت النزعة الوظيفية بثلاث مراحل هي: الوظيفية التقليدية، الوظيفية المطلقة، والوظيفية الجديدة.

أ- الوظيفية التقليدية: تنطلق الوظيفية التقليدية من النموذج العضوي أي المماثلة بين الكائن الحي والمجتمع، والواقع أنّ التوجه الوظيفي الحقيقي للدراسات حول المجتمع بدأ مع "هيريرتسبنسر" *H. Spencer*، فحتى قبل أن يُصيغ "داروين" نظريته في التطور، كان "سبنسر" قد حاول التركيب بين تيارين كبيرين للفكر التطوري "التحول" في الحياة العضوية (لامارك) وفكرة "التقدم" لفلاسفة القرن الثامن عشر، ويعتبر "سبنسر" أنّ التطور في الحياة العضوية وكذا ذلك الذي حصل في الحياة الاجتماعية هما تجليان لظاهرة واحدة حيث أنّ التطور بغض النظر عن مجاله يخضع إلى القوانين نفسها وهي قوانين طبيعية.

وقد ذهب "سبنسر" في كتابه "علم الاجتماع الوصفي" في تحليله لفكرة المماثلة بين علم البيولوجية وعلم الاجتماع إلى وجود خطين للتحليل: "إنّ أول نمط للمماثلة كان عملية التطور من الأشكال البسيطة إلى المعقدة، هذه المماثلة بينها

وبين الأنواع تتطور من خلال التكيف وكذا المماثلة مع جسم الإنسان إنّه ينمو وينضج، والخط الثاني للمماثلة يتضمن المقارنة بين جسم الإنسان وجسم المجتمع (4)

لقد كان "سبنسر" يعتقد أنّ الهدف الذي يتعين على السوسولوجيا أن تحدّده لنفسها هو دراسة التطور الاجتماعي الذي يعتبر كعملية بيولوجية، أي الاهتمام بمسألة البقاء.

ويعتبر "مالينوفسكي" "*Malinowski*" وهو أحد أقطاب الوظيفة ورائد الدراسات العقلية، أنّ "إميل دوركايم" هو الآخر وظيفي، بل الأب الحقيقي للوظيفية (5) ففي كتاب "تقسيم العمل" *De la division social du travail* يستلهم هو كذلك بوضوح من النموذج العضوي، حيث تحدّث عن وجود نوعين من التضامن: "التضامن الآلي" والذي تتسم به المجتمعات البدائية التي لا يوجد بها تقسيم للعمل بين الأفراد، و"التضامن العضوي" الذي تتسم به المجتمعات الحديثة القائمة على تقسيم العمل بين الأفراد.

وبالرغم من أنّ "سبنسر" و"دوركايم" ينطلقان من النموذج العضوي، إلا أنّهما يختلفان حول العلاقة بين "الغاية" و"الوظيفة" ف"دوركايم" يرفض الغائية التي يقول بها "سبنسر" بشدة، وانطلاقاً من ذلك يسعى إلى تأسيس الإشكالية الأساسية للوظيفية والتي يمكن تلخيصها في ثلاثة اقتراحات أساسية: (6)

1- إنّ ظاهرة ما لا يمكن تفسيرها بوظيفتها، إذ يجب التمييز بين السبب والوظيفة.
2- يجب أن نبحت عن تفسير الوظائف في الظواهر الاجتماعية وليس في السيكولوجية الفردية.

3- تعود جذور الظواهر الاجتماعية إلى البنية الكلية للمجتمع المعني.

إنّ ما يلاحظ على الوظيفية التقليدية هو عدم قدرتها على التخلص من المماثلة بين جسم الإنسان والمجتمع، والإمعان في تأكيد هذه المماثلة بالإضافة إلى النزعة التطورية التي سيطرت على روح العصر في القرن التاسع عشر، كما أنّ التقدم الهائل الذي حققه علم البيولوجيا جعل علماء الاجتماع يعتقدون أنّ علمية علم الاجتماع تتوقف على الاستلهم من العلوم الوضعية الأخرى.

ب- الوظيفية المطلقة: يعود الفضل إلى العالم الأنثروبولوجي البريطاني من أصل بولوني "برانسي لافمالينوفسكي" *B. Malinowski* في وضع مصطلح الوظيفية وفي

إرساء دعائم المدرسة الأنثروبولوجية الوظيفية وقد كان "مالينوفسكي" ضد النزعة التطورية حيث ذهب إلى أنّ الأنثروبولوجيين التطوريين يقتلعون السمات الثقافية والعادات والنظم عن إطارها ليرتبوها ضمن مركبات "Les complexes" من أجل البرهنة على تطور مزعوم للمجتمعات الإنسانية.

وقد لاحظ "مالينوفسكي" أنّ كلّ مجتمع يتميز ويختلف عن المجتمعات الأخرى بثقافة أصيلة وفريدة، وما يجعل من ثقافة أصيلة وفريدة هو ذلك الترتيب الخاص للعناصر التي تشكلها، فكل ثقافة تشكل كلا منسجما وكلّ عنصر من عناصرها لا يمكن فهمه إلا ضمن إطار ذلك الكل⁽⁷⁾، ولعل أهم ما أكدّه "مالينوفسكي"، عكس ما ذهب إليه الأنثروبولوجيون الأوائل من أمثال "جون فريزر" و"مورغان"، وهو أنّ أي اجتنان لعنصر ثقافي من إطاره لمقارنته بآخر والذي يقتلع هو بدوره من إطاره الثقافي الخاص، ليس له من معنى.

وهكذا جعل "مالينوفسكي" من وحدة الثقافة أساس الاندماج في المجتمع وأساسا جوهريا لوظيفيته التي تقوم على ثلاث مسلمات:⁽⁸⁾

1- مسلمة الوحدة الوظيفية للمجتمع حيث أنّ العناصر الثقافية والأنشطة الاجتماعية تؤدي وظائف تخدم بها النسق الاجتماعي أو الثقافي ككل وتساعد على تكامله ووحدته.

2- مسلمة وظيفية كلّ عنصر اجتماعي أو ثقافي، فالوظيفية المطلقة لـ "مالينوفسكي" تزعم أنّ كل العناصر الثقافية تؤدي بالضرورة وظائف وتعبير آخر، لا توجد عناصر ثقافية دون أن تؤدي وظائف أو دون أن تؤدي أدوارا معينة تخدم بها النسق في النظام الثقافي وعبر ترابطها في منتظم واحد⁽⁹⁾.

3- مصادرة الضرورة، ومؤدى هذه المصادرة أنّ كل عنصر ثقافي أو اجتماعي لا يمكن الاستغناء عنه فأى محاولة لإزالته يترتب عنها اختلال في النسق، كما أنّ العنصر الذي لا يؤدي وظيفة يزول من تلقاء نفسه.

والواقع أنّ هذه المصادرة مستلهمة من الفكر التطوري الدارويني الذي يزعم أنّ بعض الكائنات الحية فقدت بعضا من أعضائها في مسارها التطوري بعدما فقدت تلك الأعضاء أدوارا كانت تقوم بها قبل ذلك، فالعضو الذي لا يمارس نشاطا يضمّر ثم يتلاشى.

وقد تعرضت الوظيفية المطلقة التي جاء بها "مالينوفسكي" إلى نقد لا يقل شدة عن ذلك الذي كان قد وجه إلى التطورين بسبب الإفراط والمبالغة في تكامل النسق وأدائه إلى درجة مثالية، في حين الحقائق على الأرض تبين أن الأنساق الثقافية والاجتماعية تعرف هي بدورها الاختلال والعجز عن القيام بالأدوار، وقد شهد المجتمع الغربي خلال القرن العشرين العديد من الأزمات التي عجزت الوظيفية المطلقة على تفسيرها، مما أدى إلى أزمة في النظرية كادت تعصف بها ولاسيما عندما تقدم تفسيراً لظاهرة التغير الاجتماعي.

ج- ميرتون وتجديد الوظيفية: إن النقاش الذي أثير حول المسلمات الثلاث التي تتمحور حولها وظيفية "مالينوفسكي"، انتهت بـ "روبرت كنغ ميرتون *R.K.Merton*" إلى تجاوز الوظيفية التقليدية وكذا الوظيفية المطلقة. وذلك بطرح أفكار ومفاهيم جديدة تتمتع بالمرونة والنسبية والعملية، ومن هذه المفاهيم التي أثرى بها "ميرتون" الوظيفية وأعطاهها نفساً جديداً، مفهوم "المعادل" *"L'équivalent"* ومفهوم "البديل" *"Le substitut"*.

إن القول بأن كل عنصر ثقافي ضروري للنسق ولا يمكن الاستغناء عنه لمجرد أنه موجود هو إنكار للمرونة التي يتمتع بها الإنسان، فالحاجات السيكلوجية وكذا الفيزيولوجية يمكن أن تشبع بطرق مختلفة أي عن طريق عناصر ثقافية مختلفة، كما أن تعدد الثقافات والاختلاف فيما بينها حول طرق إشباع الحاجات يبين هشاشة فرضية الضرورة، ويبين أنه بالإمكان إشباع الحاجة نفسها بطرق مختلفة. ولاستبدال مقولة الضرورة يقترح "ميرتون" هذه النظرية للتحليل الوظيفي: "إذا كان يمكن لعنصر واحد أن تكون له عدد من الوظائف، فإنه يمكن لوظيفة واحدة أن تؤدي عن طريق عناصر قابلة للتبادل فيما بينها"⁽¹⁰⁾.

إن هذا الطرح الذي أكدته الدراسات الانثربولوجية الحقلية، فتح المجال أمام "ميرتون" ليجعل من النزعة الوظيفية أكثر مرونة، حيث وضع مفهوم الخلل الوظيفي *"La dysfonction"* الذي يشير إلى الأداء غير المرغوب بحيث لا يسهم في إسناد النسق أو الحفاظ عليه، بل يخلق عقبات تحول دون التكيف.

وقد عمق "ميرتون" طرحه بشأن تجديد الوظيفية عندما عرض التمييز بين الوظائف التي يطلق عليها الوظائف البارزة، وهي تلك الوظائف المرغوبة التي تساهم في استمرار النسق، وهناك الوظائف الكامنة وهي تلك الوظائف التي تؤديها العناصر

الثقافية دون قصد، ولعلّ الوظائف الكامنة التي تؤدّيها العناصر الثقافية أهم بالنسبة للباحث السوسولوجي من تسليط الضوء على الوظائف البارزة أو الظاهرة لأنّها تكشف لنا عن الدوافع العميقة لسلوك البشر الذين يتخذون في حالات كثيرة من حياتهم ممّا هو ظاهر أقنعة لإخفاء دوافعهم وأهدافهم الحقيقية.

ورغم تعدّد آراء العلماء حول مفهوم الوظيفة، إلا أنّهم يجمعون فيما بينهم على بعض القضايا التي تشكل في جملتها الصياغة النظرية للوظيفة، وقد حصر "فان دنبرج" هذه المفاهيم في ستة قضايا هي:⁽¹¹⁾

1- النظرة الكلية للمجتمع باعتباره نسقا يحتوي على مجموعة من الأجزاء المتكاملة.
2- رغم أنّ التكامل لا يكون تاما على الإطلاق إلا أنّ الأنساق الاجتماعية تخضع لحالة من التوازن الديناميكي.

3- إنّ التوازن والانحرافات والقصور الوظيفي يمكن أن يقوم داخل النسق.

4- يحدث التغيير بصفة تدريجية تلاؤمية.

5- يأتي التغيير من مصادر ثلاثة تتمثل في تلاؤم النسق وتكيفه والنمو الناتج عن الاختلاف الوظيفي والتجديد والإبداع.

6- العامل الأساسي في خلق التكامل الاجتماعي يتمثل في الاتفاق على القيم.

وقد جاءت أهمية " النظرية الوظيفية للاتصال الجماهيري " ⁽¹²⁾ نظرا لاعتمادها على التحليلات النظرية من ناحية، وإجراء الدراسات الميدانية من ناحية أخرى، وذلك بهدف التعرف على الخصائص والسمات العامة لوسائل الاتصال الجماهيري ولا سيما بعد أن تزايدت أهمية هذه الوسائل وأصبحت تشكّل جزءا من نمط الحياة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية في كافة المجتمعات الحديثة وخاصة المجتمعات الغربية الرأسمالية الديمقراطية، تلك المجتمعات التي أصبحت تعيش مرحلة الرفاهية أو مرحلة مجتمعات ما بعد الصناعة نتيجة استخدامها لوسائل الاتصال والتكنولوجيا المعرفية والمعلوماتية المتقدمة وفي نفس الوقت اهتم الكثير من علماء البنائية الوظيفية لتحليل الدور الوظيفي لوسائل الاتصال الجماهيري وتشكيل الوعي الفردي والجمعي ونمو السلوك والشخصية والاتجاهات الطبقية والعنصرية ومفاهيم الحرية والديمقراطية والعدالة وغيرها في تشكيل عناصر الرأي العام في المجتمعات الغربية والنامية ⁽¹³⁾.

2- فرضيات الوظيفة:

يقول "ريمون بودون *R.Boudon*" أنّ التحليل الوظيفي " ينطلق من الفكرة البسيطة القائلة أنّ الوسيلة الفعالة لتفسير الظواهر والمؤسسات بشكل خاص والتقاليد والممارسات الاجتماعية إنّما هي في الانتباه للوظائف التي يملؤها أو الدور الذي يلعبه" (14) ، وهذا التحليل يقودنا إلى القضايا التي تنطلق منها الوظيفية وهي التسليم بأنّ المجتمع يمثل كلا مؤلفا من أجزاء مترابطة يؤدّي كل منها وظيفة معينة من أجل خدمة الكل.

وهكذا تنظر الوظيفية إلى المجتمع على أنّه عبارة عن نسق يتشكل من عناصر، وفي مسار تطور الفكر الوظيفي مال بعض الدارسين إلى التمييز بين الوظيفية كما تتجلى في كتابات "بارسونز" التي تؤكد على أهمية العناصر القيمية المشتركة، والوظيفية كما تتجلى في كتابات "كينجزلي دافيز" و "روبرت ميرتون" والتي تحرص على إظهار دور المعوقات الوظيفية وعدم المبالغة في تأكيد الطابع التكامل للانسق الاجتماعي (15).

غير أنّ المسار الذي قاد فيه "ميرتون" الوظيفية هو الذي أعطى لهذا البراديغم نفسا جديدا، حيث عدّل من مسار الوظيفية التقليدية وكذا المطلقة وقدّم أوضح بيان حول فرضيات هذا البراديغم عام 1957، ويقول "ديفليمر": "لقد راجع "ميرتون" كل النماذج الموجودة ودمجها جميعا في بيان مختصر، لكنّه محكم وبارع".

ورغم أنّ "ميرتون" نفسه كانت لديه انتقادات خطيرة وجادة لهذا التوجه الكلاسيكي إلا أنّه قام بتلخيص هذه المسلّمات الخاصة بالعملية البنائية لطبيعة المجتمع كما يلي:

- 1- أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة، وأنّه تنظيم للأنشطة المترابطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.
- 2- مثل هذا المجتمع يميل بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي، وإذا حدث أي نوع من التنافر داخله، فإنّ قوى معينة سوف تنشط من أجل استعادة التوازن.
- 3- جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع تساهم بعض الشيء في استقراره وبمعنى آخر، فإنّ كل النماذج القائمة تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.

4- بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده، أي أنّ هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبي الحاجات الملحة للنظام، وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش⁽¹⁶⁾.

وإذا طبّقنا الافتراضات السابقة على الاتصال الجماهيري، نلاحظ أنّ وسائل الإعلام تقوم بأنشطة متكررة ومتماثلة في النظام الاجتماعي وتساهم في تحقيق التوازن الاجتماعي لهذا المجتمع، وبمعنى آخر ترتب عليها نتائج بالنسبة للمجتمع ككل.

وهكذا يمكن القول بأنّ وسائل الإعلام تعدّ من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي ولا يستطيع المجتمع المعاصر بالشكل الذي نعرفه أن يستمر دون هذه الوسائل⁽¹⁷⁾.

وبالتالي فإنّ الوظيفية تنظر إلى وسائل الإعلام كمنظومة تسند وتدعم المنظومات الأخرى التي تستقطب الأنشطة داخل المجتمع، حيث يمكن توزيعها أو تصنيفها إلى ثلاثة أنشطة أساسية هي: المنظومة الإعلامية والمنظومة الاقتصادية والمنظومة السياسية.

3- وظائف وسائل الإعلام في المجتمع:

اهتم الباحثون في الاتصال من ذوي النزعة الوظيفية في منتصف القرن العشرين على تحليل الظواهر الناجمة عن انتشار وسائل الإعلام وتأثيرها على الأفراد، وقد رافق هذه الظواهر الاجتماعية غير المسبوقة تغيير في مناحي الحياة منها ظهور مجتمع جديد هو المجتمع الجماهيري والذي تسيطر عليه الروح الفردية، وهو نفسه مجتمع استهلاكي له قدرة غير مسبوقة على الاستهلاك والإنفاق والتمتع بالحياة في ضوء تغيير أساليب الإنتاج التي عرفت ثورات متلاحقة من الميكنة إلى الأتمتة إلى البرمجة.

إنّ هذه التغيرات الهائلة في العلاقات الاجتماعية وفي الاقتصاد، أثّرت على أساليب الاتصال حيث ازدادت أهمية ودور وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمع المعاصر.

وقد اهتم "ف. تونيز" *F. Tonnies* و"ريسمان" *Riesman* بتفسير تغيير شكل الاتصال مع تغيير نمط العلاقات الاجتماعية، وبالرغم من أنّ نظريتي "تونيز" و"ريسمان" من نوع النظريات الشاملة التي تطمح إلى تفسير تطور مسار المجتمع

وفق مراحل محددة وهو ما رفضته الوظيفة منذ "مالينوفسكي"، إلا أنّ هذه النظريات أعطت أهمية قصوى للاتصال، فتونيز لم يبحث عن مبدأ التمييز خارج النظم وبعيدا عن تأثير العوامل الخارجية، وإنّما بحث عنها في العلاقات التي يمكن أن تقوم بين الأفراد أي في الاتصال، ولهذا تميّز نظرية "تونيز" بين الجماعة المحلية والمجتمع، وتقوم هذه الثنائية على التمييز بين ما يسميه "الإرادة العضوية" وتتجسد في الجانب الغريزي والعاطفي الذي يعبر عن الالتزام التلقائي للفرد، ومن جهة أخرى فإنّ الإرادة العاقلة الناتجة عن الفكر المجرد والحسابي تميل إلى الأنانية والطموح، ونجد التعارض التقليدي بين القلب والعقل في هذا التمييز بين الإرادة العضوية القريبة من الحياة، والإرادة العاقلة التي تحرص على تحقيق المصالح، وفي رأي "تونيز" فإنّ نوع الإرادة يحدد نوع العلاقة بين الأفراد.

وتناسب الإرادة العضوية الجماعة المحلية التي تقوم الروابط فيها على الدم والمكان، وتعود إلى اقتصاد يقوم على التضامن وهو قريب من الاقتصاد المنزلي، أمّا الإرادة العاقلة فتناسب المجتمع الذي هو عبارة عن حشد من الأفراد تربطهم علاقات تقوم على المنافع والمصالح وأساس هذا المجتمع هو التناسب الرياضي بين الوسائل والغايات.

في هذا المجتمع كما هو الحال في الرأسمالية، فإنّ روح الحساب والسيطرة تجعل من كل فرد يعمل لحسابه ويجعل الأفراد وحدات قابلة للتبادل فيما بينها، وهكذا فإنّ القواعد التي تحكم الجماعة المحلية هي المكانة والتملك، بينما القواعد التي تحكم المجتمع هي التعاقد والملكية، وفي المجتمع الحضري حيث تسيطر علاقات المصلحة التي تحدّث عنها "تونيز" تبدو الحاجة ماسة إلى الصحافة حيث تساعدهم على اتخاذ القرار المناسب.

أمّا عند "ريسمان" فإنّ الإنسانية عرفت مرحلتين اثنتين قبل العصر الحالي الذي يعلن الدخول في مرحلة ثالثة، والعصران هما: عصر المجتمع القديم، وعصر الفردية⁽¹⁸⁾، وتمثّل المرحلة الأولى في تاريخ البشرية ما يعرف عند الأنثروبولوجيين بالمجتمعات البائدة، ولا تزال بعض من سمات تلك المجتمعات فيما يعرف بالعالم الثالث حيث يسود اقتصاد الندرة، ففي هذه المرحلة كانت نسبة المواليد مرتفعة وفي الوقت نفسه كانت نسبة الوفيات مرتفعة أيضا، وهو ما يبقى على التوازن بين الموارد المحدودة وكثافة السكان، وخلال هذه المرحلة كانت علاقة الفرد بالمجتمع

تتحكم بها التقاليد، ويقول "ريسمان" أنّ الأفراد تحددهم التقاليد "*Déterminations Traditionnal*".

إنّ طريقة عيش الفرد في هذا الشكل من الحياة يشبه ما كان "برغسون" يطلق عليه "المجتمع المغلق" حيث يخضع الفرد إلى عدد من القواعد البسيطة نسبيا لكنه لا يفكر في وضعها موضع تساؤل، وحسب "ريسمان" فإنّ قوة التقاليد في المجتمعات القديمة له علاقة بالاستقرار النسبي بين السكان والمجال الذي يعيشون فيه.

أمّا المرحلة الثانية التي تحدث عنها "ريسمان" في مرحلة يكون فيها الأفراد محدّدون من الداخل "*Introditerminés*" فهي المرحلة التي تضمّ التراكمات التي حصلت بفعل حركة النهضة والإصلاحات والثورة الصناعية بالإضافة إلى الثورات السياسية، وخلال هذه المرحلة يقول "ريسمان" أنّ في مرحلة الفردية حصل تغيير في التوازن الديموغرافي حيث ظلّت نسبة المواليد مرتفعة مع ارتفاع في معدل الأعمار بفضل تحسن الصحة، وفي مقابل هذه المتطلبات الجديدة التي تؤدي إلى الاختلال في التوازن بين الحاجات والموارد المتاحة، سمح التطور التقني بإشباع الحاجات المتزايدة والتغلب على الندرة⁽¹⁹⁾.

إنّ أسلوب التربية في هذه المرحلة لا يتطلب الأسلوب المحافظ والصارم في محيط يتغير، بل يتطلب المرونة لجعل المواطنين قادرين على التكيف مع أوضاع متجددة تقدّم إمكانيات متنوعة للاختيار، فالثقافة في هذه المرحلة تعمل على تعزيز الروح الفردية حيث لا تقدّم التربية إلا خطوطا عريضة للسلوك، الأمر الذي يترك المجال مفتوحا أمام الفرد للاختيار.

أمّا المرحلة الثالثة فهي المرحلة الأهم عند "ريسمان" لأنّ الأمر يتعلق بالنسق الاجتماعي الذي يأخذ شكلا مختلفا عن الذي سبقه، ويتجلى ذلك في أنّ الفرد الذي كان "محددا من الداخل" يصبح "محددا من الخارج" في المجتمعات الأكثر تصنيعا وخاصة في المناطق الحضرية الكبيرة التي يمكن القول أنّها تعكس المرحلة الثالثة التي يعتبر الانتقال إليها ثورة للعبور من مرحلة الإنتاج إلى مرحلة الاستهلاك.

ويقول "ريسمان" أنّ الإنسان المحدد من الخارج هو في علاقة دائمة مع الآخرين فالآليات التي تتحكم في سلوكياته لا تعمل وفق آلة تحديد الاتجاه "*Gyroscope*" ولكنها تعمل وفق الرادار الحساس للمثيرات الخارجية التي تحركها

أدوات الاتصال الجماهيري، فإلى جانب جماعات الأصدقاء تلعب وسائل الاتصال الجماهيري في إحكام الضغط الذي تمارسه المدرسة والأسرة على الفرد لتنشئته على نحو معين.

إنّ الأهداف التي يحددها الفرد لنفسه في هذه المرحلة تتشكل وتتلون بحسب هذه المثبرات أي وسائل الإعلام الجماهيري⁽²⁰⁾، فالفرد المحدد من الخارج له مع غيره عناصر مشتركة وهو أنّ موقف الفرد موجه من طرف الأشخاص الذين يعرفهم بشكل مباشر أو أولئك الذين لا يعرفهم بشكل مباشر وهي وسائل الاتصال. ويقول "ريسمان" أنّ الفرد المحدد من الخارج في حاجة إلى رضا الآخرين وموافقته ولهذا السبب يغرق في الحشد، فهذا النوع من الأفراد يتمسك بسمعته وينساق وراء الموضة ويسعى لأن يكون متجانسا مع الآخرين، وهو ما يريده المجتمع الاستهلاكي حيث يسهل التأثير على توجيه الجمهور من خلال وسائل الإعلام⁽²¹⁾. ورغم أنّ نظريتي "تونيز" و"ريسمان" تصنّفان في سياق النظريات الشاملة والتطورية التي تزعم القدرة على تفسير مسار التاريخ وهو ما يرفضه الوظيفيون. إلا أنّهما يبرزان دور وسائل الإعلام في المجتمع المعاصر، حيث أنّها تساعد الأفراد على الاختيار وعلى تشكيل آرائهم وخلق قناعات لديهم، غير أنّ هناك عددا من الباحثين في ميدان الاتصال عمقوا البحث في دور وسائل الاتصال بعد ذلك، ومن أبرز هؤلاء: "هارولد لاسويل"، و"لازارس فيلد" و"ميرتون" و"ماكويل" و"ليزيمولر، و"صامويل بيكر".

* تصنيف لاسويل لوظائف وسائل الإعلام:

يرى "هارولد لاسويل" أنّ وسائل الإعلام تؤدي ثلاث وظائف بغض النظر عن المجتمع الذي توجد فيه وهذه الوظائف هي:⁽²²⁾

أ- مراقبة البيئة وتقديم إنذارات حول المخاطر والتهديدات الوشيكة على نظام قيم الجماعة وأقسامها وذلك بتجميع المعلومات وتوزيعها، وتساعد هاتان العمليتان على اتخاذ القرارات الصائبة والملائمة.

ب- ربط أقسام المجتمع وفق متطلبات البيئة، فعندما تقوم وسائل الإعلام بجمع المعلومات من مختلف أجزاء مجتمع معين وتعمل على بناء أفكار حول مواضيع تشغل الناس فإنّ ذلك يؤدّي إلى تشكيل رأي عام، ودون ذلك كما هو في المجتمعات الديمقراطية، يتعدّر على الحكومات القيام بمهامها إذ أنّها تضبط نشاطها بحسب

اتجاه الرأي العام لضمان الحصول على الثقة مجددا عندما تحين الاستحقاقات الانتخابية.

ج- نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى آخر، فمنذ أقدم العصور كانت مهمة نقل التراث الثقافي على عاتق الأسرة، لكنّها مع ظهور وسائل الاتصال الجماهيري انتقل جزء من هذه المسؤولية إلى وسائل الإعلام حيث أنّها تحولت إلى مؤسسة مهمة تقوم بوظيفة التنشئة الاجتماعية.

وقد أضاف "تشارلز رايت" إلى نموذج "لاسويل" معاني ومفاهيم جديدة، إذ يشير إلى وجود مهام ظاهرة أو مقصودة ومهام خفية أو غير مقصودة لكلّ مادة إعلامية يتم نقلها بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري وأنّ أي اتصال له إيجابياته وسلبياته على النظام الاجتماعي الذي يحدث في إطاره، وكذا على الجماعات والأفراد والنظم الثقافية⁽²³⁾.

* تصنيف "لازارسفيد وميرتون" لوظائف وسائل الإعلام:

يعدّ "لازارسفيد" و"ميرتون" من علماء الاجتماع الذين تصدوا لفكرة المجتمع الجماهيري، حيث سعيا إلى التأكيد أنّ المجتمع لم يمت وأنه لا يزال يؤثر على سلوك الفرد، وبدورهما حدّد "لازارسفيد" و"ميرتون" ثلاث وظائف لوسائل الإعلام في المجتمع هي:⁽²⁴⁾

أ- تبادل الآراء: قبل ظهور وسائل الاتصال الجماهيري كانت النوادي تشكّل مجالا للتشاور، إلا أنه مع تعقّد الحياة الاجتماعية وظهور المدن الكبرى حلت وسائل الاتصال الجماهيري محل النوادي بخلق إطار جديد وفضاء واسع للتشاور بين شرائح اجتماعية واسعة.

ب- تدعيم المعايير: إنّ وسائل الإعلام أصبحت هي الحامي للمعايير في المجتمع المعاصر، حيث تمارس الرقابة على المؤسسات والشخصيات العمومية وبذلك تجعل النشاط شفاف أمام الرأي العام، وأي خروج عن المعايير الاجتماعية التي يتم تداولها من طرف وسائل الإعلام يؤدّي إلى توتر ينتهي بالتغيير.

ج- الخلل الوظيفي: نبّه "لازارسفيد" و"ميرتون" إلى أنّ وسائل الإعلام يمكن أن تسبّب خللا وظيفيا، أي أنّها تحدث أثارا غير مرغوبة، ولعلّ أهم ما أوضحه هو ما أسماه "بالتخدير"، فقد كان هناك اعتقاد بأنّ ضخ المعلومات بكميات كبيرة يؤدّي إلى تعبئة الرأي العام على نحو فعال، إلا أنّ "لازارسفيد" و"ميرتون" أكدا أنّ

تقديم جرعات كبيرة من الإعلام إلى الجمهور يؤدي إلى مواقف سلبية أو ما أطلق عليه " اللامبالاة " وهكذا تخرج وسائل الإعلام عن دورها، فبدل من أن توظف الرأي العام فإنها تؤدي إلى نتائج عكسية وهي "التخدير"⁽²⁵⁾.

*** تصنيف " دونيس ماكويل " لوظائف وسائل الإعلام:**

قدّم "دونيس ماكويل" بدوره تصنيفا للوظائف الأساسية لوسائل الإعلام في المجتمع على النحو الآتي:⁽²⁶⁾

أ- **الإعلام:** وهذه الوظيفة أصبحت أساسية في وسائل الإعلام، حيث أنّ نقل المعلومات حول ما يجري في البيئة المحيطة بالإنسان هي مسألة حيوية لكونها تساعد على التكيف بل والسيطرة على البيئة، ويقصد بها جمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والوطنية والدولية والتصرف اتجاهها على علم ومعرفة والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات السليمة⁽²⁷⁾.

ب- **تحقيق التماسك الاجتماعي:** إنّ هذه الوظيفة وفق "ماكويل" تنتج عن تجاوز وظيفة تقديم المعلومات حول ما يجري، إلى تقديم تفسيرات وتحاليل تدعم تشكيل رأي عام حول فكرة معينة وبذلك تعزز وسائل الإعلام الروابط بين أفراد المجتمع.

ج- **تحقيق التواصل الاجتماعي:** إنّ وسائل الإعلام هي الناقل للثقافة الكلية للمجتمع أو الثقافات الفرعية التي تتشكل منها وبالتالي فإنها الأمين على نشر القيم الاجتماعية، وبذلك فإنها تعمل على تعزيز ما يربط أفراد المجتمع بعضهم إلى بعض وكذا التواصل بين الأجيال، وهي بذلك تسهم في عملية التنشئة الاجتماعية.

د- **الترفيه:** هذه الوظيفة بدأت تزداد بروزا أكثر عبر وسائل الإعلام حيث أصبح هناك ميل أكبر لهذه الأركان التي تهدف إلى تخفيف التوتر في مجتمع يعاني من ضغط الحياة اليومية وقد أصبح هذا اللون من الإعلام يملأ مساحات كبيرة من الجرائد والمجلات ومن برامج الإذاعة والتلفزيون التي تنتج اليوم في العالم باعتبارها مواد إعلامية ترويحية⁽²⁸⁾.

هـ- **التعبئة:** يرى ماكويل أنّ وسائل الإعلام هي من أهم أدوات حشد الرأي العام خلال الأزمات التي يمر بها المجتمع حيث أنها تتحول إلى فضاء للنقاش مما يسمح بصياغة الأفكار ويساعد على اتخاذ أفضل القرارات للخروج من الأزمات.

* كما صاغ "ليزلي مولر" و"صمويل بيكر" تصنيفا حددا فيه دور وسائل الإعلام في المجتمع، وتصنيف "مولر" يثري التصنيف الذي قدّمه "ماكويل" حيث أضاف ثلاث وظائف أساسية وهي:

أ- التسويق: إنّ وسائل الإعلام تلعب دورا حاسما في الترويج للسلع، حيث أنّها تحثّ المستهلك على الإقبال على السلع من خلال الإعلان.

ب- قيادة التغيير في المجتمع: تقود وسائل الإعلام المبادرات إلى التغيير، وذلك بنشر الأفكار المستحدثة ودفع المجتمع إلى تقبلها من خلال عمليات الإقناع التي تقوم بها، وعلى المستوى السياسي فإنّ حشد الرأي العام حول تغيير الحكومات يتم عبر وسائل الإعلام.

ج- خلق المثل الاجتماعية: تعمل وسائل الإعلام على تسليط الضوء أكثر على قادة الرأي في المجتمع وكذا على النجوم الذين حققوا نجاحا في ميادين مختلفة، وذلك بتقديم النموذج الايجابي في الشؤون العامة والأدب والثقافة والفنون⁽²⁹⁾.

أمّا "صمويل بيكر" فيرى أنّ الكثير مما وصفه "لاسويل" و"لازارسفيدل" و"ميرتون" وغيرهم بشأن وظائف وسائل الإعلام في المجتمع يمكن اعتباره عنوانا فرعيا من الفئة العامة وهي "خدمة النظام السياسي"، فوسائل الإعلام تخدم النظام السياسي بطرق كثيرة ومختلفة بعضها مباشر وبعضها غير مباشر، ففي المجتمعات الكبيرة والمركّبة مثل المجتمع الأمريكي لا يستطيع القادة الاتصال بالناس دون استخدام وسائل الإعلام، كذلك لا يستطيع المرشح السياسي الحصول على أكبر عدد من الأصوات الانتخابية دون استخدام وسائل الإعلام، كما أنّ المواطن العادي لن يستطيع التعرف على القرارات الحكومية والتشريعات والقادة والأوضاع السياسية والاقتصادية الداخلية والخارجية دون استخدام وسائل الإعلام.

ومن جهته رصد "صمويل بيكر" دور وسائل الإعلام في خدمة النظام السياسي من خلال ثلاث وظائف أساسية هي:

أ- تسهيل التماسك الاجتماعي من خلال تقديم أساس للمعرفة المشتركة وتشكيل رأي عام.

ب- تفسير المجتمع لنفسه، وذلك من خلال نشر الثقافة الجماهيرية كالأفلام والمسلسلات والأغاني، حيث أنّها تعكس وتعبّر عن قيم المجتمع الذي تنتج فيه.

ج- دمج السكان الجدد في المجتمع، ولعلّ هذه الوظيفة تخص المجتمعات التي تستقطب الهجرة كالولايات المتحدة الأمريكية ودول الإتحاد الأوروبي، حيث أنّ المهاجرين يعيشون هناك في "غيتوهات" مغلقة وأنّ حلّ مشكل إدماجهم يحتاج إلى دور نشيط لوسائل الإعلام لزيادة احتكاك الجماهير بعضهم ببعض الآخر، وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد⁽³⁰⁾.

ورغم أنّ "صمويل بيكر" صاغ تصنيفه بعد نقد الذين سبقوه، إلا أنّه إجمالاً يمكن القول أنّه لا توجد فروق جوهرية بين كلّ التصنيفات التي عرضناها، إذ أنّ جميعها تشير بطريقة أو بأخرى إلى ثلاثة أبعاد هي: التنشئة الاجتماعية، دعم الاقتصاد، وممارسة الرقابة على المؤسسات السياسية، وإذا كان المنظرّون في الإعلام والاتصال ولاسيما الوظيفيون منهم قد اهتموا بتحديد وظائف وسائل الإعلام في المجتمع فإنّه توجد هناك خصوصيات لكل وسيلة من وسائل الإعلام.

أما بالنسبة للصحافة المكتوبة، فإنّ الوظائف التي تؤدّيها هذه الوسيلة تتميز بأنّها أكثر تحديداً، وقد حاول "بيير ألبير" "*Pierre Albert*" تحليل وظائف الصحف التي تقدّم للجمهور خدمات متعددة ومتكاملة ومتداخلة إلى درجة كبيرة، ويقول "بيير ألبير": "إنّنا لا نقرأ جريدة للاستمتاع أو من أجل طلب المعلومات، إنّنا نستمتع ونستعلم ونحن نقرأ"⁽³¹⁾ وفي ذلك إشارة على تداخل الوظائف، وحسب "بيير ألبير" فإنّ الصحف تؤدّي عدّة وظائف لقراءها أهمها الإعلام، وهذه الوظيفة لا تنحصر في نقل المعلومات وتفسيرها والتعليق عليها، حيث أنّها متفاوتة من حيث الأبعاد وحجم التأثير المتوقع في المجتمع.

وتقديم الصحافة للأخبار بهدف إعلام الجمهور تشوبه الكثير من الشوائب ويثار الجدل حول موضوعيته، لأنّ الأخبار التي تقدّم ليست هي الأخبار الممكنة وإنّما هي الأخبار المنتقاة من طرف الصحفيين، ومن هنا يقع التضليل والتلاعب بالعقول "*Manipulation La*" ومع ذلك فما ينشر في الجرائد يحفظ ويتحول بالتقادم إلى مادة خصبة لكتابة التاريخ. فالصحافة تنقل الأحداث التي تقع أكثر من أي وسيلة أخرى، ولذلك فالتوثيق يشكّل وظيفة فرعية لوظيفة الإعلام ولا يتجلى الحرص عليها عندما تسعى الصحف لنشر الأخبار على صفحاتها وإنّما تظهر أهميتها لاحقاً أي بعد سنوات، وفي هذا الشأن يقول "بيير ألبير": "إنّ الصحافة أصبحت أكثر فأكثر وسيلة مرجعية وثائقية"⁽³²⁾.

كما أنّ الصحافة تقدم لقراءها مادة موسوعية حيث أنّ الصحف ولاسيما العامة منها يتميز محتواها بالبساطة والسهولة من حيث اللّغة وكذا المادة الإعلامية نفسها التي تستهدف جمهوراً غير متجانس من حيث الاهتمامات والمستوى الثقافي وبساطة الأسلوب، وتقديم الأفكار العامة دون التعمق والذي يعكس طبيعة الثقافة الجماهيرية التي تكلف القارئ جهداً مادياً ومعنوياً أقل من ذلك الذي تكلفه الكتب التي تتأخر تأثيراتها الجماهيرية بسبب الوقت الذي تتطلبه القراءة⁽³³⁾ ولذلك فإنّ عدد الذين يحتكون بالصحف أكثر بكثير من أولئك الذين يحتكون بالكتب، فضلاً عن كون الصحف تقدّم آخر ما استجد من معلومات حتى يتمكن الجمهور من تكوين الرأي السليم بالنسبة لمختلف المسائل العامة⁽³⁴⁾

وهناك وظيفة أخرى تقدّمها الصحف لقراءها وهي "مساعدة القراء على ضبط أجندتهم"⁽³⁵⁾ فالصحف تقدّم الكثير من النصائح لجمهورها، حيث تيسر عليهم الحياة اليومية في مجتمع تعقدت فيه الحياة وسادت فيه الروح الفردية لاسيما في المدن الكبيرة، وهذه الأجندة التي تيسر الحياة اليومية تظهر على شكل أركان وزوايا مثل برامج المشاهد، أرصاد جوية، أبراج، مواقيت الصلاة وكذلك الإعلانات الصغيرة والمبوبة، ويعتبر "بيير ألبير" وظيفة التسلية من أهم الوظائف التي تقدمها الصحف لقراءها حيث يقول: "إنّ دراسة حول جمهور الجرائد الجهوية الخمس عشر الكبيرة في فرنسا بيّنت أنّ 90% من القراء يعتبرون أنّ القراءة لهذه اليوميّات هي مناسبة للاسترخاء ليس فقط عن طريق أركان الألعاب أو القراءات الرومانسية (الروايات، المسلسلات، الأشرطة المرسومة، الاستطلاعات، قصص عاطفية...) ولكن أيضاً عن طريق المقالات بل والقصص التي تروي الحوادث، وبالتالي تسعى الصحافة بصورة مباشرة لتسلية قارئها"⁽³⁶⁾

وزيادة على هذه الوظائف التي ذكرها: "بيير ألبير" أضاف "جون ستويتزل"⁽³⁷⁾ *Jean stoetzel* وظيفة أخرى للصحافة المكتوبة وهي الوظيفة النفسية العلاجية⁽³⁷⁾، حيث أنّ القراءة بصورة منتظمة للصحف تساعد الأفراد على التنفيس عن المكبوتات، كما أنّ الصحافة تساعد الفرد على الاندماج في النظام الاجتماعي. وبشكل عام فإنّ القراءة هي ضرب من الحوار مع العالم، وبالتالي فإنّها تساعد الأفراد على الخروج من العزلة وتدفعهم للمشاركة في مختلف الأنشطة الاجتماعية.

4- وضع الأجندة كنموذج لتطبيق الوظيفية في وسائل الإعلام:

إنّ نشر وتوزيع المادة الإعلامية على صفحات الجريدة يتم ويجري بأسلوب ممنهج ومقصود، حيث أنّ هناك خطة تضبط في هيئات التحرير لإبراز مادة إعلامية معينة على حساب مادة أخرى والحقيقة أنّ عوامل الإبراز متنوعة، فالصحيفة تتشكل من صفحات تتباين في درجة الأهمية بحسب طريقة العرض التي تجعلها قابلة للقراءة، ولا توجد صحيفة تحدد المادة الإعلامية لديها على قاعدة المساواة في الأهمية بين الأخبار مما هو مألوف من قواعد العمل داخل المؤسسات الإعلامية وهو وجود تنظيم مسبق لعرض المادة الإعلامية.

هذه العملية التي يمكن أن نقول أنّه يلتبس فيها هدف الإعلام والتنوير بهدف التضييل، تسمى "نظرية ترتيب الأولويات" أو "الأجندة-وظيفة" *Agenda setting* وتحليلنا لهذه العملية سيقودنا بالتأكيد إلى طرح أسئلة مثل:

1- هل وسائل الإعلام تساعد الجمهور على إدراك المعلومات المهمة أم أنّها تتآمر عليه وتسعى لتضليله ؟

2- هل أنّ حرية تدفق المعلومات مجرد وهم ؟

3- هل يعتبر عرض المادة الإعلامية بالكيفية التي تعرض بها في قوالب معينة هو محصلة لحلّ وسط بين عدة أطراف تؤثر في إنتاج المعلومة وتسويقها ؟

وتُشكّل هذه الأسئلة محور اهتمام الباحثين في ميدان الاتصال انطلاقاً من مرحلة الستينات، والحقيقة أنّ الاهتمام بمسألة "ترتيب الأولويات" أو "الأجندة" في وسائل الإعلام أعاد من جديد إحياء فكرة سابقة حول قوة وسائل الإعلام وسلطتها على الجمهور، ومن هذا المنطلق تكتسب وسائل الإعلام الحديثة أهمية كبرى في التأثير على الجماهير من خلال قدرتها على صياغة العالم الذين يعيشون فيه وتشكيله⁽³⁸⁾.

ويرى "كوهين" *Cohen* "حسب هذه النظرية أنّ وسائل الإعلام لا تنجح دائماً في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون "الاتجاهات" ولكنها تنجح دائماً في إبلاغهم عمّا يجب أن يفكروا فيه "المعلومات".

وقد دعم كل من "لانج" و"لانج" هذا الانطباع من خلال تقريرهما اللذان يشيران فيه إلى أنّ: "وسائل الإعلام هي التي توجّه الاهتمام نحو قضايا معينة فهي التي تطرح الموضوعات، وتقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد باعتبارهم أعضاء في

الحشد، وما الذي ينبغي أن يشعروا به"، ويؤكد عالما السياسة "كوب" و "إلدر" على أهمية وضع الأولويات في تحديد القضايا التي يتم الاختيار من بينها والتي تلعب دورا مهما في وضع تلك الأولويات للناس⁽³⁹⁾.

وقد وضع "ماكويل إي ماكومبس" و "دونالد شاو" في أواخر الستينات الافتراض الأساسي للنظرية في شكل يمكن من إجراء الأبحاث عليه، وأصبحت هذه النظرية هي النظرية الرئيسية للدراسات على نطاق أخبار حملة الانتخابات الرئاسية لسنة 1968 وكيف كان الناس يرون أهمية الموضوعات المثارة، وتم إعداد تحليل مضمون لكيفية تقديم التلفزيون والصحف والمجلات للأخبار السياسية عن المرشحين، والموضوعات التي يناقشونها طوال فترة زمنية معينة، وتم إجراء استقصاء صغير لتقييم معتقدات الذين استجابوا للبحث حول الأهمية التباينية للموضوعات المثارة والتي عالجتها وسائل الإعلام، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك توافقا كبيرا بين كمية الانتباه لموضوع معين في الصحافة، ومستوى الأهمية التي يولها الناس لهذا الموضوع في مجتمعهم بعد أن تعرضوا لوسائل الإعلام⁽⁴⁰⁾.

والواقع أن هذه الدراسة وكذا الدراسات التي جاءت بعدها تمحورت حول اختبار فرضية رئيسية مؤداها "الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الإعلامية" أي وجود ارتباط إيجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور، مما يشير إلى دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسائل لهذه القضايا والموضوعات⁽⁴¹⁾.

والحقيقة أن ازدياد الاهتمام بموضوع أجندة وسائل الإعلام أدى إلى اتخاذ هذه الدراسات مسارات تحدّد زوايا مختلفة لمواضيع تبين أتمها على درجة من التعقيد، وقد صنّف "ماكومبس" بحوث الأجندة إلى ثلاثة أشكال:

- 1- الدراسة الأصلية "Chapel Hill" التي اختبرت الفرض الأساسي الخاص بأن نموذج التغطية الإخبارية يؤثر في إدراك الجمهور لأهمية القضايا اليومية.
- 2- الدراسات الخاصة بالأدوار المقارنة للصحف والتلفزيون والمصطلحات النفسية مثل الحاجة إلى التكيف، واتفاق الاتصال الشخصي مع عملية الاتصال الجماهيري، ومثل هذه الأعمال قدّمها كتاب "The Emergence of America"، الذي اختبر الفرض الرئيسي للأجندة.

3- الشكل الثالث وهو الذي اهتم بالكشف عن صور المرشحين واهتماماتهم السياسية كبديل للأجندة⁽⁴²⁾.

وبحلول الثمانينات انتقلت البحوث بالأجندة الإخبارية من متغير مستقل إلى متغير تابع، واستبدلت السؤال: "من يضع أجندة الجمهور؟" بالسؤال "من يضع الأجندة الإخبارية؟".

إنّ هذا التحول في بحوث الأجندة يبيّن الأبعاد المعقدة التي اتخذتها البحوث حول هذا الموضوع الذي يندرج تصنيفه تحت بند الدراسات المتعلقة بالتأثير، غير أنّ انتقال التركيز في البحث نحو "من يضع الأجندة الإخبارية؟"، يحيلنا على موضوع آخر للبحث وهو: "حارس البوابة" الذي استعمل لأول مرة من قبل عالم النفس النمساوي "كيرت ليوين" *"Kurt Lewin"* والذي استعمله للدلالة على الأشخاص أو جماعات من الأشخاص الذين يتحكمون في "سير المواد الإخبارية في قناة الاتصال"⁽⁴³⁾.

وقد أشار "ليوين" إلى أنّ فهم وظيفة "البوابة" يعنى فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة⁽⁴⁴⁾.

وهكذا فإنّه من المهم أن نعرف أنّ هناك ثلاث وظائف لحارس البوابة:

- 1- تحديد المعلومات التي نتلقاها عن طريق تحرير هذه المعلومات قبل بثّها إلينا.
- 2- زيادة كميّة المعلومات التي نتلقاها عن طريق توسيع بيئتنا الإعلامية.
- 3- إعادة ترتيب أو إعادة تفسير المعلومات⁽⁴⁵⁾.

وتعتبر دراسات "ليوين" من أفضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال، حيث يرى أنّه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط "بوابات" يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وكلّما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدّة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات⁽⁴⁶⁾ وميزة هذه المجموعات هي أنّها تسمح بالتفاعل بينها، فالاتصال الشخصي بين أعضاء المجموعة يؤدّي إلى دقة أكبر، ويرجع ذلك ببساطة إلى إمكانية مناقشة ومراجعة المعلومات قبل نشرها للجمهور، إذ يقوم كل عضو من أعضاء المجموعة بتوضيح وتغيير وإعادة كتابة الرسالة.

ويمكن تقسيم العوامل التي تؤثر على عمل "حارس البوابة" إلى أربعة عوامل أساسية هي:

- 1- معايير المجتمع وقيمه وتقاليده.
- 2- معايير ذاتية تشمل عوامل التنشئة الاجتماعية، التعليم، الاتجاهات، الميول، الانتماءات، والجماعات المرجعية.
- 3- معايير مهنية تشمل سياسة الوسيلة الإعلامية ومصادر الأخبار المتاحة وعلاقات العمل وضغوطه.
- 4- معايير الجمهور⁽⁴⁷⁾.

لكن "حارس البوابة" الذي يعمل بهذه الكيفيات والصور المختلفة هل هو المسؤول الوحيد عن ضبط أجندة الأخبار؟

ظاهريا تبدو وسائل الإعلام أمام جمهورها وكأنها من يضبط الأجندة، غير أن الأمر أعقد من ذلك، فالمؤسسات الإعلامية لها علاقات وثيقة بالمؤسسات السياسية والمؤسسات الاقتصادية، حيث يجري في أغلب الأحيان تبني أجندات بعض من هذه المؤسسات دون الإفصاح عن ذلك، ولهذا توصف بعض المؤسسات الإعلامية بأنها قريبة من تيارات سياسية معينة في إشارة إلى إمكانية توحد في الأجندة بين المؤسسة الإعلامية وتلك التيارات السياسية والنزعة نحو السيطرة على وسائل الإعلام من طرف "احتكارات" وذلك يؤثر أيضا على أجندتها، كما أنها ستنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة⁽⁴⁸⁾.

ويحدث التركيز في البلدان الصناعية في اتجاهات متعددة:

- أ- امتداد ملكية وسائل الاتصال عن طريق المشاركة بين مالكي مؤسسات مختلفة للوسائل الجماهيرية وظهور مجمعات ضخمة تضم قطاعات متعددة.
- ب- زيادة حجم المشروعات الفردية في مجالات عديدة (إنتاج الأنباء، المنتجات الثقافية، إنتاج البرامج، صناعة أجهزة الاتصال).
- ج- تضخم سلاسل الصحف.
- د- التركيز في دار نشر واحدة ليس بالنسبة للصحف اليومية فحسب بل لمختلف الدوريات (يومية، أسبوعية، شهرية، صحف متخصصة أو دوريات للتسلية).
- و- السيطرة على الصحف بواسطة صناعات أو بنوك مختلفة.
- ز- دمج الصحف مع وسائل إعلام أخرى⁽⁴⁹⁾.

وهذا التحول في وسائل الإعلام بوجه عام يثير مخاوف لدى الناس حيث أنه يضر بالصحفيين وكذا الجمهور، ويجعل من فئة قليلة من أصحاب المال تهيمن وتسيطر على وسائل الإعلام، وبالتالي تخضع مضامينها للتوجيه بما يحد من تباين الآراء ومن مجال المناقشة ويشجع التشابه وقبول قيم الأقلية المسيطرة التي تعتبر عمل وسائل الإعلام مجرد جسر يؤدي بها إلى أعمال أخرى تحقق منها أرباحا أكثر في مجالات مختلفة⁽⁵⁰⁾ ومن هنا يمكن أن يكون تهديدا خطيرا للتنوع الفكري الذي يعدّ أمرا حيويا للديمقراطية⁽⁵¹⁾

إنّ ظاهرة التركيز في وسائل الإعلام التي أخذت تزداد، تضيف تعقيدات أخرى إلى موضوع الأجندة حيث أنّ السؤال: "من يضع الأجندة الإخبارية في وسائل الإعلام؟" يحتاج إلى النظر والتحليل في ثلاثة عناصر تعتبر فاعلة في الأجندة وهي:

- 1- القائم بالاتصال أو "حارس البوابة" هو الطرف الظاهر في ضبط الأجندة.
- 2- الجمهور - وهو الطرف المستهدف برسائل وسائل الإعلام - له أيضا أجندة مختلفة تحددها همومه اليومية.
- 4- القوى السياسية وكذا الاقتصادية الفاعلة والمؤثرة بطريقة غير مباشرة يمكن أن تتوحد أجندتها.

وإذا كان هناك جدل حول من يؤثر في وضع الأجندة الإخبارية فإنّ هناك جدل آخر أثير حول الوقت الذي يلزم لتقبّل الأجندة التي تعرضها وسائل الإعلام، ويجب أن نشير إلى أنّ هذه الفرضية تزعم أنّ الأحداث التي لا تتناولها وسائل الإعلام سيتم تناسيها بسرعة، وبعض الدراسات قدّرت مدّة إحداث الأثر بحوالي أربعة شهور، ولكن دراسة "جيبير ألدستون" و"ماكومبس" انتهت إلى أنّ الفترة المتاحة لينتقل التأثير من أجندة وسائل الإعلام إلى الجمهور تتراوح بين شهر وستة شهور، بينما وجد "وينتر" و"إيال" في الدراسة التي قارنا فيها بيانات استطلاعات "غالوب" لمدرجات الجمهور لأهمية الحقوق المدنية وتغطية جريدة "نيويورك تايمز" لهذه القضية من عام 1954 إلعام 1976 ، أنّ فترة من أربعة إلى ستة أسابيع كانت كافية لبناء علاقة بين أجندة الجريدة والجمهور حول موضوعات هذه القضية⁽⁵²⁾ ، وهكذا نلاحظ أنّ المدّة الضرورية لأحداث الأثر- أي تقبّل الجمهور لأجندة جديدة والتخلي عن أجندة قديمة - لا يزيد عن ستة أشهر، وهي الفترة التي تستغرقها الحملات في مجالي التسويق الاجتماعي والسياسي، غير أنّ الباحثين

"لانج" و"لانج" *G.E.Lang and K.Lang* ، يشيران ضمنا إلى أنّ انتقال الأثر يستغرق وقتا طويلا، إذ يريا أنّ بناء الأجندة يجري على ست مراحل:⁽⁵³⁾

- 1- تلقي الصحافة الضوء على بعض الأحداث وتجعلها بارزة.
- 2- تحتاج بعض القضايا إلى قدر أكبر من التغطية لتثير الاهتمام.
- 3- وضع القضايا أو الأحداث التي تثير الاهتمام في إطارها الذي يضيف عليها المعنى ويسهل فهمها وإدراكها.
- 4- اللّغة المستخدمة في وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر على مدركات الجمهور لأهمية القضية.
- 5- تقوم وسائل الإعلام بالربط بين الوقائع والأحداث التي أصبحت تثير الاهتمام، وبين بعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرف عليها على موقع الخريطة السياسية، فالناس تحتاج إلى أساس لاتخاذ جانب من القضية.
- 6- بناء الأجندة يتم بسرعة وبتزايد عندما يتحدّث بعض الأفراد الموثوق فيهم في قضية ما.

وتثير النقطة الأخيرة مسألة الثقة في القائم بالاتصال، وهي وثيقة الصلة بعوامل التجانس السوسولوجي بين القائم بالاتصال والجمهور المستهدف، فنحن نثق أكثر في الذين يشبهوننا في أشياء كثيرة منها الفئات العمرية، الانتماء إلى طبقات اجتماعية واحدة وإلى عقائد فكرية واحدة أي الإيديولوجية نفسها.

5- دورة الاهتمام أو الاستغراق في تطبيق الوظيفة في وسائل الإعلام:

شهدت السنوات الأولى من عقد السبعينات في القرن الماضي توجه الباحثين نحو المزيد من الدراسات الإعلامية التي مثلت إطارا تطبيقيا لاختبار افتراضات بعض الأطر النظرية الإعلامية التي لم تكن لها صياغات علمية مقننة ومحددة من قبل، ويبدو أنّ السؤال الذي ظل يطارد أذهان الباحثين في المجال الإعلامي تحدّد في رصد الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام وخاصة الصحف للقضايا المختلفة ورد فعل الجمهور اتجاه ذلك، فأصبح هذا السؤال الذي لا بد من البحث عن إجابة علمية له وهو: هل اهتمام وسائل الإعلام بمحتوى معين يؤدي إلى إثارة اهتمامات الجمهور بهذا المحتوى ؟

في عام 1972 قدم "Anthony Downs" صياغته لمفهوم "دورة الاهتمام بالقضايا" والذي اختبره إمبريقيا بالتطبيق على قضايا البيئة في دراسته

التي نشرت بدورية " *The Public Interest* " من العام نفسه، ويوضح كل من " *Mc Combs* " و " *Chow* " أنّ هذا المفهوم الذي قدمه " *Downs* " هو نموذج يبرز عملية الاهتمام العام بالقضايا والمشكلات المختلفة وتغطيتها عبر وسائل الإعلام مع الأخذ في الحسبان عنصر الوقت، ويؤكد " *Downs* " أنّ نشأة هذه النظرية انطلقت من ملاحظته ورصده لواقع الممارسة والجمهور في المجتمع الأمريكي فهو يرى أنّ " الاهتمام العام نادرا ما يظل مركزا على أي قضية داخلية لمدة طويلة حتى ولو كانت قضية مزمنة أو ذات أهمية كبيرة للمجتمع، فكل قضية تأخذ مكانتها في دائرة الشهرة ربما بشكل مفاجئ، وتظل على حالها هذا لفترة قصيرة خاصة إن لم يتم التوصل لحلّول بشأنها بحيث تفقد مكانتها تدريجيا من بؤرة ومركز الاهتمام العام، لأنّه يوما بعد يوم يتغير اهتمام الجمهور بالقضايا ⁽⁵⁴⁾.

وبناء على ذلك فقد وجه " *Downs* " الأنظار لدراسة الطبيعة الدورية للاهتمام العام بالقضايا، واقترح تقسيم دورة الاهتمام لكل قضية من هذه القضايا إعلاميا وجماهيريا إلى خمس مراحل، ويرى " *Downs* " أنّ جوهر دورة الاهتمام بالقضية يكمن في طبيعة المشكلات الداخلية وأسلوب وطريقة التفاعل بين أنماط الاتصال الجماهيري عبر وسائل الإعلام وبين الجمهور، وتتكون هذه الدورة من خمس مراحل تستغرق مدى زمني معين يعتمد على طبيعة وخصوصية القضية التي تتناولها ووسائل الإعلام ويحدث التتابع الزمني لهذه المراحل على النحو الآتي:

1- مرحلة ما قبل القضية (المشكلة): وتبدأ عندما توجد بعض الظروف الاجتماعية غير المرغوبة التي لم تستحوذ بعد على الاهتمام العام بصورة كبيرة برغم تخوف بعض الخبراء وجماعات المصالح من وجود هذه الظروف المرتبطة بتلك القضية، وعادة فإنّ الظروف الموضوعية في اعتبار القضية أو المشكلة ما تزال بعيدة عن دائرة اهتمام الجمهور العام وتتغير بمرور الوقت فيصبح هذا الجمهور فيما بعد أكثر اهتماما بتلك القضية أو المشكلة التي تكون موجودة لكنها لم تستحوذ بصورة كبيرة على اهتمام الجمهور، وهنا ينحصر دور وسائل الاتصال في توجيه نظر الجماهير إلى مثل تلك الأحداث.

2- الاكتشاف المفزع للقضية وتعظيم التحمس لمواجهتها: وكنيجة لحدوث سلسلة من الأحداث بصورة درامية أو لأسباب أخرى، يصبح الجمهور العام بصورة مفاجئة لديه توجس ووعي بالعواقب الوخيمة لقضية أو مشكلة ما، وهذا

الاكتشاف المفزع يصحبه حماس متعاطف حول قدرة المجتمع لحل هذه القضية والقيام بشيء فعال ومؤثر خلال فترة زمنية وجيزة.

3- مرحلة إدراك تكلفة حل القضية أو المشكلة وإحراز تقدم فعال بشأنها: يوجد خلال هذه المرحلة انتشار تدريجي لإدراك أنّ تكلفة حل القضية (المشكلة) تعد أمراً صعباً، فبالإضافة إلى كون ذلك يتطلب نفقات مالية باهظة فإنه يجب أيضاً بذل المزيد من التضحيات من جانب الجماعات ذات المكانة والنفوذ بين الجماهير، وبناء على ذلك يبدأ الناس في إدراك أنّ جزءاً كبيراً من المشكلة أو القضية إنما هو نتيجة لاتخاذ بعض التدابير الهادفة إلى تحقيق فوائد سواء على مستوى أشخاص بعينهم أو الملايين منهم، ويطلق بعض الباحثين مثل "*Neuman*" على هذه المرحلة تسمية "الاستقرار النسبي" التي عندما ينتشر خلالها تدريجياً إدراك صعوبة حل القضية يحدث فتور في الحماس لمواجهتها والتصدي لها، وينقسم الإدراك لأبعاد القضية إلى نوعين: إدراك المتخصصين، والإدراك الجماهيري، ومهمة وسائل الاتصال الترويج لضرورة الحل بصرف النظر عن التكاليف.

4- التناقص التدريجي في كثافة الاهتمام العام: ونلاحظ في هذه المرحلة أنّ الاهتمام بالقضية الذي حظيت به في المرحلة السابقة يبدأ في الانحسار، فتنضال كثافة اهتمام الجمهور بالقضية لأنّ المزيد والكثير من أفراد هذا الجمهور يدركون صعوبتها والتكلفة الكبيرة بالنسبة لهم فيما يتعلق بمواجهتها، وتراوح ردود أفعالهم حيالها بين ثلاثة أنماط: فبعضهم يشعر بعدم الشجاعة اللازمة، وآخرون يشعرون بالتهديد والخطورة إن فكروا فيها، بينما يرى الآخرون بأنهم يشعرون بالندم والضجر والملل، ومعظم الناس يشعرون بمزيج من هذه المشاعر ويترتب على ذلك تراجع اهتمام هؤلاء الأفراد بالقضية وبمرور الوقت تدخل قضايا أخرى المرحلة الثانية ضمن مراحل الاهتمام بها.

5- مرحلة ما بعد القضية أو المشكلة: وتمثل المرحلة الأخيرة في دورة اهتمام الأفراد بالقضية التي تخرج من بؤرة الاهتمام العام لتحل محلها قضية أخرى، وكنتيجة لهذا يصل معدل الاهتمام لأدنى مستوياته ويكاد يتلاشى أو يظهر بصورة متقطعة، وتعد هذه المرحلة مختلفة مع ما كانت عليه القضية (المشكلة) بالمرحلة الأولى من هذه الدورة، ورغم ذلك توجد مؤسسات وبرامج وسياسات وتدابير تساعد في حلها لأنّها تواصل الإصرار على مواجهتها حتى بعد انحسار الاهتمام العام بها.

وبالطبع ليست معظم القضايا تتمتع بسمعة البروز والشهرة على المستوى العام، فبعضها ربما ينال قدرا من الاهتمام على فترات زمنية متقطعة، وبعضها قد يعاود الجمهور الاهتمام بها مرة أخرى وبعضها قد يحظى بمثل هذا الاهتمام بسبب ارتباطه بقضايا ومشكلات أخرى أصبحت في دائرة الاهتمام الإعلامي⁽⁵⁵⁾.

*** معايير القضايا التي تمر بدورة الاهتمام:**

عقب صياغة "Downs" لافتراضات هذه النظرية قام بتحديد هذه المعايير من خلال الإجابة على السؤال المهم الذي طرحه بقوله: ما معايير المشكلات التي من المحتمل أن تمر بهذه الدورة من الاهتمام؟ ويمكن التأكيد على حقيقة مهمة وهي أنّ كثيرا من القضايا والمشكلات الاجتماعية لا تمر بهذه الدورة، وفي المقابل فإنّ مثيلاتها التي تستحوذ على الاهتمام من خلال المراحل الخمس المختلفة يجب أن تتوافر بها ثلاثة معايير كي تمر بتلك الدورة وهي:⁽⁵⁶⁾

1- ألا يعاني من أثارها غالبية الأفراد في المجتمع، أو بمعنى آخر أن يعاني منها أقلية أو بعض الأقليات، ويقصد بالأقلية هنا تلك الأقلية العديدة وليس بالضرورة أن تكون أقلية عرقية.

2- أن يكون سبب معاناتهم من أثار هذه القضايا والمشكلات اتخاذ بعض التدابير والترتيبات الاجتماعية التي تمثل فوائد للأغلبية.

3- أن تتصف القضية أو المشكلة بالإثارة، وأن لا تستغرق وقتا طويلا في تناولها وتغطيتها إعلاميا دون جديد.

ومن الجدير بالذكر أنّ أهمية أي قضية تتولد نتيجة الارتباط المباشر بين تلك القضية والفرد والمجتمع سواء كانت قضية سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، فهي إفراز طبيعي للعلاقة بينهما، وبذلك فإنّ هذه الأهمية تولّد الإحساس بالحاجة لمعرفة المزيد حول القضية أو الموضوع المثار⁽⁵⁷⁾.

والخلاصة أن المدخل الوظيفي الذي أحيطت من حوله الكثير من الشكوك في قدرته على البقاء بعد "بارسونز" الذي وصفه "بيتر هاملتون" بـ "الأب المخلوع" عاد من جديد عبر فيض من الأعمال التي تعرف بالوظيفية الجديدة وقد كان "جيفري الكسنندر" ألمع أتباع المدرسة الجديدة⁽⁵⁸⁾ والتي جعلت من الوظيفية مصدرا لتنوع واسع من الأعمال من خلال الانتقال من التفسير إلى الوصف، وهذه الرؤية

الجديدة تقدم إمكانية فهم وسائل الاتصال في المجتمع باعتبارها مجالاً من مجالات الوجود الاجتماعي.

اليوامش:

- 1- Mendras (Henri): *Eléments de sociologie*, Armand Colin, Paris 1975, pp 111-112.
- 2- *La Sociologie (Les Dictionnaires Marabout)*, Gérard, Paris 1972, T1. P214.
- 3- محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد السابع القاهرة 2003، ص 2666.
- 4- Turner (J.H), *sociological Theories*, The Dorsey Press, U.S.A, 1982. P22.
- 5- Mendras (Henri), *Op. Cit*, P 114.
- 6- Rocher (Guy), *L'organisation sociale*, Editions HMH, Paris, 1968, PP167-168.
- 7- Malinowski (B), in *(Les dictionnaires Marabout)*, T.2, P395.
- 8- Mendras (Henri), *Op, Cit*, PP115-116.
- 9- ناظم عبد الواحد الجاسور: موسوعة علم السياسة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن 2004 ص 344.
- 10- Rocher (Guy), *OP.Cit*, P172.
- 11- السيد علي شتا: نظريات علم الاجتماع، مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة 1993 ص 304.
- 12- إبراهيم السامرائي: المعجم الوجيز في مصطلحات الإعلام، مكتبة لبنان، بيروت 1999 ص 136.
- 13- عبد الله محمد عبد الرحمن: سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، بيروت 2002 ص ص 149-150.
- 14- ريمون بودون: مناهج علم الاجتماع، منشورات عويدات بيروت 1972 ص 132.
- 15- السيد الحسيني: نحو نظرية اجتماعية نقدية، دار النهضة العربية، بيروت 1985 ص 124.
- 16- ملفين.ل. ديفليبر وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة 1993 ص 66.
- 17- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق ص ص 125 - 126.
- 18- Cazeneuve (Jean), *Les pouvoirs de la télévision*, Editions Gallimard, paris, 1970 P 33.
- 19- *Ibidem*, P35.
- 20- *Ibidem*, P41.

- 21- *Ibid, PP45-46.*
- 22- أرماند ماتيلار وميشليه ماتيلار: نظرية الاتصال، ترجمة: أديب خضور الناشر أديب خضور، دمشق 2003، ص 42.
- 23- محمد عمر الطنوبي: نظريات الاتصال، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية الإسكندرية 2001 ص 106.
- 24- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 73.
- 25- أرماند ماتيلار، وميشليه ماتيلار، مرجع سابق، ص 43.
- 26- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 74 - 75.
- 27- مي العبد الله سنو: الاتصال في عصر العولمة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت 1999 ص 48.
- 28- خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، ط1 الجزائر 1422 ص 43.
- 29- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق ص 75.
- 30- هناء حافظ بدوي: الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 2003 ص 25.
- 31- *Albert(pierre),La presse, que sais- je ? P.U.F paris, 1979, P 24.*
- 32- *Ibid,P25.*
- 33- عبد العزيز شرف: نماذج الاتصال، الدار المصرية اللبنانية ط1 القاهرة 2003 ص 92.
- 34- أحمد بدر: الاتصال بالجماهير بين الإعلام والتطويع والتنمية، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة 1998 ص 33.
- 35- *Albert(Pierre), OP, Cit.P26.*
- 36- *Ibid, P26.*
- 37- *Mathien (Michel), La presse quotidienne régionale, P.U.F (Que –sais-je), paris 1983, P46.*
- 38 - محمد بن سعود البشر: مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض 1998 ص 36.
- 39- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق ص 290.
- 40- ملفين.ل. ديفلير وساندرا بول روكيتشمرجع سابق ص 366.
- 41- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1977 ص 275.
- 42- نفس المرجع ص 277.

- 43- جون. ر. بيتنر: الاتصال الجماهيري، ترجمة: عمر الخطيب، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت 1987 ص 35.
- 44- جيهان أحمد رشقي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة 1978 ص 300.
- 45- جون. ر. بيتنر مرجع سابق ص 35.
- 46- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق ص 176.
- 47- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق ص 178.
- 48- أماني السيد فهي: أثر الممارسة الإعلامية للعاملين في أخبار التلفزيون – مجلة البحوث الإعلامية. كلية اللغة العربية بالقاهرة، جامعة الأزهر، العدد 5. يوليو 1996 ص 90.
- 49- شون ماكبرايد: أصوات متعددة وعالم واحد، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر 1981 ص 231.
- 50- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق ص 181.
- 51- شون ماكبرايد، مرجع سابق ص 232.
- 52- محمد عبد الحميد، مرجع سابق ص 279.
- 53- نفس المرجع ص 280.
- 54- أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام - مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر 2009 ص 105.
- 55- أحمد زكريا أحمد: الكتابة الصحفية الإخبارية وتأثيراتها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2008 ص 93.
- 56- أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام - مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، مرجع سابق ص 118.
- 57- عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة 2008 ص 340.
- 58- أيان كريب: النظرية الاجتماعية (من بارسونز إلى هابرماس)، ترجمة محمد حسين غلوم، علم المعرفة، الكويت 1999 ص 92.