

## الوحدة الرابعة

### مقرب التأثير واستخداماته في بحوث الجمهور

مقدمة: ينبع الاهتمام بجمهور وسائل الإعلام، وبالتالي بالدراسات المتعلقة به من طبيعة العلاقات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية القائمة بين الجماعة والفرد من المنظور السوسولوجي، وبين الحاكم والمحكوم من منظور المواطنة، وبين البائع والزبون من المنظور التسويقي.

فبقدر ما يعير النظام الاجتماعي للفرد من مكانة ودور في سلم القيم الاجتماعية، وبقدر ما يتمتع المواطن من سيادة وسلطة في اتخاذ القرارات في مختلف أدرج سلم الهرم السياسي، وبقدر ما يتوفر عليه الزبون من قدرة على فرض اعتباره في السوق، بقدر ما تتوسع دائرة الاهتمام بجمهور وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة والالكترونية المكونة أساسا من أفراد المجتمع الذين هم في الوقت نفسه مواطنون في الدولة، وزبائن للسوق.

ولأن وسائل الإعلام أصبحت تحتل مرتبة هامة في المجتمعات، وتحترق جميع مجالات الحياة، بمختلف أنواعها تقريبا، وتستحوذ على جزء كبير من أوقات الناس - ولو أن الأمر يختلف من مجتمع إلى آخر، كما أن التباين بين الأفراد وارد-، وبسبب هذا التواجد الكلي لوسائل الإعلام وقدرتها على نشر محتويات ثرية ومتنوعة، أصبح الكثير منشغلين بوسائل الإعلام وبالتأثيرات التي يمكن أن تحدثها على عقول الأفراد ووجدانهم وسلوكياتهم، وبالرغم من الاعتقاد السائد في قوة وسائل الإعلام وفعاليتها، غير أن تأثيراتها مازالت غير مفهومة بصفة لائقة، ومازال الجدل قائما بشأنها، حيث لا توجد نظرية واحدة تفسر كل التأثيرات. فالاعتقاد أن وسائل الإعلام هي أجهزة تأثير هامة صحيح على العموم، لكن الطرق التي تمارس بها وسائل الإعلام هذا التأثير معقدة ومشروطة.

1- مستويات الأثر:

في الواقع تعتبر مسألة تأثير وسائل الإعلام إشكالية معقدة بالنسبة لمدارس الإعلام ومقترباتها المختلفة، ومن بين العوامل المساهمة في التعقيد: **عامل الضعف النظري** في ميدان علوم الإعلام والاتصال نظرا لأنه من العلوم المتفرعة وبالتالي تبعيته النظرية والمعرفية والمنهجية لحقول متعددة.

عامل آخر ساهم في هذا التعقيد هو **عدم ملاءمة بعض التقنيات البحثية فيه** ( إشكالية البحث في التأثير مثلا والعوامل المساهمة في إحداثه، تعدد الوسائل المساهمة في التأثير، إضافة إلى اختلاف المجتمعات وتعدد الظاهرة الإنسانية والاجتماعية). علاوة على ذلك، فإن **تعدد دعائم الاتصال الوسيطي** واندماجها المتنوع في الممارسات الاجتماعية قد عوّدا المنهجية وأدوات التحليل.

ويشمل مقترب التأثير مجموعة النظريات والمقاربات التي تناولت التأثير البالغ والمباشر والتأثير المحدود الفوري والطويل المدى، وهي تهتم بالتغيير أو التحول الذي قد يلاحظ في سلوكيات الجمهور ومواقفه وحالاته الانفعالية والذهنية والإدراكية والمعرفية أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام وعلاقة هذا التغيير، مقارنة بالوضع السابق للتعرض، بالقدرة المفترضة التي أسندت لهذه الوسائل في مختلف مراحل تاريخ أبحاث الجمهور.

### نماذج لنظريات التأثير:

أ- **نظرية التأثير المباشر أو الحقنة تحت الجلد:** يرجع الفضل لهارولد لاسويل في تطوير مفهوم تأثير خلال الحرب العالمية الثانية، وذلك في ضوء نظرية فرويد الذي افترض أن الإنسان تحركه قوى فطرية غير واعية وغير رشيدة، ومن نظرية فرويد طور لاسويل نظريته التي أطلق عليها نظرية الحقنة تحت الجلد وتفترض أن الوسائل الإعلامية لها تأثير مباشر تماما مثل الحقنة وأن الدوافع أو الحوافز الداخلية يمكن استثارها من خلال الرموز الدعائية القوية.

وتعد هذه النظرية استجابة او انعكاسا لفكرة المجتمع الجماهيري القائم على أفراد متنوعين مختلفين متحررين من قيود الروابط الاجتماعية، وترجع تصرفات الأفراد في هذا المجتمع إلى العاطفة والاندفاع أكثر من التفكير والمنطق.

وقد كانت هذه النظرية سائدة في مجال الاتصال الجماهيري حتى قبل الحرب العالمية وهي ميكانيكية جدا في طبيعتها، وتفترض أن الرسالة منه ينتج استجابة واحدة من قبل الجمهور المستهدف لأنه سلمي، فالاتصال عبارة عن رصاصة سحرية تنقل الأفكار والمشاعر أو المعرفة من عقل لآخر.

**ب- نظريات التأثير الانتقائي:** إن المشكلة الرئيسية في نظريات التأثير المباشر هو أن افتراضاتها غير دقيقة، فقد اتضح أن الجمهور يتسم بالنشاط والإيجابية حال استقباله للمعلومات، وبدا علماء النفس يركزون على الاختلافات الفردية في عقول الناس واتجاهاتهم وقيمهم، وبقية متغيرات الشخصية، وهذه الاختلافات تدفع الأفراد إلى النظر إلى العالم بطرق فريدة ومتميزة، وكذلك الاستجابة لكل منه بطريقة فردية ومختلفة.

.....وقد لخص ميلفن ديفلر الخطوات الأساسية لنظريات التأثير الانتقائي في:

- تقدم وسائل الإعلام رسائل إلى أعضاء المجتمع الجماهيري ولكنها تُستقبل وتفسر بشكل انتقائي.
- أساس هذه الانتقائية يرجع إلى الاختلافات في طبيعة الإدراك بين أعضاء المجتمع.
- يرجع الاختلاف في الإدراك أن لكل فرد تنظيم متميز من المعتقدات والاتجاهات والقيم والحاجات..
- ولكون الإدراك انتقائي فإن التذكر والاستجابة أيضا انتقائية.

**ت- نظريات التأثير غير المباشر:** تقوم فكرة هذه النظريات على أن تعرض الفرد لنماذج السلوك التي تعرضها وسائل الإعلام تقدم للفرد مصدرا من مصادر التعلم الاجتماعي مما يدفعه لتبني هذه النماذج السلوكية بحيث تصبح جزء من أساسيا من أسلوب تعامل الفرد مع المشكلات التي تواجهه.

**وأهم افتراضات هذه النظريات:**

- يدرك الفرد نمطا معيناً من السلوك تقدمه أو تصوره شخصية من خلال وسائل الإعلام.

- ينظر الفرد إلى ها السلوك على أنه جذاب ومن المفيد أن يتبنى هذا النمط من الأسلوب والسلوك.
  - يقلد الفرد هذا النمط من السلوك ويثبت هذا السلوك فعاليته في التعامل مع بعض المواقف.
  - مع تكرار استخدام هذا النمط من السلوك فإنه يصبح جزء من سلوك الفرد في تعامله
- الفكرة الهامة في هذه النظريات انها لا تفترض أن الناس يرون بعض الأفعال في وسائل الإعلام ثم يقلدونها بشكل فوري بل إن التأثير يحدث بشكل بطيء وفي وقت متأخر