

## -نظريات تأثير الاتصال :

**1 -معنى التأثير:** يقصد به ذلك التغيير الذي يطرأ على سلوك المستقبل الرسالة الإعلامية، فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها، وقد يتعلم منها شيئا، أو أنه قد يغير من اتجاهه النفسي، ويكون اتجاهها جديدا، وقد تصرف بطريقة جديدة أو يعدل من سلوكه القديم ، وقد قسم بعض الباحثين التأثيرات إلى تأثيرات ظاهرة، وأخرى كامنة، وتحدث آخرون عن التأثيرات التي يهدف القائم بالاتصال إلى تحقيقها كارتفاع مستوى المعلومات لدى المستقبل، وأخرى لا يهدف إلى تحقيقها كالأثار السلبية غير المقصودة، وقد تكون لنفس الرسالة الإعلامية أهدافا مباشرة أو عاجلة، وأهداف آجلة وفقا لخطة المسؤولين عن تنفيذها وتمويلها وفقا لمستقبلها . وترى جيهان رشتي أنه من الصعوبة دراسة التأثير الإعلامي على الجماهير -وهي بالنسبة إليها منذ أصبحت المشاكل التي تواجه الباحثين في مجال الاتصال- لأنه حسب رأيها ليس في الإمكان دائما دراسة السلوك الذي يحدث نتيجة الاتصال، لذلك كان من الضروري العمل في مجال المعلومات، أو الاتجاهات، حيث يقيس الباحث استجابة المتلقي اللغوية أو الرمزية، ويحاول أن يخرج منها باستنتاجات عن المعلومات المتلقاة ، واتجاهاته التي تتأثر أو لم تتأثر، ومعنى ذلك أنه لا يمكن في أحوال كثيرة ملاحظة التأثير بشكل مباشر، وقد يفتنح الباحث بقياس الاستجابة اللغوية، وحينئذ قد يجد نفسه يقيس متغيرات متداخلة معقدة بدون أن يقيس التأثير النهائي.

وقد قدم علماء الاتصال والاجتماع والسياسة العديد من النظريات التي تشرح تأثير وسائل الإعلام، ولكن يصعب استعراض هذه النظريات نظرا لتعددنا من ناحية، وتداخلها من ناحية أخرى، وقد يعود تعددها إلى اختلاف تخصصات الباحثين ، وقد يعود تداخلها إلى أنه ما إن تظهر نظرية، وتسود لفترة حتى تظهر نظرية تحل محلها، أو تثير الشكوك حولها، وتدعوا إلى المزيد من البحث والتعمق، ومن هذه النظريات :

**أ-نموذج الاستجابة الشرطية البسيطة :** وهو يتلاءم مع وجهات النظر المبكرة حول قوة وسائل الاتصال بصفقتها تمارس تأثيرا مباشرا يعتمد على المصدر أكثر مما يتوقف على طبيعة الشخص المستقبل.

**ب- نظرية الفروق الفردية:** وقد أضيفت بعض التعديلات البسيطة على هذا النموذج، فانبتقت عنه "نظرية الفروق الفردية" في الاتصال الجماهيري، وهي تهتم اهتماما بالغا بالنظر إلى اختلاف الجمهور، وبذلك تشير إلى أن "الرسالة تحتوي على عدة خصائص منبهة، وأن تلك الخصائص تتفاعل تفاعلا متميزا مع خصائص شخصيات أعضاء الجمهور"، ولذلك فإنها تعتمد على فكرة أساسية بأن الأشخاص المختلفين يميلون إلى أن يستجيبوا بطرق مختلفة تجاه المنبه المركب.

**ج- نظرية الفئات الاجتماعية:** وهي تشير إلى أن الجمهور يتدرج تدريجا طبقيًا، طبقا لمتغيرات معينة تتصل بالوضع الاجتماعي مثل: المهنة والدين والنوع وما إلى ذلك، ويميل أعضاء كل طبقة من هذه الطبقات أو كل فئة منها انتقاء مضمون متشابه ضمن المضامين التي تبثها وسائل الاتصال، كما يستجيبون نحوه بطرق متساوية أو متطابقة إلى أبعد الحدود.

**د- نظرية العلاقات الاجتماعية:** وهي التي قامت بالاعتماد على نتائج الدراسات السيكولوجية الاجتماعية التي أجريت على الجماعات الاجتماعية، والتأثير الشخصي بواسطة كل من "كاتز" و"لازارسفيدل" في الأربعينيات والخمسينيات ثم أطلقت عليها هذه التسمية المذكورة، وأما الفكرة الأساسية التي تنطوي عليها هذه النظرية فهي أن: "العلاقات الاجتماعية غير الرسمية تلعب دورا أساسيا في تحديد وتشكيل الطريقة التي يستجيب بها أي فرد اتجاه الرسالة التي تصل إليه ، وتجذب انتباهه عن طريق إحدى وسائل الاتصال الجماهيري."

**هـ نظرية المعايير الثقافية:** وهي التي تشير إلى أن وسائل الاتصال تخلق -من خلال ما تقوم بعرضه

عرضا انتقائيا وما تؤكد عليه من موضوعات بعينها- انطباعات معينة لدى جماهيرها بأن هناك معايير ثقافية عامة تتصل بالموضوعات التي تؤكد عليها، وأن هذه المعايير تفنن وتحدد بطرق خاصة، ومن أجل هذا فإن السلوك الفردي غالبا ما يسترشد بهذه المعايير الثقافية. معنى ذلك أن وسائل الاتصال عندما تصور بعض الانطباعات المتصلة بنوعية المعايير التي تحكم موضوعا معيناً أو وضع بالذات، فإنها تعمل -بطريقة غير مباشرة- على التأثير في السلوك.

ومن نظريات تأثير وسائل الإعلام حسب ما جاء به عاطف عدلي العبد ما يلي:

**أ.نظرية الرصاصة الإعلامية أو الطلقة السحرية أو الحقنة تحت الجلد:**

ظهرت نظرية الرصاص الإعلامية أو الحقنة تحت الجلد تأثيرا بالنظرية النفسية الشائعة في تلك الفترة المتعلقة بالمنبه والاستجابة التي تفترض أن لكل فعل رد فعل، وإن كل منبه يحقق استجابة مؤكدة، واعتبرت هذه النظرية وسائل الإعلام منبها تتعرض له الجماهير وتستجيب له بشكل أو بآخر. وعزز هذه النظرية بالإضافة إلى الدعاية النازية، إنشاء معهد لتحليل الرأي العام الأمريكي عام 1937 حيث كان بمثابة رد فعل للإحساس بخطر هذه النظرية التي تعطي للإعلامي قوة كبيرة في التأثير وتشبيهه بمن يطلق الرصاص ليصيب من يريد إصابته فور إطلاق الرصاص عليه. وتقوم هذه النظرية على اعتقاد ملخصه أن جمهور الاتصال عبارة عن مجموعة من الناس يتأثرون على انفراد بوسائل الإعلام التي يتعرضون لها، وأن رد الفعل إزاء وسائل الإعلام تجربة "فردية" أكثر من تجربة "جمعية" ويمكن استنتاج افتراضين من هذه النظرية هما:  
-ينقل الأفراد المعلومات من وسائل الإعلام مباشرة دون وجود وسطاء.  
-إن رد فعل الفرد، رد فردي لا يعتمد على تأثره بالآخرين.

ويعكس ذلك وجهة النظر التي كانت سائدة آنذاك والتي تنظر إلى جماهير وسائل الإعلام على أنهم مكونون من كائنات سلبية يمكن التأثير عليهم تأثيرا مباشرا بواسطة وسائل الإعلام، فالجماهير هي مجرد ذرات منفصلة من كتلة ملايين القراء والمستمعين والمشاهدين، مهينون دائما لاستقبال الرسائل التي تشكل كل منها منبها قويا ومباشرا يدفع المتلقي إلى القيام بشيء معين يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقه. ولم تستمر هذه النظرية طويلا حيث تمخض عن الدراسات الميدانية التي أجريت بعد ذلك ظهور نظرية جديدة توضح أن الاتصال عملية معقدة، تشمل على عدة عوامل تساعد على زيادة فعالية الرسالة الإعلامية.

**ب.نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام:** لقد بدأت تظهر تدريجيا فكرة المجموعات الفرعية التي تقوم على جمهور داخل جمهور (A mass within a mass) حيث قدمت رؤية أشمل وأدق لكيفية استقبال المعلومات من وسائل الإعلام والاستجابة لها، فلم تعد المعلومات التي يستقبلها الفرد مقصورة على ما تمده به وسائل الإعلام مباشرة، وإنما تأتي بعض المعلومات من أفراد آخرين سبق لهم التعرض لهذه الوسائل، وتوصلت الدراسات الميدانية إلى ظهور فكرة انتقال المعلومات على مرحلتين:  
وتتخلص هذه النظرية في أن المعلومات تنتقل على مرحلتين: من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي، ومن قادة الرأي إلى أفراد آخرين، حيث تبين أن عددا كبيرا من الأفراد غي □ روا من آرائهم نتيجة لتأثير الأشخاص عليهم، وليس لتأثير وسائل الإعلام عليهم.  
وسرعان ما تطورت فرضية انتقال المعلومات على مرحلتين إلى انتقال المعلومات على مراحل متعددة، وساهمت بحوث (روجز) و (شوميكر) حول قادة الرأي في هذا التطوير.  
والخلاصة أنه وفقا لهذه النظرية يكون تأثير وسائل الإعلام مجرد متغير يعمل مع، ومن خلال متغيرات أخرى في إحداث التأثير.

ج- **نظرية الاستعمالات وتلبية الحاجات:** جاءت هذه النظرية لتؤكد دور الجمهور في اختيار الوسائل الإعلامية التي يستعملها عن طواعية من غير إكراه.

وتأخذ نظرية الاستعمالات وتلبية الحاجات في الاعتبار الأول المتلقي كنقطة بدء بدلا من الرسالة، وتشرح سلوكه الاتصالي فيما يتصل تجربة الفرد المباشرة مع وسائل الإعلام، لأن الأفراد لها يوظفون مضامين الرسائل، بدلا من التصرف سلبيا حيا.

وباختصار تؤكد هذه النظرية فاعلية الجمهور المتلقي، إذ أنه دائم التقرير لما يريد أن يأخذ من الإعلام، بدل السماح للإعلام بتوجيهه الوجهة التي يريدها، فالجمهور يعتمد على معلومات ووسائل الإعلام ليلبي حاجاته، ويحصل على ما يحتاج إليه، وتصبح استعمالات الإنسان للإعلام المحك الرئيسي الذي يمكن أن يقاس بموجبه تأثير وسائله عليه.

د- **نظرية التنفيس (التطهير):** تعتمد نظرية التنفيس على مبدأ تطهير العواطف والمشاعر عبر التجربة غير المباشرة، واستمد أصحاب هذه النظرية أفكارهم من نظرية "أرسطو" الشهيرة حول المسرح، من أن المعاناة التي يخوضها المتفرج تؤدي إلى حالة من التطهر أو التنفيس عن الانفعالات، فيخرج المتفرج وقد شعر بالراحة والطمأنينة، وهكذا بنفس الطريقة يشعر المشاهد بعد أن يرى مشاهد عدوانية خيالية فإن غضبه قد خف، ويتخلص من اتجاهاته العدوانية.

ويرى بعض الباحثين وفقا لهذه النظرية أن مشاهد أفلام العنف تسمح للمشاهد بتصريف إحباطاته من خلال المعيشة الخيالية بدلا من الممارسة الواقعية، حيث تعمل هذه المشاهد كصمام أمان يصرف الإحباط والشعور بالعداء، وتكون نتيجتها مماثلة للكلمات التي يوجهها المرء لكيس مملوء بالهواء. ونخلص إلى أن هذه النظرية مازالت تحتاج إلى أدلة تؤكد صحة ما ذهب إليه أصحابها، ونرى ما توصل إليه "شرام" من أن التلفزيون لا يؤدي إلى تخفيف الميل النفسي تماما، كما أن صورة اللحم المشوي لا تقلل من شعور الجوعان بالجوع.

ه- **نظرية التعلم من خلال الملاحظة:** تشير هذه النظرية إلى أنه يمكن أن يتعلم الأفراد سلوك العنف من مراقبة أو مشاهدة برامج العنف والرعب والإثارة، فالأفراد يتعلمون سلوك العدوان والعنف من خلال مشاهدتهم للتلفزيون بتنميط سلوكهم حسب سلوك الشخصيات التي تعرضها برامج العنف، وتنطبق هذه النظرية بشكل أقوى على الأطفال الصغار حيث يكون لبيئتهم تأثيرها الهام على ما يتعلمونه، وتزداد الخطورة حينما يكون التلفزيون بديلا عن الأبوين، وترى هذه النظرية أن العنف في وسائل الإعلام يزيد من احتمال العدوانية عند المستقبلين من خلال ما يلي:

-تزويد المشاهدين بفرص لتعلم العدوان والعنف.

-تقديم شخصيات شريرة يمكن تقليدها، فلقد تبين أن المشاهدين يقتدون في أغلب الأحيان

بالشخصيات المتحدة معهم في الجنس والسن والظروف الاجتماعية والاقتصادية، وأوضحت دراسات عديدة ذلك.

بالإضافة إلى نظريات التأثير السالفة الذكر، فإن هناك نظريتين لا يفوتني المقام هنا بأن

أذكرهما وهما : **نظرية حارس البوابة الإعلامية، ونظرية مارشال ماكلوهان.**

**أ.نظرية حارس البوابة الإعلامية:**

تمر الرسالة بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، أي وفقا لإصلاحات بل اصطلاحات نظرية المعلومات، لأن الاتصال هو أيضا مجرد سلسلة تتصل حلقاتها. ويجب أن نعرف كيف تعمل سلاسل الاتصال وكيف تنتقل المعلومات في جميع أنحاء المجتمع، فمن الحقائق الأساسية التي أشار إل "كورت لوين" أن هناك في كل

حلقة بطولة السلسلة فردا، يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها، سينقلها أو لن ينقلها، وما إذا كانت الرسالة ستصل إلى الحلقة التالية بنفس الشكل التي جاءت به، أم سيدخل عليها بعض التعديلات أو التغييرات.

وحراسة البوابة تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة، سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الوسيلة الإعلامية ومنها إلى الجمهور.

بمعنى آخر، هناك مجموعة من حراس البوابة يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات، يتمتع أولئك الحراس بالحق في أن يفتحوا البوابة أو يغلقوها أمام أي رسالة تأتي إليهم، كما أن من حقهم إجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر .

#### ب. نظرية مارشال ماكلوهان:

يتصل عن قرب بدور وسائل الإعلام وطبيعتها، نظرية حديثة ظهرت في الغرب عن وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، وترى هذه النظرية أن هناك أسلوبان أو طريقتان للنظر إلى وسائل الإعلام من حيث:

-أولاً: أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.

-ثانياً: أو أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.

إذا نظرنا إليها على أنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم، فنحن نهتم أكثر بمضمونها، وطريقة استخدامها، والهدف من ذلك الاستخدام، وإذا نظرنا إليها كجزء من العملية التكنولوجية التي يحتمل أن تغير وجه المجتمع كله، شأنها في ذلك شأن التطورات الفنية الأخرى، فنحن حينئذ نهتم بتأثيرها بصرف النظر عن مضمونها.

يقول "مارشال" أن مضمون "وسائل الإعلام" لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تكنولوجية الوسائل الإعلامية نفسها، فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات، والجمهور الذي توجه له رسالتها، يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل".

ولكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال، ويقول "مارشال ماكلوهان": "أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع، أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعة المجتمع، وكيف يعالج مشاكله، وأي وسيلة جديدة أو امتداد للإنسان تشكل ظروف جديدة محيطية تسيطر على ما فعله الأفراد الذين يعيشون في ظل هذه الظروف، وتؤثر على الطريقة التي يفكرون ويعملون وفقاً لها".