

المحور الخامس: نظريات التأثير القوي.

1. نظرية الرصاصة السحرية (الحقنة تحت الجلد).

تمهيد:

أطلقت على هذه النظرية عدة مسميات من أهمها: تسمية "ولبر شرام" بنظرية الرصاصة أو الطلقة السحرية (Magic Bullet Theory)، أي أن الرسالة الإعلامية قوية جدا في تأثيرها شبهت بالطلقة النارية التي إذا صوبت بشكل دقيق لا تخطأ الهدف مهما كانت دفاعاته. كما أطلق "دافيد بيرلو" اسم نظرية الحقنة أو الإبرة تحت الجلد (Hypodermic Needle)، حيث شبهت الرسالة هنا بالمحلول الذي يحقن به الوريد ويصل في ظرف لحظات إلى كل أطراف الجسم عبر الدورة الدموية ويكون تأثيره قوي ولا يمكن الفكك منه، كما سميت أيضا بنظرية الآثار الموحدة¹. وسماها "مليفن ديفلور" نظرية المثير والاستجابة².

1.1. الجذور التاريخية لنشأة نظرية الرصاصة السحرية:

هناك من يرى بأن ظهور نظرية القذيفة السحرية كان على يد "هارولد لاسويل" خلال الحرب العالمية الأولى³، والذي تزامن مع ظهور التيار النظري الذي يقول بالتأثير القوي لوسائل الاتصال في العشرينات من القرن 20 أي بعد نهاية الحرب العالمية الأولى، على إثر تبلور الدعاية السياسية بشكل خاص خلال الحرب العالمية الأولى باستخدام أساليب ووسائل الاتصال في تلك الفترة، حيث كانت جبهات القتال متحركة ولم تكن بعيدة عن المدنيين لأنها أول حرب في تاريخ البشرية تجند فيها كل طاقات البلدان المتحاربة واستغلت كل مواردها: الصناعة والزراعة والتجارة... فكان لا بد من تحريك الأحاسيس ومشاعر الولاء للوطن وشحن الهمم على مزيد من التضحية بالنسبة لكل فئات الشعب، فبالنسبة للعسكريين لرفع روحهم المعنوية لمزيد العطاء والمدنيين لحثهم على الالتحاق بصفوف القوات المسلحة والزيادة في الإنتاج لدعم "المجهود الحربي" كالعامل ساعات إضافية بدون مقابل أو التبرع...، كما توجه هذه الدعاية لصفوف العدو، لماذا؟، لكسر الروح المعنوية للعدو سواء مدنيين أو عسكريين. ولم يجد القادة العسكريون أحسن وسيلة من وسائل الإعلام في عملية الإقناع والتأثير على الجماهير في تدعيم الحرب. من جهتها، شعرت الولايات المتحدة الأمريكية بأنها مستهدفة بشكل مباشر بهذه الدعاية السوفياتية والنازية والفاشية، خاصة مع اقتراب الحرب العالمية الثانية 1939، لأن الطبقة العمالية الأمريكية مستغلة من قبل أصحاب رؤوس الأموال خاصة بعد الأزمة الاقتصادية العالمية 1929، حيث طالت البطالة عشرات الملايين من العمال، فتم تكليف مجموعة من الأكاديميين المتخصصين في مختلف العلوم

¹. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص 223.

². عبد النبي عبد الله الطيب: فلسفة ونظريات الإعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط 01، 2014، ص 105.

³. مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 212.

الاجتماعية لدراسة الظاهرة وتقديم مقترحات عملية للمواجهة، أين اتفق أغلب الدارسين أن تأثير الدعاية قوي جدا ويمكن أن يكون مدمرا، لاسيما خلال فترة الحرب وأوصوا باتخاذ قرارات حازمة كان "هارولد لاسويل" (Harold Lass well) عالم السياسة من بين الذين كفوا بهذه المهمة، حيث ظهرت دراساته من خلال أثار الدعاية، و"كانتريل" و"ألبرت" حول التأثير السيكولوجي للراديو و"كانتريل" و"جوديت" و"هيرزوج" حول التأثيرات المحتملة على المستمعين¹.

2.1. الخلفيات النظرية لنظرية الرصاصة السحرية:

لقد تبلورت هذه النظرية كنتيجة لمجموعة من النظريات في مجالات مختلفة تنتمي إلى العلوم الاجتماعية ومن أهمها:

- علم النفس والنظرية السلوكية:

أصبحت النظرية السلوكية أي (المنبه/الاستجابة) مهيمنة في مجال علم النفس في بدايات القرن الـ 20، فبفضل "بافلوف" جاء تفسير سلوكيات الفرد على أنه مجرد ردود أفعال (esponse) على منبهات خارجية (stimuli) تأتيه من المحيط الذي يوجد فيه، حيث يمكن أن تأتي هذه المنبهات من المحيط الطبيعي مثل: الشعور بالبرودة أو الحرارة فردة الفعل ستنمثل في وضع ملابس ثقيلة وخفيفة، وقد اعتمد أصحاب نظرية الطلقة السحرية على النظرية السلوكية، من خلال اعتبارهم الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة بمثابة منبهات خارجية، حيث أن الدعاية السياسية هي منبه لدفعك كمتلقي لتحديد موقفك السياسي بالطريقة التي يرغب فيها المرسل والإعلان التجاري منبه خارجي لدفعك لإتباع سلوك استهلاكي محدد².

- التحليل النفسي والنظرية الفرويدية:

يعتبر "سيغموند فرويد" أن سلوكيات الفرد تنبع من اللاوعي واللاشعور أو من العقل الباطن لكن ما علاقة الفرويدية بنظرية التأثير القوي؟، واعتبر أصحاب نظرية الطلقة السحرية أن نسبة كبيرة من الرسائل الإعلانية والدعائية تتوجه إلى لاوعي الفرد مثال: لترويج سلعة معينة يتم ربطها بشخصية جميلة أو قوية يتمنى المتلقي للرسالة في أعماقه التشبه بها مثل: النجم المشهور أو الرياضي البطل. إن نظرية المنبه/الاستجابة والنظرية الفرويدية رغم اختلافهما الشديد، لهما قاسم مشترك: ما هو؟، أنهما يهتمان الأفعال الإرادية للفرد الدعاية السياسية وعلاقتها بنظرية الحقنة تحت الجلد.

- العلوم السياسية وإسهامات لاسويل في الدعاية:

توصل "لاسويل" إلى أن تأثير مضامين الدعاية قوي جدا ويزيد هذا التأثير كلما كان الوضع النفسي state of mind للجماهير غير مستقر ومضطرب وبما أن البلد في حرب لا يستطيع رجل الشارع أن يميز بين الإعلام الموضوعي والدعاية المضللة. ما الحل الذي يقترحه؟، اقترح "لاسويل"

¹. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: مرجع سابق، ص222.

². عبد النبي عبد الله الطيب: مرجع سابق، ص106.

تشكيل لجان من "التقنوقراطيين" لتحليل مختلف المضامين الإعلامية والتأكد من خلوها من أية شوائب دعائية. وكان "ليبمان" (Lippmann) من بين المتخصصين الذين درسوا الموضوع وخلص أن وسائل الاتصال لا يمكنها تنوير الرأي العام حول المضامين الدعائية، واقترح تأسيس وكالات حكومية لتعقب المضامين الدعائية وتحديد مصادرها، إلا أن مقترحات كل من لاسويل وليبمان تقتض وضع نظام رقابي يمكن أن يكون مستهجنا في نظام ليبرالي مثل النظام الأمريكي.

- تطور الإذاعة والسينما كوسائل اتصال جماهيري:

ساد الاعتقاد بالآثار المدمرة للسينما بعد ابتكار السينما الصامتة من قبل الأخوين "لوميار" (Lumier) في سنة 1895، ولم تظهر السينما الناطقة إلا في سنة 1929، فانتشرت على نطاق واسع أفلام رعاة البقر وأفلام الجريمة وأفلام الجنس من أجل كسب مزيد من الأرباح، فارتفعت الأصوات لانتقاد آثارها المدمرة على المجتمع، فقد فسروا تفاقم الجريمة والعنف كنتائج مباشرة للسينما وتردي الأخلاق العامة وزيادة السلوكيات العنيفة لدى الأطفال بسبب أفلام الكرتون العنيفة، فمجرد عرض ووصف العمل الإجرامي كاف للتحفيز على زيادة السلوك الإجرامي¹. بعدها تطورت الإذاعة المسموعة بعد الحرب العالمية الأولى، حينما زاد عدد المحطات التي تبث بشكل منتظم أصبحت الإذاعة الوسيلة الاتصالية الأولى، لأنها وسيلة اتصال اخترقت كل الحواجز من خلال:

- حاجز الأمية حيث أنها تستقبل حتى من قبل الأميين.
- الحواجز الجغرافية لعدم احتياجها لمسالك توزيع مثل الصحفية.
- الحواجز السياسية بحيث لا يمكن منعها أو مصادرتها وحتى إقامة محطات تشويش تعتبر عملية مكلفة، ثم أن وقع الرسالة المسموعة وتأثيرها أكبر من الرسالة المكتوبة.
- وكل هاته الخلفيات ساهمت بشكل مباشر وقوي في ظهور نظرية الحقنة تحت الجلد أو الرصاصة السحرية.

3.1. افتراضات نظرية الطلقة السحرية:

- تنطلق نظرية الطلقة السحرية من مجموعة من الافتراضات، وهي:
- يرى "حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد" في كتابهما الموسوم بـ: "الاتصال ونظرياته المعاصرة" بأن النظرية تقوم على افتراضين أساسيين وهما:
- الناس يستقبلون الرسائل الاتصالية بشكل مباشر وليس من خلال وسائل أخرى.
- ردة الفعل حيال رسائل الاتصال يتم بشكل فردي، ولا يضع في الاعتبار التأثير المحتمل أشخاص آخرين².

¹. بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 185.

². حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد: مرجع سابق، ص 222.

- تفترض أن المرسل يتحكم بشكل كلي في العملية الاتصالية لماذا؟، لأنه هو الذي يضع الرسالة ويقوم بتصميمها وبناءها ويختار الوسيلة أو القناة الأكثر تأثيراً وانتشاراً ويختار التوقيت والظرف المناسب.
- استقبال الرسالة هي تجربة فردية وليست تجربة جماعية: يعني أن الرسالة تصل إلى كل فرد بشكل مستقل وهو منعزل عن الآخرين. فلا تفاعل بينهم لماذا؟، لأن الجماهير عبارة عن ذرات منفصلة.
- يتلقى الفرد الرسالة مباشرة من الوسيلة بدون وسيط.
- تفترض هذه النظرية أن الرسالة الإعلامية تصل إلى كل أفراد المجتمع بطريقة متشابهة، أي أن كل فرد يستقبلها بنفس الطريقة يعني لا توجد فوارق بين الأفراد في تفاعلها معها¹.
- تفترض النظرية أن المتلقي سيستجيب دائماً وبشكل قوي للرسالة التي يتلقاها بما يحقق هدف القائم بالاتصال، فالمتلقي هو عنصر ضعيف جداً وسلبى في العملية الاتصالية ومفعول به، في حين أن المرسل هو العنصر المسيطر.

4.1. حادثة غزاة المريخ وانعكاساتها:

لقد ساد الاعتقاد أن احتمال التلاعب بعقول عامة الناس أسهل بكثير عند استخدام الإذاعة، ومما رسخ هذا الاعتقاد حادثة غزاة المريخ هي نكتة سرعان ما انقلبت إلى ظاهرة كانت لها أبعاد خطيرة، وتتمثل في العناصر التالية²:

- المكان: مدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية.
- الزمان: عيد القديسين Hallow in نوفمبر 1938.
- الشخصية الفاعلة: "أرسن وولس" Orson Wells مقدم برامج في شبكة CBS الإذاعية.
- الفكرة: قرر "اورسن" اقتباس رواية الخيال العلمي "حرب العوالم" التي تروي غزو سكان المريخ للأرض، لكن قام بإخراجها بطريقة ذكية جداً لتبدو للمستمعين وكأنها حادثة حقيقية حصلت بالفعل.
- الأحداث: - تبدأ المسرحية بنقل حي لحفل موسيقي يقام في أحد الفنادق الفخمة بمدينة نيويورك بمناسبة عيد القديسين. - يقطع البث المباشر للإذاعة خبر عاجل حول هبوط مركبة فضائية غريبة الشكل ثم يعود البث المباشر للحفل. ويقطع بعد ذلك تباعاً لتقديم مزيد من التفاصيل حول الحدث الغريب بطريقة تصاعدية. - تقديم شهادات شهود عيان يفترض أنهم حضروا الحدث يتحدثون عن المخلوقات العجيبة الخضراء. - تقديم مقابلات مع مختصين في علم الفلك وعلوم الأحياء يقدمون تحليلاتهم للوضع، مما يزيد من مصداقية الحدث، كما تجرى مقابلات مع قادة في الجيش وكبار رجال الشرطة للتعرف على المخاطر التي يمكن أن تتجم عن هذا الغزو وما هي خططهم لمواجهة الموقف.

¹. مصطفى يوسف كافي: مرجع سابق، ص212.

². محمد بن عبد الرحمن الخصيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، ط02، السعودية، 1998، ص18.

- نتيجة هذه الدعاية التي تبدو بريئة: لقد انطلقت الخدعة على مئات الآلاف من المستمعين الذين أصابهم هلع شديد، واعتبروا أن هذه الأخبار حقيقية، فغادر عشرات الآلاف بيوتهم حاملين معهم ما خف وزنه وغلا ثمنه، مع حدوث فوضى لا توصف على الطرقات واختناقات وحوادث مرورية لا تعد ولا تحصى، وحتى الذين يقطنون في مناطق بعيدة عن الموقع المفترض للهبوط، بقوا في بيوتهم وكدسوا المؤن، وأمام هذه التطورات غير المتوقعة والمشاكل التي تسببت فيها، بادرت كل وسائل الإعلام والسلطات بتكذيب الخبر، وأكدت أنها مجرد "كذبة أبريل"، إلا أن الجمهور لم يصدق ذلك واعتبر أنها مجرد تطمينات، فلجأ المقدم إلى إعلان أن المخلوقات الغازية بدأت تموت لأن جهازها المناعي لم يتمكن من تحمل بعض البكتيريا الموجودة في الأرض.

وقد اعتبرت حادثة غزاة المريخ بمثابة إثبات لا يدع أي مجال للشك بأن تأثير الإذاعة ووسائل الإعلام بشكل عام قوي جدا، ولا يمكن أن يقاوم وأن لدى الجمهور قابلية لتصديق كل ما يقال له مهما كان غريبا وغير منطقي، لأن المرسل حسب نظرية الرصاصة قوي جدا ومسيطر على العملية الاتصالية، في حين أن المتلقي ضعيف ومطيع ومستسلم وأعزل ليس لديه أية دفاعات تجاه الرسالة أو الطلقة أو الحقنة.

5.1. الانتقادات الموجهة لنظرية الطلقة السحرية:

لاقت هذه النظرية رواجاً كبيراً خلال فترة ما بين الحربين، لأنها كانت متسقة مع النظرية النفسية والنظرية السلوكية، وتوفر تفسيراً منطقياً لكل من يعتقد أن لوسائل الاتصال قوة خارقة ولا محدودة، لكن النظرية لاقت العديد من الانتقادات:

- إن التأثير الآني والمباشر لوسائل الإعلام على الجماهير لم يلقى القبول لدى الكثيرين، لأن التجارب أثبتت بأن الإنسان ليس كائناتاً سلبياً يتأثر بالرسائل الإعلامية بمعزل عن تركيبته النفسية وعلاقاته الاجتماعية وخبراته السابقة¹.

- اعتمدت هذه النظرية بالدرجة الأولى على علم النفس وعلم النفس الاجتماعي والتحليل النفسي، وأكدت أن الرسائل الإعلامية تؤثر فقط على الجوانب النفسية الشعورية واللاشعورية للأفراد لكنها تجاهلت كل العوامل السياسية والثقافية والاقتصادية، التي يمكن أن تؤثر على العملية الاتصالية مثال: أن الدعاية النازية في عهد هتلر لم تؤثر على الشعب الألماني باستخدامها لللاشعور فقط بل لأنه استخدم الرعب والتقتيل لإخضاع الجماهير.

- انتقدت هذه النظرية من قبل أصحاب المؤسسات الإعلامية، لأنها تقوم بتحريض الرأي العام والسلطات الأمريكية ضدهم وتدفعها لاتخاذ إجراءات تحد من حرية تصرفهم في اختيار المضامين التي تدر عليهم أرباحاً وفيرة مثل: العنف والإثارة والجنس.

¹. محمد بن عبد الرحمن الخصيف: مرجع سابق، ص 18.