

الفصل التاسع

نظريات التأثير الانتقائي

- تطور أطر التحليل الاجتماعي والنفسي.
- اولا - مدخل الفروق الفردية :
- التعليم كمصدر للفروق الفردية.
- مبدأ الانتقائية في ضوء الفروق الفردية.

الفصل التاسع

نظريات التأثير الانتقائي

ظلت مقولات «الطلقة السحرية» قائمة مابقيت التفسيرات العلمية للطبيعة البشرية فى جانبىها الاجتماعى والنفسى على النحو المشار إليه فى الفصل السابق إلا أن نظريات الطبيعة البشرية فى مجال علم الاجتماع وعلم النفس قد بدأت فى التغير بفعل اكتشاف التقنيات السوسولوجية والسيكولوجية، والاهتمام المتزايد بالبحث الإيميريقى خاصة فى الولايات المتحدة. هذه التطورات البحثية حركت تفكير العلوم الاجتماعية بعيداً عن نظرية المجتمع الجماهيرى Mass Society وكان محور التغير فى تفسير هذه النظريات وشروحها هو إعادة تعريف الطبيعة البشرية، مما ترتب عليه إعادة النظر فى طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد. فقد تم رفض فكرة أن الناس يواجهون وسائل الإعلام باعتبارهم جمهوراً لارابط بين أفرادهم، وظهر تصور جديد بأن جمهور وسائل الإعلام عبارة عن كائنات اجتماعية مرتبطة ببيئاتها الاجتماعية . (حمدى حسن ١٩٨٧ : ١١٧).

وسوف يناقش هذا الفصل تطور أطر التحليل الاجتماعى والنفسى التى دفعت التفكير بعيداً عن نظرية المجتمع الجماهيرى أو الآثار الموحدة الناتجة عن التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية، وذلك من خلال ثلاثة مداخل أساسية هى: مدخل الفروق الفردية، ودور التعليم، والسمات النفسية فى عوامل الانتقائية وتشمل: التعرض والإدراك والتذكر الانتقائى لوسائل الإعلام، ومدخل الفئات الاجتماعية وما يعكسه من دلالات التغير الاجتماعى، والتباين الاجتماعى فى المجتمع الحديث، وظهور الثقافات الفرعية، مع دراسة تفصيلية لنظرية الاستخدامات والإشباع باعتبارها أحد نواتج هذا المدخل لدراسة آثار وسائل الإعلام، ثم نعرض لمدخل العلاقات الاجتماعية، مع تناول تفصيلى

لنظريتي تدفق المعلومات على مرحلتين، وتبنى الأفكار الحديثة أو المبتكرات المستحدثة، وأخيراً يتناول الفصل الأهمية المعاصرة لنظريات التأثير الانتقائي.

تطور اطر التحليل الاجتماعي والنفسي :

بدأت الدراسات التجريبية الخاصة بآثار وسائل الاتصال الجماهيرية خلال القرن العشرين مع الدراسات التي أجراها «باين فاند» Payne Fund، وهي عبارة عن برنامج شامل يستهدف التعرف على آثار الأفلام السينمائية على الأطفال. وقد كانت هذه الأفلام وسيلة جديدة وفدت مع القرن العشرين وتزايد الإقبال عليها، خصوصاً في أعقاب الحرب العالمية الأولى، فقد تطورت الأفلام السينمائية إلى أحد الأشكال المهمة التي تستخدم في الترفيه عن الأسرة بحيث أصبحت وسيلة الترفيه المفضلة لأغلبية أفراد المجتمع، وفي أواسط العشرينيات كانت ملايين الأسر الأمريكية تشاهد هذه الأفلام كل أسبوع، وكان هناك نحو ٤٥ مليون طفل أقل من أربع عشرة سنة بين هؤلاء الجماهير. ويمكن أن ندرك أن الآباء كانوا مهتمين اهتماماً عميقاً بالآثار الضارة الكامنة في مشاهدة هذه الأفلام.

وقد كانت دراسات «باين فاند» تبحث آثار التعرض للأفلام السينمائية على أفكار وسلوك الأفراد، وأجريت هذه الدراسات بعناية فائقة من جانب كبار خبراء البحث في ذلك الوقت، ولاقت نتائج هذه الدراسات اهتماماً جماهيرياً كبيراً، وأدت بالفعل إلى إحداث انزعاج ملحوظ، حيث بدا أنها تؤيد فكرة أن الأفلام السينمائية تؤثر على الجماهير تأثيراً شديداً. (ديفيلير وروكيتش ١٩٩٣ : ٢٤٢).

بعد ذلك تم اشتقاق مفاهيم جديدة من مجالى علم النفس وعلم الاجتماع، وكان هذان المجالان يسعيان سعياً نشيطاً لفهم طبيعة الإنسان من المنظور الشخصى من جهة، ومن المنظور الجماعى أو التفاعلى من جهة أخرى.

وقد كان الهدف من ذلك هو السلوك الفردي والجماعي من كل جوانبه، بما فى ذلك السلوك الناشئ عن التعرض لوسائل الإعلام.

ومن هذه الأفكار النفسية والاجتماعية، نشأت التفسيرات الجديدة لآثار وسائل الإعلام. ولهذا السبب تعتبر المراجعة المختصرة للتطورات النظرية فى هذين العلمين الاجتماعيين ضرورية لفهم أسباب إعادة صياغة الأفكار المتعلقة بطبيعة وسائل الاتصال الجماهيرية، وآثارها، والأسباب التى دفعت إلى تفرع هذه الأفكار وتشعبها فى اتجاهات معينة.

ويمكن أن نقدم بعض التحذيرات أو الاحتياطات عند تفسير هذا التاريخ الفكرى. فبينما تبدو النتائج السابقة الخاصة بتطور النظريات الأساسية، واشتقاق أفكار تتعلق بوسائل الإعلام واضحة ومنطقية جداً، لم يكن الترابط بينها - فى ذلك الوقت - منظماً كما يبدو ذلك واضحاً الآن. فخلال السنوات الأولى من ظهور الأبحاث الخاصة بوسائل الإعلام (قبل الحرب العالمية الثانية)، لم يكن يوجد مجال موحد أكاديمياً يسمى «الاتصال الجماهيرى» أو «الإعلام» على نفس النحو الذى كان عليه ذلك العلم الذى يسمى التاريخ أو الاجتماع أو علم النفس أو علم دراسة الإنسان «الأنثروبولوجى» وهكذا. وقد جرت العادة على أن يكون الباحثون الذين يدرسون وسائل الإعلام من باحثى العلوم الاجتماعية الأساسية، أو من أصحاب الخلفية الأكاديمية الذين كانوا يستخدمون سلوك جماهير وسائل الإعلام كمجال مناسب لدراسة واختبار الفروض والمفاهيم والنظريات التى جاءت فعلاً من هذه المفاهيم الخاصة.

وعلى الرغم من الخلفيات المتنوعة للباحثين السابقين والطبيعة غير المنسقة لأبحاثهم، إلا أن المعرفة قد تراكمت بالفعل، فقد تم التوصل إلى عدد من المفاهيم والفروض والتعميمات الخاصة بعملية الاتصال الجماهيرى وآثاره من خلال عدد متزايد من الدراسات، وقد تم ذلك بلا أساس حقيقى يجمع هذه

المفاهيم معاً ويدعمها ويركّب منها الصيغ بحيث يمكن تسميتها «نظريات الإعلام».

وعلى الرغم - أيضاً - من الطبيعة غير المنظمة لأبحاث الاتصال الجماهيري في السنوات السابقة، إلا أن هذه الأبحاث ساعدت بالتدرّج على تراكم مجموعة من المعلومات المترابطة حول وسائل الإعلام وآثارها، كما ساعدت على خلق اتفاق جماعي متزايد حول كيفية وجوب دراستها. وأخيراً نشأ علم «الإعلام» أو الاتصال الجماهيري بعد عقودٍ من قيام الكليات وأقسام الدراسات العليا المتخصصة في الاتصال وتقديم برامج منظمة للحصول على شهادة في الدراسات الإعلامية. وقد دخل هذا العلم حيز التنفيذ عندما بدأت هذه المؤسسات في تدريب المتخصصين من درجة الدكتوراه في الإعلام، وقد كانت هذه المحاولات متأخرة نسبياً (بعد الحرب العالمية الثانية). (ديفيلير وروكيتش ١٩٩٣ : ٤٤٢ - ٤٤٤).

وسوف نعرض فيما يلي لنظريات التأثير الانتقائي، وهي تتكون من ثلاثة اتجاهات بحثية متميزة ومتصلة نشأت من تعرف علماء الاجتماع على نماذج سلوك الأفراد والمجموعات، وهي : مدخل الفروق الفردية، ومدخل الفئات الاجتماعية، ومدخل العلاقات الاجتماعية. ويعتمد كل مدخل على فروض أساسية تتعلق بسلوك الإنسان المتطور في القرن العشرين نتيجة للعلوم الاجتماعية الأساسية.

أولاً - مدخل الفروق الفردية : Individual Differences Approach

في بدايات القرن العشرين، بدأت المناقشات الواسعة تركّز على مسألة مصادر التغير أو التفرد Uniqueness في الشخصية الإنسانية. ونظراً لأن علماء النفس بدأوا الدراسات الخاصة بتعلم البشر والدوافع (المؤثرات)، أصبح من الواضح بشكل مطرد أن الناس كلهم كانوا مختلفين في بنيتهم النفسية. وقد

وجد أن شخصية كل كائن حي مختلفة مثل : بصمات الأصابع ، وعلى الرغم من أن البشر يشتركون جميعاً في أنماط السلوك الخاصة بثقافتهم ، إلا أن كل فرد له بنية إدراكية مختلفة من حيث : الاحتياجات والعادات الإدراكية والمعتقدات والقيم والمهارات، ولهذا أصبحت دراسة الفروق الفردية من بين هذه العوامل .

التعلم كمصدر للفروق الفردية :

كان السؤال الحساس المتعلق بأساس طبيعتنا البشرية هو: هل يتأثر إدراكنا بعوامل وراثية؟ أو بعوامل بيئية؟ أو بهما معاً؟ وقد أجاب على هذا السؤال فرع جديد من فروع علم النفس هو «سيكولوجية التعلم» ، إذ حاول المتخصصون فى هذا الفرع من علم النفس اكتشاف كيف تترك الخبرات والتجارب التعليمية المكتسبة من البيئة الاجتماعية تأثيرات مستمرة على الفرد . وقد تركزت اهتماماتهم بصفة خاصة على كيفية تكوين البنية الإدراكية (النظام السيكلوجى الداخلى الذى يكتسبه الفرد) وأنواع الاستجابات التى تصدر عن الشخص تجاه بيئته الخارجية .

وقد كانت وسائل الإعلام وسيلة تم من خلالها نقل الأفكار إلى عدد هائل من البشر الذين صاروا جمهوراً لتلك الوسائل . وكان يبدو من الواضح أن هذه الأفكار سوف تحدث مجموعة من التغيرات فى التركيب السيكلوجى (البنية الإدراكية) لهؤلاء المستلقين للرسائل الإعلامية . ومن المحتمل أن هذا التعليم قد غير بدوره سلوك هؤلاء الجماهير .

وكانت التجارب الفعلية حول التعلم قد بدأت فى عام ١٨٨٠ وما بعدها، حيث قام عالم النفس الألمانى «هيرمان ابنجهاوس» بإجراء تجارب واسعة على نفسه كشخص يتعلم ويحاول أن يتذكر مقاطع صوتية لبعض الكلمات . وأثبت «ابنجهاوس» تأثير عملية التعلم على متغيرات مستقلة مثل : طول المادة

المستخدمة، وعدد مرات التكرار. وعند دراسة كيفية تأثير الذاكرة وتوقفها عن العمل، توصل العالم الألماني إلى ما أسماه «منحنى النسيان» الذي يثبت العلاقة بين الزمن ودقة التذكر. وكانت هذه الدراسات المبكرة تعتبر شيئاً جديداً ودقيقاً، ولكن لمستخدم الإنسان في هذه التجارب كانت له حدود تؤثر في التجربة.

وقبل نهاية القرن التاسع عشر، قام «ادوارد ل ثورندايك» بإجراء تجارب على القطط، ولاحظ أن القطط تتعلم بسرعة أكبر إذا كانت الجوائز أكيدة وسريعة، وتوصل إلى نتائج مهمة حول ما أسماه العلماء فيما بعد بـ «التدعيم» أى تقديم الجوائز للاستجابات الصحيحة.

كذلك استطاع العالم الروسى «إيفان بافلوف» أن يربط بين نموذج لسلوك الكلب الطبيعى (سيلان اللعاب) وبين منبه خارجى تماماً (الجرس أو اللبنة)، حيث تمكن فى تجربته من الربط بين الاثنين فى نموذج ثابت للسلوك.

إن أهمية هذه التجارب الأولى أنها أثبتت أن الحيوانات يمكنها عن طريق التعلم أن تكتسب من البيئة المحيطة نماذج للسلوك لا دخل لها بعوامل الوراثة.

وقد ركز العلماء على أسباب اختلاف الناس فى تركيبهم النفسية على الرغم من أنهم يعيشون فى مجتمع واحد. وعلى الرغم من أن جميع البشر يرثون ميراثاً بيولوجياً يمدهم بإمكانيات مختلفة للتطور، فإن طريقة سلوكهم يمكن تعديلها بأشكال لايمكن حصرها، وذلك بسبب مايتعلمونه من مجتمعهم وثقافتهم.

ولكى نفهم الناس يجب أن نعرف أن كل واحد منهم متميز عن الآخر سيكولوجياً. فلا يوجد شخصان فى العالم مرا بتجربة واحدة فى عملية التعلم، ولهذا نستطيع أن نقول : إن الفروق الفردية (فى التركيب الخاص بالمعرفة) لها جذورها فى عملية التعلم ذاتها.

كذلك ظهر الاهتمام بعملية «الاستثارة» Arousal حيث تم تقديم أنواع مختلفة من المتع للحيوانات، أو دفعها لمعاناة الحرمان، وكانت النتيجة هي إدراك أن الاحتياجات البيولوجية عند الحيوانات، والإنسان أيضاً، يمكن أن تصبح مؤثرات قوية. ففى حين أن المؤثرات البيولوجية الموروثة مثل : الجوع والعطش والرغبة الجنسية، قد تكون متشابهة نوعاً من شخص لآخر، نجد أن المؤثرات المكتسبة أو المتعلمة Learned تأتي نتيجة لخبراتنا وتجاربنا الاجتماعية. ونظراً لأن لكل فرد مجموعة من الخبرات المتعلمة خلال تعايشه فى بيئته المتغيرة، فإن الدوافع التى يكتسبها الفرد تتيح له عدداً كبيراً من الفروق الفردية. وقد أدى هذا الإدراك بمرور الوقت إلى ظهور طرق جديدة فى التفكير عند دراسة آثار وسائل الإعلام. (ديفيلير وروكيتش ١٩٩٣ : ٢٤٦ - ٢٥٣).

وقد أقنعت دراسات الدافعية Motivation علماء النفس أن بعض الدوافع يمكن الحصول عليها من خلال التعلم، وأنه لا يمكن حفز كل الأفراد من خلال ذات الدوافع، وازداد الاعتراف بتنوع سمات الشخصية، وبدأت الاختبارات الذهنية تزودنا بأدوات معقدة لحصر هذه الفروق. ونتيجة لهذا التطور فإن مفاهيم جديدة ظهرت فى مجال علم النفس الاجتماعى لتحل محل أفكار الغريزة، وبصفة خاصة مفهوم الاتجاه Attitude كوسيلة لشرح اتجاهات المفاضلة والسلوك البشرى. (حمدي حسن ١٩٨٧ : ١٢٠).

وقد تم تقديم مفهوم الاتجاه على أنه وسيلة منهجية للتحليل فى كتابات علماء الاجتماع أمثال : «وليام توماس» و «فلوريان زنانيكى» فى نهاية الحرب العالمية الأولى. وقد قام هؤلاء بتعريف الاتجاه على أنه : «العملية الإدراكية عند الفرد التى تحدد نشاطه الحقيقى أو المحتمل فى عالمه الاجتماعى». وبعد فترة قصيرة من ذلك طرحت مئات التعريفات المتشابهة، وقد احتفظت معظم التعريفات بفكرة أن الاتجاهات عبارة عن نوع من : «الاستعداد المسبق» Predisposition المتعلم أو المكتسب، وأن هذه الاتجاهات تلعب دوراً قوياً فى تشكيل السلوك.

وكانت هناك أسباب كثيرة أدت لانتشار مفهوم «الاتجاه» Attitude منها توافر أنواع عديدة من المقاييس (على الرغم من أنها كانت ولا زالت من أكثر الأدوات التى أسئ استخدامها بشكل شائع فى مجال علم الاجتماع)، وكانت هذه الأدوات نموذجية للقياس فى عمليات مسح الجمهور، ووفرت هذه المقاييس بيانات رقمية أمدت الباحثين بالتحليل الإحصائى الذى سرعان ما أصبح الأسلوب المقبول فى عملية الوصف العلمى، واتخاذ القرارات المتصلة بفروض الاختبار، وأخيراً كان من السهل استخدام مفهوم «الاتجاه» فى التجارب من نوع (قبل/ وبعد) ليعرف العلماء هل أحدثت التجربة تغييراً فى سلوك الأفراد أم لا؟ ونتيجة لهذا زادت التجارب الخاصة بالاتجاه وعمليات المسح التى أجريت خلال الثلاثينيات فى كل المجالات، وكرست الجهود فى دراسة سلوك الفرد. ومن الطبيعى ألا تستثنى من ذلك وسائل الاتصال الجماهيرية.

وقد كان هناك جانبان آخران لمفهوم «الاتجاه» سرعان ما دفعا به إلى بؤرة دراسة آثار وسائل الإعلام هما:

١- قبيل نشوب الحرب العالمية الثانية، ساد اعتقاد كبير بأن وسائل الإعلام تستطيع أن تغير الاتجاهات أو المواقف، وفى ظل هذا المفهوم النفسى الديناميكى Psychodynamic - وهو مفهوم ذو علاقة بالعمليات العقلية والعاطفية الناشئة فى مرحلة الطفولة المبكرة وأثرها فى السلوك والأوضاع العقلية - كان من المتوقع تنفيذ مشروعات بحث عديدة . . مثل: دراسات فوائد الأفلام فى تدريب الجنود خلال الحرب، وبرنامج جامعة «ييل» Yale للبحوث الخاصة بالاتصال وتغيير الاتجاهات، وقد ركزت هذه البحوث على التأثير ومضامين الرسائل والظروف المؤثرة الأخرى التى يمكن استخدامها لتحقيق هذه التغييرات.

٢- كان من المسلم به أن الاتجاهات والسلوك يرتبطان معاً ارتباطاً قوياً، فقد

كانت الفكرة القائمة آنذاك هي أن الاتجاهات تشكل السلوك حسبما ورد في التعريف الأول لهذا المفهوم. ومن ثم، إذا استطاع القائم بالاتصال أن يغير اتجاهات أفراد الجماهير من خلال استخدام الرسائل المقنعة، فإنه يستطيع تبعاً لذلك إحداث تغييرات أكيدة في سلوكهم العلني الصريح. (ديفليير وروكيتش ١٩٩٣ : ٢٥٤ - ٢٥٦):

وترى «ألين ليسكا» (Liska, A.E. 1975 : 47) أن : «الافتراضات والمسلمات الخاصة بـ (الاتجاه) والتي سادت الفترة من الثلاثينيات وحتى الستينيات كانت بلا أسانيد، فالاتجاه والسلوك العلني نادراً ما يتفقان معاً بشكل متماثل، وكشفت بحوث عديدة أنهما لا يرتبطان في العادة».

ومع ذلك، وعلى الرغم من هذا البحث المعارض، مازال كثير من الباحثين في مجال الاتصال يتشبثون بالافتراض بأن تغيير الاتجاه عن طريق التعرض للرسائل المقنعة يغير السلوك تبعاً لذلك.

وعلى أية حال، كان دور الفروق الفردية في تشكيل الاستجابات لوسائل الاتصال هو الوجه الأكبر في الأبحاث الخاصة بوسائل الإعلام بدءاً من الفترة السابقة مباشرة للحرب العالمية الثانية وحتى بداية الستينيات، فقد كانت الفكرة الأساسية هي أن الفروق الفردية في البنية النفسية أو الإدراكية لأفراد الجمهور هي مفاتيح تكوين اهتماماتهم بوسائل الإعلام، وسلوكهم نحو القضايا والموضوعات التي تمت مناقشتها. وهكذا نجد أنه لا يوجد عيب أو خطأ بعينه في تلك الفكرة، وإن كان قصورها الأكبر يكمن في أنها تعطي صورة غير كاملة عن العلاقة بين البشر ووسائل الاتصال الجماهيرية. (ديفليير وروكيتش ١٩٩٣ : ٢٥٦).

مبدأ الانتقائية في ضوء الفروق الفردية :

أصبح واضحاً مما سبق أن جمهور وسائل الإعلام ليس جماعة متناسقة

تصغى إلى الرسائل الاتصالية، وتتأثر بها بشكل مباشر وموحدٍ مثل : الطلقات السحرية، وإنما ظهر مبدأ الانتقائية Selectivity الذى يشير إلى أن استخدام وسائل الاعلام يخضع للاعتبارات الفردية، وسمات الشخصية، وظروفها الذاتية .

ويرى «جون بيتر» (Bittner, J.R. 1986: 403) أن تأثرنا بوسائل الاتصال الجماهيرية يخضع لعوامل الانتقائية، حيث أشارت نتائج دراسات عديدة إلى أننا نختار ما نعرض له من محتوى وسائل الاتصال وهذه العملية تسمى بالتعرض الانتقائي Selective Exposure، كذلك فإن إدراكنا للرسائل التى نعرض لها يؤثر فى طبيعة ردود أفعالنا، وتعرف هذه العملية بالإدراك الانتقائي Selective Perception، وبسبب الإدراك الانتقائي فإن الفرد يتذكر فقط الجوانب التى تؤكد أفكاره وتتفق معها، فإذا كانت الأفكار المطروحة تتفق مع شخصية المتلقى تماماً، فإنه قد يتذكرها جميعاً، وإذا كانت هذه الأفكار تختلف مع طبيعة شخصيته، فإنه قد يلغىها من عقله تماماً ولا يستعيدها، وتسمى هذه العملية بالتذكر الانتقائي Selective Retention، ونتيجة زيادة ميل وسائل الاتصال إلى التخصص فى توجيه المحتوى الإعلامى، فإن ذلك يزيد من دائرة اختيارات الجمهور للوسائل الإعلامية والمحتوى الذى يتعرض إليه .