

المحاضرة الثانية: نظريات التأثير المباشر (القذيفة السحرية):

1. تاريخ النظرية: تعود التمهيدات التاريخية لنظرية القذيفة السحرية إلى الحرب العالمية الأولى في محاولة استخدام وسائل الإعلام والاتصال كأداة للتأثير والسيطرة في مواقف البشر وأفكارهم وسلوكياتهم⁽¹⁾.

ومما عزز أيضا فكرة تأثير وسائل الإعلام ما خلفه برنامج إذاعي عام 1983، قدمه أورسون ويلز بعنوان "غزو من المريخ" وكان نتيجة هذا البرنامج خوف الملايين من الأمريكيين وإصابتهم برعب حقيقي، وبذلك ظهر اعتقاد عام بالقدرة البالغة لوسائل الإعلام في التأثير⁽²⁾.

تقوم نظرية القذيفة السحرية على وجهة النظر التي ترى بأن لوسائل الاتصال تأثيرا كبيرا وقويا على الاتجاهات والسلوكيات حيث تكون الرسائل الاتصالية كرسالة تصل فورا إلى عقول المستقبلين أو كما تسمى أيضا بالقذيفة السحرية، أين تسحر المستقبلين مباشرة وتؤثر فيهم، وظهر ذلك في دراسات "هارولد لاسويل" حول آثار الدعاية ودراسة كانتريل وألبرت حول التأثير السيكولوجي للراديو.

فمضمون هذه النظرية يرى أن علاقة الأفراد بالوسائل هي علاقة تأثير مباشر وتلقائي، الذي يتعرض لأية وسيلة إعلامية سواء كانت جريدة أو إذاعة، سينما أو تلفزيون يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة فمثلا إذا ما شاهد الإنسان في التلفزيون مشاهد قتل أو عنف فإنه سوف يحاكيها في الواقع لتأثره بها⁽³⁾.

2. فرضيات النظرية: وتقوم نظرية الرصاصة على فرضيتين أساسيتين هما:

- 1- إن الناس يستقبلون الرسائل الاتصالية بشكل مباشر وليست من خلال وسائل أخرى.
- 2- إن رد الفعل حيال رسائل الاتصال يتم بشكل فوري، ولا يضع في الاعتبار التأثير المحتمل لأشخاص آخرين⁽⁴⁾.

(1) مي عبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2006، ص 265.

(2) صالح خليل أبو أصبع: الاتصال الجماهيري، ط1، دار الشروق النشر، الأردن، 1999، ص 203.

(3) محمد بن عبد الرحمان الخصيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998، ص 16.

(4) حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص

فهذه النظرية أعطت للإعلام قوة في قدرته على التأثير، فهو يشبه من يطلق الرصاصة ليصب من ضحية مقتلا.

فالجماهير هنا عبارة عن ذرات منفصلة من ملايين القراء والمستمعين والمشاهدين وهذه الجماهير مهياة دائما لاستقبال الرسائل وتمثل كل رسالة منبها قويا مباشرا يدفع المتلقي للاستجابة بالشكل الذي يحقق هدف القائم بالاتصال.

ويذهب جون بيتر في تفسيره للنظرية بأنها تنظر إلى جمهور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية كمجموعات من الأشخاص المعروفين لهم أنماط حياة منفصلة ويتأثرون بشكل فردي بمختلف وسائل الاتصال التي يتعرضون لها، أي أنها تجربة فردية وليست جماعية وكأن هذا القبول لفهم أثر وسائل الإعلام⁽⁵⁾.

فالناس من هذا المنظور هم مخلوقات سلبية يمكن التأثير (المباشر فيهم بمجرد حقنهم بالوسائل الإعلامية، ومن ثم فإن يستطيع يحقنهم وإرسال رسالته الإعلامية ليضمن استجابة فورية من الجمهور.

ونظرية الرصاصة الإعلامية أو الطلقة السحرية تؤكد على أن الرسالة الإعلامية قوية جدا في تأثيرها، فشبهت هذه الوسائل بالطلقة النارية إذا صوبت بشكل دقيق لا تخطئ الهدف مهما كانت دفاعاته⁽⁶⁾.

3. مصادر النظرية: ولقد تبلورت هذه النظرية كنتيجة لمجموعة من النظريات في مجالات

مختلفة تنتمي إلى العلوم الاجتماعية وأهمها:

- علم النفس ونظرية المنبه والاستجابة.
- التحليل النفسي والنظرية الفرويدية.
- علم الاجتماع ونظرية المجتمع الجماهيري.
- العلوم السياسية ونظرية لاسويل في الدعاية⁽⁷⁾.

لقد لاقت هذه النظرية رواجا كبيرا خلال فترة ما بين الحربين العالميتين، لكن لاقت انتقادات مختلفة ومن هذه الإنتقادات:

⁽⁵⁾ المرجع السابق، ص 222.

⁽⁶⁾ صالح خليل أبو أصعب، مرجع سابق، ص 23.

⁽⁷⁾ من الموقع الإلكتروني: www.aljazeera.talk.net الزيارة يوم 24/04/2009.

4. **نقد النظرية:** إن الاعتماد على نظرية الرصاصة الإعلامية في تفسير علاقة الإنسان بوسائل الإعلام فيه الكثير من التبسيط للطبيعة والكيفية التي تعمل بها من خلال النفس البشرية، إن القول بالتأثير المباشر الآني لوسائل الإعلام على الجمهور لم يلق ذلك القبول لدى قطاع عريض من المهتمين في حقل الاتصال الجماهيري، لأن الإنسان ليس كائنًا سلبيًا يتأثر بكل ما يصادفه بمعزل عن تركيبته النفسية وبيئته الاجتماعية وخبراته السابقة. إن مغالاة أنصار نظرية الحقنة في قدرة وسائل الإعلام على التأثير في الجمهور لا يدفعنا إلى نفي وجود ذلك التأثير متى ما توافرت عوامل ومتغيرات أخرى لها علاقة بالإنسان نفسه وبالوسيلة الإعلامية ومضمونها(8).

5. **نهاية النظرية:** لم تصمد هذه النظرية طويلا إذ أن العملية الاتصالية عملية معقدة ، وهي تخضع لمجموعة من العوامل المتعددة التي تتحكم في فعالية الرسالة الاعلامية ، فليست كل رسالة يمكنها ان تكون مؤثرة ناجحة.

في مطلع الاربعينيات من القرن العشرين الماضي أعلن انتهاء نظرية الرصاصة السحرية كإطار نظري يفسر أثر وسائل الاعلام على الأفراد عندما نشرت الدراسات التجريبية التي أجرتها وزارة الدفاع الأمريكية ، حيث أخضعت عدد من الجنود الجدد في الجيش الأمريكي لمشاهدة عدد من الأفلام حول الحرب العالمية الأولى ومبررات اشتراك الولايات المتحدة فيها بهدف التأثير في آرائهم واتجاهاتهم نحو الحرب وخلصت الدراسة الى ان تأثير التعرض لهذه الأفلام كان محدودا جدا وتمثل فقط في زيادة معلومات الجنود نحو بعض المعلومات ، ومع استمرار البحوث ودراسة العلاقة بين وسائل الاعلام والافراد المتلقين تم اعادة النظر في طبيعة هذه العلاقة فتم رفض فكرة ان الناس يتعرضون لوسائل الاعلام باعتبارهم جمهور لا رابط بين افراده ودخل محلها تصور جديد لجمهور وسائل الاعلام على انه مجموعة من الأفراد الذين يواجهون وسائل الاعلام باعتبارهم كائنات اجتماعية تربطهم بيئة اجتماعية ما جعل الافتراضات التي قامت عليها نظرية الرصاصة السحرية ترفض من قبل علماء الاتصال وتفقد مقوماتها بالبقاء.

(8) محمد بن عبد الرحمان الحضيف: مرجع سابق، ص 17.