

السابع

الفصل

التأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام

غالباً ما كان ينظر إلى تحليل الآثار بوصفه المفتاح الأساسي لأي بحث في مجال الإتصال الجماهيري . وعلى الرغم من الأهمية المتنامية للأبحاث الإعلامية الأخرى التي تتناول الجمهور ، ورجال الإتصال ، والمؤسسات الإعلامية بقي تحليل الأثر ، حتى الوقت الراهن ، واحداً من أكثر الموضوعات إثارة للجدل بين الباحثين والمفكرين . ويستند هذا الجدل الدائر بين الباحثين حول مدى الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام في سلوك الناس . ويكاد يجمع الباحثون اليوم على أهمية الأثر الذي يتركه الإعلام في حياة الناس اليومية . وإذا كان هناك من شك في أهمية هذا التأثير فإن ذلك يعود إلى غياب المعيار العلمي الموثوق القادر على قياس الأثر الذي يتركه الإعلام في الرأي العام وفي العادات وأنماط السلوك أو في مجال التثقيف والإكتساب المعرفي . ويعود ذلك أيضاً إلى تعدد المتغيرات الاجتماعية والتي لا يمكن فيها لوسائل الإعلام أن تكون المصدر الوحيد للتغير المحتمل في الحياة الاجتماعية للأفراد . وقد أدت هذه النزعة الريبية إلى دفع الباحثين ، في مجال الإتصال ، لبذل المزيد من الجهد والإهتمام لدراسة الآثار التي تتركها وسائل الإعلام على السلوك الاجتماعي.

المراحل الثلاثة:

تصنف الأبحاث الجارية لدراسة التأثير الاجتماعي للإعلام في ثلاث مراحل تاريخية. هذا وتمتد المرحلة الأولى من الستينات حتى بداية الحرب العالمية الثانية ، وهي المرحلة التي تتميز بإيمان الباحثين بالقدرة الكلية لوسائل الإعلام ، ويعود ذلك الإيمان إلى الخصوصية التاريخية لهذه المرحلة ، حيث كان البحث الإعلامي يتمركز حول مسألة قدرة وسائل الإعلام على التلاعب بالجمهور وذلك فيما بعد الحرب العالمية الأولى ، ومن هنا تصدرت هذه المرحلة فكرة القدرة الكلية لوسائل الاتصال الجماهيري وخاصة الراديو الذي ظهر كأداة قادرة على تشكيل الرأي العام السياسي وفقا لإدارة رجال الإعلام. وقد وجدت هذه النظرية تعزيزا لها في مجال علم النفس وخاصة في نظرية المثير والاستجابة وهي النظرية التي كانت تنسجم مع طبيعة الموضوعة في ذلك العهد . فالطبيعة الإنسانية واحدة في عرف هذه النظرية وبالتالي فإن الكائنات الإنسانية تستجيب بطريقة متشابهة بكثير أو قليل إلى مثيرات الوسط الاجتماعي . وفي إطار هذه المرحلة بالذات لم تكن القدرة الكلية لوسائل الإعلام قد أخذت شكلها في إطار نظري أو تبلورت في صيغة علمية محددة . وقد قدر لهذه النظرية أن تجد تحديدا لها في السياق التاريخي اللاحق ومع ذلك فقد انطلقت من المبدأ الذي يقول:

إن الرسالة الإعلامية ذات تأثير واحد بالنسبة لجميع الأفراد الذين يستقبلونها وهم لا يبدون استجابات بطرق مختلفة ومباشرة لما تطرحه المثيرات الإعلامية.

في المرحلة الثانية برزت فكرة القدرة المحدودة لوسائل الإعلام . وتبدأ هذه المرحلة من نهاية الثلاثينات وتستمر حتى الستينات . وتأتي الدراسات التي أجريت في هذه المرحلة كرد فعل على النظرية السابقة التي تؤكد القدرة الشمولية لوسائل الإعلام . وبناء على ذلك قام الباحثون بإجراء سلسلة من الدراسات والبحوث الميدانية وذلك من أجل اختبار فرضيات علمية جديدة . وتشكل هذه المرحلة بداية انطلاق الدراسات الميدانية في هذا الميدان ، حيث بدأ الباحثون محاولاتهم من أجل تجاوز الدراسات التأملية

والإنتقال بها إلى مستوى الدراسات التنظيمية وذلك باعتماد وسائل وأدوات بحث منهجية حديثة العهد.

وقد كرست الدراسات الأولى من أجل تحديد أثر وسائل الإعلام (الصحف-الراديو) في المجال السياسي. وقد أخذت هذه الدراسات بعين الإعتبار عددا كبيرا من المتغيرات وذلك لتحديد آثار وسائل الإعلام المعنية على السلوك . وفيما بعد بينت هذه الدراسات ، وذلك من منطلق البحث الميداني ، نسبية التأثير الذي يمارسه وسائل الإعلام وهي بذلك استطاعت أن تدحض فكرة التأثير المطلق والمباشر لوسائل الإعلام على الرأي العام وعلى السلوك الاجتماعي . وقد برهنت هذه الدراسات أيضا أن تأثير وسائل الإعلام لا يشكل الا عنصرا واحدا من عناصر متعددة متكامله ، وبالتالي فإنه لمن الصعوبة بمكان عزل هذه العناصر بعضها عن بعض : كالعوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتي تلعب دورا هاما في التأثير على مواقف الأفراد وخياراتهم. وأدت هذه النتيجة التي أبرزتها هذه الدراسات إلى وضع نهاية للنظرية التي تقول بالقدرة الشمولية لوسائل الإعلام في التأثير على سلوك الناس وآرائهم. وقد مهد ذلك لولادة اتجاه جديد أكثر تواضعا في تأكيد دور وسائل الإعلام وأهميتها في تحديد سلوك الناس وآرائهم.

وكان لذلك التوجه الجديد أثر كبير في غضون السنوات اللاحقة. وفيما بعد بينت الدراسات المتلاحقة أن وسائل الإعلام لا تؤدي بالضرورة إلى تغير في مستوى السلوك أو في مستوى الآراء، ويلخص جوزيف كلابير Joseph Klapper هذه المرحلة بقوله " إن الإتصال الجماهيري لا يمكن أن يكون على العموم ، سببا كافيا للتأثير في الجمهور الإعلامي وأن تأثيره يتحدد في نسق متوازن من عوامل غير آتية "

وتبدأ المرحلة الثالثة للبحث الإعلامي منذ أواسط الستينات وتستمر حتى أيامنا هذه . وهي مرحلة التحولات الكبرى التي بدأ فيها الباحثون وعلى نحو مفاجيء مرحلة الشك بمقولة التأثير النسبي والمحدود لوسائل الإعلام وخاصة فيما يتعلق بالتلفزيون الذي

ظهر كوسيلة إعلامية جذابة وقادرة ومؤثرة بدرجة كبيرة في حياة الناس الاجتماعية.

وتنطلق البحوث الجارية اليوم من النظرية القديمة القائلة بالقدرة اللامتناهية لوسائل الإعلام . وتتجه هذه الأبحاث إلى دراسة التأثير المعرفي والإنفعالي الذي تمارسه وسائل الإعلام على الأفراد وسلوكهم.

وعلى خلاف الاتجاهات السابقة ، التي ركزت على أهمية الإقناع واحتمالات التغيير السلوكي وفقا لتوجهات وسائل الإعلام التي بدأت تباشر تأثيرا هاما على وعي الجماهير وآرائهم ، أولت الاتجاهات الجديدة أهمية لدراسة الشروط التي تحيط بالجمهور الإعلامي. حيث شهدت هذه المرحلة عددا كبيرا من الدراسات التي تتناول الإعلام الترفيهي كمصدر اساسي للتأثير في السلوك الاجتماعي ، وتلك هي احدى السمات التي تتميز بها هذه المرحلة والتي تشكل إطارا للأفكار والاتجاهات الجديدة والتحديات النظرية والمنهجية التي تتميز بالغنى والثناء . وليس غريبا أن تركز هذه الأبحاث على دراسة تأثير وسائل الإعلام على المواقف والاتجاهات حيث ترتب على ذلك تراكم في الأدلة والبراهين على وجود علاقة جوهرية بين التأثير المتوقع والمستوى المعرفي عند الأفراد . وذلك دفع الأبحاث الجارية إلى التعيين في نزعة جديدة تتطلب التفرغ الكامل لدراسة العوامل المعرفية.

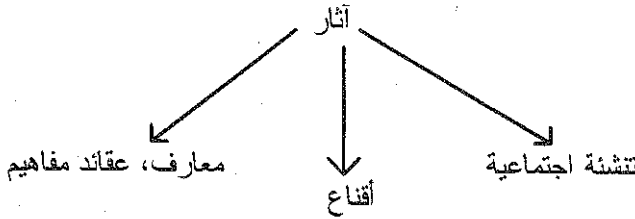
الاتجاهات المتباينة:

لا تتوقف الآثار التي تركها وسائل الإعلام عند حدود التأثير على الأفراد وإنما تتجاوز ذلك للتأثير على الجماعات في مستوياتها المؤسساتية والاجتماعية. وتغلغل وسائل الإعلام كما بينا سابقا في عمق جوانب الحياة الاجتماعية كافة، وهي عندما تؤثر على جانب ما من جوانب الحياة فإن هذا التأثير يجد صداه في الجوانب الاجتماعية الأخرى.

ويلاحظ في هذا الخصوص أن أغلبية الأبحاث كانت تركز على مدى تأثير وسائل الإعلام في سلوك الأفراد ، وعلى خلاف ذلك بدأت الأبحاث الجديدة تعالج مسائل أكثر

تعقيدا وأهمية. وإذا كانت أبحاث الإعلام تواجه عددا من الصعوبات فإن هذه الصعوبات تتوالد بشكل دائم وذلك لأن تأثير وسائل الإعلام يتم عبر عمليات معقدة للغاية وذلك على المستوى الإنفعالي كما على المستوى المعرفي والسلوكي . وفي هذا الخصوص تبين الدراسات الإعلامية الجارية أن الآثار المعرفية تمتد في اتجاهاتها لتشتمل على الجوانب المعرفية والترفيهية والإنفعالية وأخيرا السلوكية.

وعلى الرغم من غياب الأطر الخاصة بالمفاهيم النظرية لتصنيف آثار وسائل الإعلام فإن جهودا عديدة - أغلبها من جانب علماء النفس تتيح لنا اليوم فرصة تصنيفها وخاصة فيما يتعلق بالآثار الفورية للرسالة الإعلامية. ومع ذلك فإن مثل هذه التصنيفات تبدو معقدة ومحدودة على المستوى الإجرائي. ونقترح في هذا المقام تصنيف هذه الآثار وفقا لطبيعة المعارف والمعلومات والرأي العام والعقائد والمفاهيم التي تسعى وسائل الإعلام إلى تكريسها والتي تدخل في عملية التنشئة الاجتماعية.



الجانب المعرفي والمعلوماتي

تكمن الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام في نشر المعلومات والمعارف. وغالبا عندما يجري الحديث عن توزيع المعلومات ما يشار إلى الأخبار والعلاقات العامة ولكن المعلومات يمكن أن تصل للناس عن طريق البرامج الترفيهية أيضا. وبصورة عامة يعترف الناس بأنهم يحصلون جانبا كبيرا من معارفهم عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري.

تبين إحدى الاستقصاءات التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية على عينة من

البالغين والتي انطلقت من السؤال التالي " من أين تحصل على المعلومات حول ما يجري في العالم ؟ " أن 95% من المستجوبين يحصلون على معارفهم عبر وسائل الإعلام . (وقد بين 64% منهم التلفزيون على وجه الخصوص).

إن التعرف على مصدر معلومات الناس وطبيعة إدراكهم لهذه المعلومات أو طبيعة الحصول عليها يشكل اليوم ميدانا جديدا نسبيا من ميادين البحث في مجال الدراسات الإعلامية الجارية. وبالتالي فإن نتائج هذه الدراسات ما تزال محدودة وقليلة.

ويلاحظ أن أغلب الأبحاث الجارية في هذا الميدان حول تحوّل المعرفة يتمركز على مسألة الأخبار وهناك أربع متغيرات تؤخذ بعين الاعتبار في خصوص ذلك وهي:

- 1 - عدد الأشخاص الذين يدركون الخبر المعطى.
- 2 - أهمية الخبر المعنى.
- 3 - كمية المعلومات الإخبارية.
- 4 - مصدر معارف الفرد (وسائل الإعلام أم الإتصال الشخصي). ويلاحظ أن التقاطع بين هذه المتغيرات الأربعة أمر في غاية التشابك والتعقيد.

فعندما يتم تحويل المعلومات بواسطة وسائل الإعلام يلاحظ أن الاتصال الشخصي يتدخل بطريقة أقل أو أكثر أهمية وبالتالي فإن النتيجة تتباين وفقا لمدى هذه العلاقات ودرجة اتساعها في السياق العام للعملية الإعلامية.

إنه لمن الصعوبة بمكان تحديد نصيب وسائل الإعلام في تكوين البنية المعرفية عند الأفراد . وأنه لمن الصعوبة أيضا إجراء قياس دقيق لنسبة ما حصله الأفراد حقا بواسطة وسائل الإعلام وحجم المعلومات التي يحصلون عليها من جوانب أخرى . فالإستهلاك الإعلامي يرتبط إلى حد كبير مع نوع المعرفة التي تتميز بالخصوصية كالمعرفة السياسية على سبيل المثال.

لم تستطع الأبحاث الجارية أبدا أن تؤكد وجود علاقة ترابط واضحة بين الإستهلاك الإعلامي وبين المعرفة الجيدة في مجال المسائل الحديثة.

وفيما يتعلق بمسألة العلاقة بين المستوى المعرفي للفرد ومدى استهلاكه لمختلف الوسائل الإعلامية يصل الباحثون إلى نتيجة مذهشة تتعلق بالوسائل الإعلامية المرئية كالتلفزيون : إن الذين يستهلكون الإعلام المطبوع يملكون معرفة أفضل وذلك بالقياس إلى هؤلاء الذين يعتمدون على التلفزيون كأداة إعلام رئيسية. وتبين هذه الأبحاث أن المعرفة الحقيقية لهؤلاء الذين يشاهدون التلفزيون بافراط شديد هي معرفة سطحية في كل الأحوال. فالتلفزيون يعرض الجانب المثير في الأحداث الجارية وهو يركز على الجوانب الهامشية بدرجة أكبر من التركيز على الجوانب الجوهرية. وفي هذا الصدد يشير كل من باترسون Patterson وكليير Mc. clure أن الأخبار التي يعرضها التلفزيون تركز على الجانب الشيق والجذاب الذي يحمل طابعا مسليا ولكنه بكل بساطة لا يؤدي معلومات حقيقية" ويتبع ذلك أن الذين يعتمدون على التلفزيون في معرفة الأخبار يملكون إلى حد ما معرفة سطحية وهامشية عن العالم الذي يعيشون فيه.

ومن أجل مزيد من الدقة والتحديد يمكن القول أن الناس في المجتمعات الغربية غالبا ما يميلون إلى استقاء معلوماتهم عبر وسائل الإعلام المكتوبة بوصفها أدوات الإعلام المفضلة لديهم . وذلك لأن ثقافة التلفزيون غالبا ما تكون سطحية وفسيفسائية. ويعود هذا إلى أن الأنظمة التربوية والمعايير الثقافية غالبا ما تؤكد على أهمية المطبوع في عملية إكتساب المعرفة. وفي هذا الخصوص تشير بعض الأبحاث أن قراء الصحف غالبا ما يدركون الأخبار التلفزيونية بسرعة أكبر من هؤلاء الذين يدمنون على مشاهدة الأخبار عبر شاشة التلفزيون. وفي هذا السياق تجدر الإشارة إلى الدراسة التي قام بها ستوفر Stauffer ومساعدوه وهي دراسة ميدانية مقارنة عام 1978 على عينة من الأفراد وذلك من أجل قياس القدرة على إدراك عناصر الأخبار خلال ثلاثين دقيقة من الإستماع إلى أخبار التلفزيون. تتكون عينة الدراسة من الشباب الأمريكيين في التاسعة عشرة من العمر موزعين على مجموعتين حيث تتكون المجموعة الأولى من 67 شابا يدرسون في الجامعة وتمت مقارنة اجاباتهم مع مجموعة أخرى من الشباب الأميين الذين سبق لهم

تعلم القراءة والكتابة ولكنهم لم يمارسوا نشاطا فكريا ما ولذا فإنهم نسوا مهارة القراءة والكتابة. لقد أكد كل من الفريدين بأن مصدر معلوماته الرئيسي هو التلفزيون. وبينت النتائج أن المجموعة الأولى قد حظيت بنتائج أفضل من المجموعة الثانية وقد قام الباحثون بتفسير هذه النتيجة وفقا لاطروحة تقول " بأن التربية التي تؤدي إلى نمو قدرات الأفراد على القراءة والكتابة تؤدي أيضا إلى زيادة قدرة الأفراد على تحليل الصورة المرئية والتعبير الشفوي.

فرضية التباين المعرفي:

يعود منشأ هذه الفرضية إلى تيشرور Ticheror ومساعديه والتي تقول بأن الفئات الاجتماعية ذات المستوى الاجتماعي الثقافي المرتفع تستطيع أن تستوعب قدرا أكبر من المعلومات وبسرعة أكبر من الفئات الاجتماعية ذات المنشأ الاقتصادي الاجتماعي المتواضع . وبالتالي فإن التباين في القدرة يتزايد كلما تزايدت الفروق الاجتماعية . ولا يذهب الباحثون إلى القول بأن الفئات الاجتماعية المتواضعة لا تملك معلومات وإنما يؤكدون أن نمو المعرفة يصبح أكبر كلما تدرجنا باتجاه الفئات الاجتماعية الميسورة.

وفي هذا المجال تشير بعض الأبحاث الجارية في مجال المجالات الدعائية السياسية إلى نتيجة تقول أنه بفضل وسائل الإعلام يمكن أن تصبح معارف الجماعات المختلفة متكافئة وذلك بالمعنى الضيق للكلمة. ولكن بعض الدراسات الأخرى تذهب إلى القول بأن وسائل الإعلام يمكن أن تؤدي إلى تباين معرفي بين الفئات الاجتماعية وذلك بالمعنى الواسع للعبارة. تقدم وسائل الإعلام معارف جزئية أو نوعا من اللامعرفة إذا جاز التعبير. وفي كل الأحوال تشير الأبحاث إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين الانتماء الاجتماعي الميسور اقتصاديا واجتماعيا ومدى الاهتمام الذي ينصب على الشؤون السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

وهناك اتجاهان مختلفان في أصل فرضية التباين المعرفي ، حيث يركز الإثناه الأول

على التوزيع المتكافئ للمعلومات بين مختلف الفئات الاجتماعية فيما يركز الإنجاء الثاني على مستوى المعرفة النسبية الخاصة بموضوع معين . ففي الحالة الأولى يبدو واضحا أن الإعلام غير قادر على قلب الأوضاع القائمة. أما في الحالة الثانية فإن الإعلام يمكنه أن يشكل قوة هامة قادرة على تحقيق التوازن وإزالة التباين الأولي القائم بين مستويين معرفيين مختلفين.

ومن أجل اختيار هذه المسألة قام ميشيل سوشون Michel Souchon في فرنسا بدراسة هامة عام 1965-1966 حول دور التلفزيون في حياة الشباب. وقد تميزت هذه الدراسة بالإتساع والغنى في معطياتها وإجراءاتها. والسؤال المحوري لهذه الدراسة كان في معرفة المعيار الذي يمكن فيه للتلفزيون أن يلعب دورا هاما في النمو الثقافي عند الشباب على المستوى العياني ، وما إذا كانت الفروق الثقافية قابلة للذوبان تحت تأثير وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون. أجريت هذه الدراسة على عينة تقدر 1445 تلميذ من مجموع تلاميذ مقاطعة سانتيتيان Saint-Etienne والذين تتراوح أعمارهم بين 16-18 عاما والذين يدرسون في مدارس عامة أو خاصة أو في مدارس مهنية.

وإلى جانب الأسئلة التي تدور حول أوقات الفراغ ودور التلفزيون في الحياة اليومية وفي حياة المراهقين قام سوشون بإجراء اختبارين حول مدى فهم برنامجين تلفزيونيين شوهدا من قبل الأطفال. وكانت النتائج متباينة بتباين نمط المؤسسات المدرسية التي ينتمي إليها الطلاب وقد تبين أن الأطفال الذين يدرسون في المدارس التقليدية وفي المدارس الحديثة أفضل بكثير من نتائج الأطفال الذين يدرسون في مدارس فنية أو من الأطفال الذين يتابعون دراستهم في مدارس التعليم المهني.

وقد تمكن الباحث من الوصول إلى نتيجتين أساسيتين هما:

-يعد التلفزيون بحق أداة تجانس ثقافي إذ يزود الأطفال بالمعلومات الجديدة . ولكن المدّ الثقافي للتلفزيون لا يمكن له بمفرده أن يكون بحد ذاته ثقافة. وعندما تكون هناك حرية الإختيار فإن هناك تباين كبير في مستوى الأستهلاك هذا من جهة. ومن جهة أخرى

يلاحظ الباحث أنه عندما يكون الإستهلاك في مستوى واحد فإن استقبال المعلومات يتباين بتباين الأصل الاجتماعي الثقافي : حينما يشاهد الأطفال الذين ينتمون إلى أصول مختلفة البرامج التلفزيونية نفسها فإنهم لا يستقبلون دلالة البرنامج بصورة واحدة.

-لا يعد التلفزيون مصدرا آليا للغنى الثقافي: فهو يغني بدرجة أكبر الأكثر غنى على المستوى الثقافي . وبعبارة أخرى إذا كان البرنامج التلفزيوني يؤدي إلى عملية إفقار ثقافي فإن ذلك يتحقق بشكل كبير عند أبناء الفئات الفقيرة ويتحقق ذلك بشكل نسبي عند أبناء الفئات الاجتماعية الميسورة ثقافيا.

وفي هذا الصدد تجمع الدراسات الجارية أن وسائل الإعلام ليست الينابيع الوحيدة التي يتلقى منها الأفراد معلوماتهم ومعارفهم حول موضوع معين. فبالإضافة إلى العلاقات الشخصية التي تلعب دورا هاما في اكتساب المعلومات فإن هناك عوامل أخرى كالتجربة الشخصية وطبيعة الموضوع الذي تبتغي معرفته وهي عوامل تؤثر بطريقة حاسمة.

وفيما يتعلق بطبيعة وسائل الإعلام والتباين المعرفي تبين أن وسائل الإعلام تتدخل بدرجات مختلفة في عملية اكتساب المعرفة.

ويلاحظ أيضا أن التباين يكون كبيرا بين الأفراد إذا كانت الصحف هي المصدر الإعلامي الوحيد. ولكن التلفزيون يخفف من حدة التباين المعرفي القائم بالمعنى الواسع للكلمة. وهو بالتالي يزيد في غنى الأغنياء على المستوى المعرفي بدرجة أكبر عندما يتعلق الأمر بالأوساط الفقيرة ثقافيا.

إن أكثر البرامج التلفزيونية التربوية شهرة - مثل شارع السمسم Sesam street - لم تستطع أن تحقق توازنا بين الإختلافات المعرفية القائمة. يتأليف هذا البرنامج الذي قامت بإعداده إحدى كبريات الشركات الأمريكية، من 130 حلقة ملونة لمدة ساعة لكل حلقة وهو برنامج موجه لأطفال ما قبل المرحلة المدرسية

بمفرده وأن يدرك محتواه دون مساعدة الآخرين. ويلاحظ أن البرنامج يحتوي على جملة تقنيات الدعاية التي وظفت بطريقة جيدة وذلك من أجل إدراك الأهداف التربوية. كما أن نمط العرض قد تم وفقا لمبدأ اللقطات الإعلانية التي يجيبها الأطفال. وتم عرض هذا البرنامج خلال خمسة أيام في الأسبوع وذلك في الفترة الصباحية على شاشات 200 محطة تلفزيونية محلية وقد قدر لهذا البرنامج أن يصل إلى ملايين الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين الثالثة والخامسة من العمر.

وبعد عدة أشهر من عرض هذا البرنامج أجرى الباحثون محاولة جادة لتقدير مدى تأثير هذا البرنامج وخرجوا بالنتائج التالية:

- كان نصيب الأطفال التعليمي كبيرا وخاصة هؤلاء الذين تابعوا البرنامج بانتظام.
- كانت الفائدة التي جناها الأطفال الذين ينتمون إلى أوساط اجتماعية ثقافية غنية أكبر وذلك بالقياس إلى غيرهم من أبناء الفئات الاجتماعية.

كما لوحظ أن الأوساط التي تتيح للأطفال مجالاً أكبر من أجواء الحوار مع ذويهم أو مع الراشدين تؤدي إلى زيادة تأثير البرنامج علماً بأن هذا البرنامج قد أعد للأطفال الأكثر إفتقاراً إلى المعرفة والذين يمكنهم مشاهدة البرنامج بشكل مستقل.

فرضية الوظيفة التنظيمية:

لقيت الأبحاث التي رسمت "بالوظيفية" نجاحاً واسعاً في السنوات الأخيرة. وتتمحور هذه النظرية حول إمكانية وسائل الإعلام في التأثير على الجانب المعرفي للجمهور وذلك في موضوعات مختلفة.

وفي هذا الصدد يلاحظ لازارسفيلد Lazarsfeld أن وسائل الإعلام لا تشد إلتباه الجمهور فيما يتعلق بالأشخاص والخصوصيات فحسب بل حول قضايا متعددة. ويبين سفيلد في هذا السياق أن رأي الناس قد لا يتغير وفقاً للموضوعات التي تعالجها وسائل الإعلام ولكن الحدث يصبح بفضل تدخل وسائل الإعلام أكثر أهمية في نظر المشاهدين.

فهناك غزارة كبيرة في المعلومات ولا يمكن لوسائل الإعلام أن تثير عند الجمهور إهتماما على مقياس واحد فيما يتعلق بالأحداث التي تجري في العالم هذا من جهة ، ومن جهة أخرى لا يستطيع الجمهور أن يتمثل شلال المعلومات الذي تقدمه وسائل الإعلام . فوسائل الإعلام تسعى إلى وضع برامج للأحداث المتعاقبة وتشير إلى مراتب أهمية الموضوعات المعروضة.

ويتضمن هذا النشاط التركيبي أهمية كبيرة وخاصة في إطار الحملات الانتخابية. هذا ويصف لنا كل من مايك كومبس Mc Combs وشو Show هذه الظاهرة من خلال الملاحظات التي أجريت حول الحملات الانتخابية كما يلي:

- يستمد الناس منذ اللحظة الأولى للحملة الانتخابية أغلب معلوماتهم عبر وسائل الإعلام. - يحصل الجمهور على معلومات جديدة.

- يصبح الجمهور أكثر وعيا بالعوامل الجديدة للحياة السياسية والاجتماعية وذلك من خلال المناقشات والجدل الذي تعرضه وسائل الإعلام خلال الحملة الانتخابية. ومن أجل اختبار هذه الطروحات قام الباحثان بإعداد أدوات منهجية تسمح لهم بإجراء دراسة مقارنة حول القضايا الهامة في إطار الحملة الانتخابية: إهتمامات المنتخبين ومحتوى النصوص الإعلامية المعروضة.

وقد بدأ توظيف مقولة التنظيم الوظيفي بشكل واسع منذ السبعينات وذلك من قبل الباحثين الذين كرسوا جهودهم لاختبار معامل الارتباط الإحصائي بين إهتمام الجمهور في مختلف الشؤون العامة التي تعرض عبر وسائل الإعلام ومدى تجسيد هذه القضايا لمصالح الجمهور . ولقياس درجة إهتمام وسائل الإعلام بموضوع ما يتم إحصاء عدد البرامج وعدد المقالات التي تركز لمعالجته.

وفي هذا الصدد قام فونكوسير Funkhauser بإجراء دراسة ميدانية حول أهم القضايا المحورية لوسائل الإنتاج وذلك في السبعينات (1960-1970) وحاول أن يحدد العلاقة بين هذه الموضوعات ومدى فعالية وسائل الإعلام في تغطية هذه الموضوعات وقد تناول في هذه الدراسة ثلاث صحف : التسايم ونيوزويك ، و.ي.س. نيوز. وتأخذ

مرحلة السبعينات أهمية خاصة لما تحتويه هذه المرحلة من أحداث وتقلبات سياسية واجتماعية هامة في المجتمع الأمريكي وعلى الخصوص المواقف الجديدة والصراعات التي ظهرت في هذه المرحلة أنظر الجدول رقم (1)

أظهرت الدراسة وجود علاقة ترابط قوية بين مدى تغطية الصحف للمسألة المطروحة والأهمية التي تأخذها هذه المسألة في إطار الرأي العام. واستطاعت اجابات أفراد العينة على السؤال التالي: "ما أهم المشكلات التي تواجهها الولايات المتحدة الأمريكية؟" أن تعكس إلى حد كبير توجهات وسائل الإعلام. ويتجلى هذا الترابط أيضا في إجابات أفراد العينة على السؤال التالي أيضا: "ما المشكلات التي يجب أن تحظى بأولوية إهتمام الحكومة؟".

جدول رقم (1) مدى تغطية الصحف للمسألة التي تدور أحداثها بين عامي 1960-1970 ونسق الموضوعات الهامة التي يجب على الولايات المتحدة معالجتها خلال هذه الفترة.

المسائل	عدد المقالات	نسق التغطية	نسق الأهمية
حرب فيتنام	861	1	1
المسألة العرقية	687	2	2
ثورة الطلاب	267	3	4
التضخم	234	4	5
التلفزيون	218	5	12
الجريمة	208	6	3
المخدرات	173	7	3
البيئة	109	8	6
التدخين	999	9	12
الفقر	974	10	7
الجنس	462	11	8
حقوق المرأة	247	12	12
العلم والمجتمع	737	13	12
السكان	736	14	12

وكانت اجابات أفراد العينة متنوعة جدا فيما يتعلق بالسؤال التالي وهو " ما المسائل التي تستحوز على إهتمامك الشخصي" وقد استطاع الباحث أن يصل إلى النتائج التالية:

1- إن درجة تغطية وسائل الإعلام للمسائل المطروحة تؤكد على تكسيّف وسائل الإعلام مع الأحداث الرئيسية الجارية. وهذا يعني أن وسائل الإعلام تستبق إهتمام الرأي العام لمدة عام أو عامين وذلك قبل أن تصبح المسائل المطروحة محور إهتمام الناس . لقد بينت الدراسة أن درجة إهتمام الصحف بأحداث الطلاب ومظاهراتهم متميزة وذلك في عام 1969 ، علما بأن غالبية أفراد العينة اكدوا بأن احداث الطلاب بلغت أهميتها في عام 1970 والأمر نفسه فيما يتعلق بحرب فيتنام إذ يلاحظ أن الصحف ركزت حول هذه المسائل في عام 1966 وهذا يعني أن هذا الإهتمام قد جاء قبل عامين من وصول الحرب إلى أزمته الحادة.

تلجأ وسائل الإعلام احيانا إلى تشكيل بعض الأخبار الشكلية التي لا تتصل مباشرة بالحدث الحقيقي. وهذا يعني أن درجة إهتمام وسائل الإعلام بقضية ما قد لا تعكس واقع الرأي العام في وقت ما أو الحدث الحقيقي ومثال على ذلك التقرير الذي اعد حول سرطان الرئة كنتاج للتدخين وذلك في عام 1965 وهذا يعني أن وسائل الإعلام تميل احيانا إلى إبراز جانب من الحقائق المعاشة وليس الحقائق كلها وخاصة هذه الحقائق التي تجسد موضوعا جيدا.

إن درجة الترابط بين المتغيرين : بين إهتمام الصحف بقضية ما وإهتمام الرأي العام ليس على درجة عالية من الوضوح . وبالتالي فإن القضايا التي تحظى بإهتمام وسائل الإعلام ليست بالضرورة هي القضايا التي تحظى بإهتمام الجمهور.

دورة الصمت:

شهدت هذه النظرية " دورة الصمت " ولادتها على يد نويل نومان Noelle Neumann وهي تمثل انحائها هاما لتفسير طبيعة تشكل الرأي العام. ترى نومان أن الناس يهربون العزلة الاجتماعية وتجنب ذلك يعلنون عن آراء تمكنهم من الإنتماء إلى الأكثرية الاجتماعية وهم بالتالي يميلون إلى رفض الآراء التي لا تحظى بشعبية واسعة ، ويؤدي هذا إلى تعزيز الرأي العام كما يؤدي إلى اسقاط رأي الأقليات الاجتماعية، وهذا بدوره يقود إلى تشكل ما يسمى بدورة الصمت على حد تعبير نومان . ويؤدي ذلك أيضا إلى زيادة أهمية الآراء السائدة في المجتمع وإلى الحكم السلبي على الآراء التي تأخذ طابعا غير شعبي . وتعزي نومان هذه العملية إلى تأثير وسائل الإعلام التي تعمل على بناء النظام الإدراكي عند الناس وإعطاء الأهمية لبعض القضايا دون الأخرى.

ويضاف إلى ذلك أن قدرة الرسالة الإعلامية على الحضور الكلي وعلى التكرار يؤدي إلى وجود إتفاق بين الأفراد وبين الصحفيين حول بعض الأحداث الجارية . ويعني ذلك أن وسائل الإعلام تعزز الإدراك الإصطفائي للأفراد وتحدد لهم نمط احكامهم وآرائهم. ويمكن تحديد اطروحة نومان في إطار المحاور التالية:

- 1- يملك الأفراد آراء مختلفة.
- 2- ومن أجل الابتعاد عن مصيدة العزلة الاجتماعية لا يبدي الأفراد آراءهم واضحة وخاصة هذه التي لا تلقي قبولا عند الآخرين.
- 3- يلاحظ الأفراد ما هو قائم في إطار محيطهم الاجتماعي وذلك من أجل تصنيف آرائهم.
- 4- تعزز وسائل الإعلام ما هو قائم بالضرورة وهي تملك من أجل ذلك مركزية القدرة على توجيه الرسائل الإعلامية. ويلاحظ في هذا السياق أن غياب الجماعة المرجعية يبعد التأثير الشخصي كما يقلل من أهمية الرأي الإصطفائي.
- 5- الأفراد الذين لا يجدون صدى أو قبولا لافكارهم من قبل الرأي العام والذين يخافون

العقاب الاجتماعي ينسحبون من مناقشات الرأي العام ولكنهم لا يغيرون آراءهم بل ينجؤون إلى الصمت الذي يؤدي بدوره إلى تعزيز آراء الآخرين ووفقاً لهذه الطريقة تتم دوره الصمت.

ومن أجل اختبار هذه الفرضية قامت نومان بإعداد منهج معقد لدراسة هذه المسألة يقع في مجال تحليل المحتوى ثم بإجراء استقصاء لعينة من الأفراد وقد شمل الاستقصاء منظومة متنوعة من الأطروحات التي كانت موضوع دراسات عديدة قام بها معهد ديموسكوبي بين عامي 1971-1972 وقد شملت هذه الدراسة 2000 مقابلة بواسطة استبانة تشتمل على أربعة نماذج من الأسئلة :

- 1 - أسئلة حول رأي المستجوب فيما يتعلق بالمسألة التي يجري الاختلاف بشأنها (حول شخص أو مؤسسة أو حول نمط سلوكي معين أو حول موقف معين) .
 - 2 - أسئلة حول وجهة نظر المستجوب في رأي الأغلبية حول موضوع معين.
 - 3 - أسئلة تتعلق بتطور رأي الأغلبية في المستقبل.
 - 4 - أسئلة حول وضع المستجوب من الرأي العام . ومن أجل ذلك طلب من المستجوبين تصور جدل يدور بين المسافرين إلى مناطق بعيدة وأن يبينوا آراءهم فيما إذا كانوا يرغبون في مشاركة المسافرين في هذا الجدل وبأي طريقة.
- تبين الدراسة أن استعداد أفراد العينة للدخول في مناقشة علمية يتباين بتباين الجنس والعمر والمهنة والدخل ومكان السكن. وفي سياق ذلك تبين أن الذكور والشباب وأبناء الطبقة الوسطى والعليا يعبرون برغبة عن آرائهم.

وقامت الباحثة بإجراء مقارنة بين مجموعتين تشتركان في رأي واحد حول تطور ألمانيا ، وقد أبدى أفراد هاتين المجموعتين أن ألمانيا الغربية تتجه نحو تحقيق الاشتراكية ، وتبين أن الاختلاف الجوهرى بين المجموعتين هو أن الواحدة منهما تبارك هذا الاتجاه بينما ترى المجموعة الأخرى أن ذلك يمثل خطراً على ألمانيا.

جدول رقم (3): استعداد أفراد العينة للمناقشة حول مسألة الإشتراكية (أب - 1972)
الموقف السلبي والإيجابي للأفراد الذين يعتقدون أن ألمانيا تتجه نحو الإشتراكية).

لا يبارك عدد 388	يبارك عدد 229	
28	53	هل ترغب بمناقشة مسافري القطار حول إمكانية تطبيق الاشتراكية
61	41	لا يرغب في المناقشة
11	6	لا يعرف شيئاً عن الموضوع
100	100	

تشير النتائج إلى وجود اختلاف بين المجموعتين فيما يتعلق باستعداد الأفراد للدخول في مناقشة علنية. هذا ويلاحظ أن المجموعة التي ترى أن تحقيق الإشتراكية في ألمانيا يمثل خطراً تميل إلى التزام الصمت وهي تمثل أغلبية صامتة (حيث بلغ عدد أفراد هذه المجموعة 388 مقابل 229 هؤلاء الذين يباركون توجه ألمانيا الإتحادية نحو تحقيق الإشتراكية). لقد أعلن 61% من أفراد المجموعة الأولى التي ترى في الإشتراكية خطراً على ألمانيا أنهم لا يرغبون بالدخول في مناقشة علنية حول هذه المسألة وذلك مقابل 41% من أفراد المجموعة الثانية وهي المجموعة التي تبارك الإشتراكيه.

وقد أرادت الباحثة أن تعرف خلفية استعداد المجموعة الأولى (التي ترى في تحقق اشتراكية ألمانيا أمراً إيجابياً) وما إذا كان ذلك يعود إلى إهتمامات سياسية خاصة.

وقد أظهرت الدراسة أن هناك تماثلاً بين المجموعتين السياسيتين والمجموعة الضابطة التي لا توجد لديها إهتمامات سياسية وهذا يعني أن العزوف عن مناقشة هذا الأمر والميل إلى مناقشته علنيا لا يرتبط بالإعتبارات السياسية . وهذا يعني في نهاية الأمر أن

ميل اليسارين إلى المناقشة العلنية بدرجة أكبر من المحافظين، يعود إلى أن الفكرة الإشراكية تبدو كفكرة حقيقية. وتبرز هذه النظرية كما هو مبين: العلاقة المعقدة القائمة بين الأفراد ووسائل الإعلام والرأي العام وهي تقوم على أسس وركائز ميدانية وتمثل إلى حد ما عودة إلى فكرة القدرة المطلقة لوسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام.

نظرية الثقافة:

تجد فكرة القدرة التعزيزية نفسها في إطار نظرية ج. جيربنيير G Gerbner. وزملائه. يذهب جيربنيير إلى اعتبار " التلفزيون كأداة ثقافية كلية القدرة في المجتمع الأمريكي وأنه قادر على التأثير ذي المدى البعيد في تصور الأفراد ومعتقداتهم عبر عمليات فعالة ودقيقة والتي تشكل مضمون ما يطلق عليه عملية التطبيع الثقافي¹⁹. * Cultivation " وتبين هذه النظرية أن التلفزيون يستمد أهميته من ثلاثة مصادر:

أولا : يستمد طاقته من عملية التكرار المستمر لرسائله الإعلامية وهو بذلك يستطيع أن يعزز القيم وأنماط السلوك المرغوبة.

ثانيا : يستطيع أن يوصل رسالته الإعلامية إلى كافة المواطنين في المجتمع.

ثالثا : عمليات المونتاج التي تتيح إعطاء الصورة المرغوبة عن العالم واسقاط الجوانب الحقيقية منها .

ومن أجل تقديم صورة وصفية للجوانب الرمزية للتلفزيون، قام الباحثون بتحليل عدد كبير من البرامج المأساوية (انظر الفصل السادس) ثم بإجراء مقارنة بين اجابات الأفراد الذين يشاهدون التلفزيون بإفراط وهؤلاء الذين يشاهدونه باعتدال وذلك حول جوانب متعددة من الحقائق الاجتماعية. وقد سمحت هذه الدراسة بإبراز التفاوت الكبير بين عالمين : عالم التلفزيون وعالم الحقيقة الاجتماعية كما سمحت بإجراء المقارنة

19 - تشير هذه الكلمة Cultivation في تعبير جيربنيير والتي لا يمكن ترجمتها إلى الفرنسية بصورة دقيقة إلى عملية غرس المفاهيم والعقائد في الجمهور بنفس الطريقة التي يقوم بها المزارع (الحدائق) بحراسة الأرض وزراعتها وقد اخبرنا اصطلاح نظرية الثقافة Theorie de la culture من أجل الإشارة إلى هذه العملية

بين تصورات المشاهدين الذين يفرطون في المشاهدة وبين هؤلاء الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة معتدلة. وتبين بالنتيجة أن إجابات المشاهدين المفرطين أكثر تجانسا مع الصورة التي تعرض على شاشة التلفزيون وذلك بالقياس إلى المشاهدين المعتدلين إن الذين يشاهدون افلام الجريمة والعنف على الشاشة غالبا ما يقصدون أن العنف يجري في الحياة الاجتماعية بدرجة اكبر من هؤلاء الذين قلما يشاهدون هذه البرامج التي تميل إلى العنف وبدرجة اكبر مما يجري في واقع الأمر.

وقد ركز الباحثون على أهمية الفروق الفردية والتباين في الانتماء الاجتماعي للأفراد حيث لاحظوا أن الفروق الفردية تدخل في تحديد درجة الإقبال على مشاهدة الشاشة الصغيرة وقد تبين أن هؤلاء الذين ينتمون إلى فئات اجتماعية متجانسة ثقافيا يتأثرون بدرجة متقاربة فيما يتعلق بمشاهدة التلفزيون والعالم الرمزي.

ويتبين أيضا أن الذين يشاهدون التلفزيون لمدة اربع ساعات أو أكثر يميلون إلى المبالغة في عدد الناس الذين يعملون في جهاز الأمن والشرطة وبيالغون في تقديرهم لمدى تعرض هؤلاء لخطر جسيمة، وذلك كله بالقياس إلى الأشخاص الذين يشاهدون التلفزيون لمدة أقل من ساعتين يوميا. وقد تأكدت هذه النتائج نفسها عندما قام الباحثون بإجراء دراستهم هذه على جمهور الأطفال حيث أبرزت هذه الدراسة أن الأطفال الذين يشاهدون التلفزيون بإفراط غالبا ما يميلون في اجاباتهم إلى المبالغة ، وغالبا ما تكون اجاباتهم انعكاسا للرأي السائد في البرامج التلفزيونية.

إن المراهقين الذين يشاهدون التلفزيون بإفراط يعتقدون أن العالم مليء بالعنف ويوجد لديهم خوف أكثر من هؤلاء الذين يشاهدون التلفزيون بدرجة أقل. وهم يبالغون في تقديرهم لعدد الأشخاص الذين تورطوا في أعمال عنف وفي تقدير عدد الأشخاص الذين ارتكبوا أعمال العنف، ويقدر الباحثون أن المشاهدين الذين يفرطون في مشاهدة الشاشة غالبا ما يعانون من مشكلات اجتماعية ويستدل على ذلك من افتقارهم إلى الاحساس بالأمان ومن خوفهم لوجود الجريمة داخل المجتمع .

ولقد اعتبرت اجابات أفراد العينة على السؤال التالي : مدى استعداد المستجوب للتنزه ليلا في الحي الذي يسكن فيه ؟ كمؤشر على مدى العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والإحساس بالخوف . وبينت نتائج هذا السؤال أن النساء والشباب أكثر ميلا للخوف عندما يتعلق الأمر بالتنزه الليلي.

ويشير ذلك إلى وجود علاقة قوية بين مشاهدة التلفزيون وعدم الإستعداد للتنزه في الليل. ويستنتج الباحثون أن الخوف التي تنيره الشاشة من شأنه أن يجعل الناس أكثر إهتماما واستماعا إلى المقولات والإجراءات الحكومية المتعلقة بعقاب المجرمين (كحكم الإعدام على سبيل المثال).

إن التحليل الذي قدمه أنصار "نظرية الثقافة" أثار كثيرا من الإنتقادات العنيفة في إطار الوسط العلمي.

ومن جهة نظر دوب Doob وماكدونالد Mc Donald لا توجد هناك علاقة مباشرة بين عدد ساعات مشاهدة التلفزيون والإحساس بعدم الطمأنينة وخاصة إذا كان الشخص المستجوب يعيش في وسط اجتماعي لا توجد فيه أحداث عنف أو جريمة.

وقد أجرى بول هيرسش Paul Hirsch تحليلا حول معطيات دراسة مركز البحوث الوطني للرأي العام وحول معطيات دراسة فريق جربنر Gerbner وتبين له وجود نوع من الخلط في النتائج الحاصلة عند جربنر الذي لم يتوان عن الرد الذي جاء سريعا حيث أكد جربنر أن تحليله يستند إلى عدد من السنين التي قضاها في البحث وأن هذه الأبحاث تؤكد الفرضيات التي تطرحها نظرية الثقافة.

هناك دراسة طولانية أجراها باحث سويدي حول عينة من الأطفال انتهت إلى تأكيد نتائج جربنر . وإذا كانت هذه النظرية قد تعرضت للنقد الحاد فإن ذلك يعود إلى ملامسة هذه النظرية المباشرة للمسألة الديمقراطية حيث تهاجم بشكل واضح مدى مصداقية المؤسسة الإعلامية في مجتمع ديمقراطي.

تأثير وسائل الإعلام على مستوى الحياة الإنفعالية :

إن الآثار التي تصنف على أنها معرفية والتي تتصل بالجمال المعرفي عند الإنسان تشتمل على المواقف الإنفعالية عند الأفراد. ومع ذلك يمكن لنا على المستوى المنهجي أن نبحث في تصنيف مستقل للآثار ذات الطابع الإنفعالي عند الجمهور.

غالباً ما يجري الحديث عن البرامج الإخبارية والمعلوماتية عندما يتصل الأمر بالآثار المعرفية وفي المقابل يجري الحديث عن البرامج الترفيهية عندما يجري الحديث عن الآثار الإنفعالية الممكنة. ويجب علينا أن نقول في هذا الخصوص أن الأمر لا يتسم هنا بالموضوعية. فالبرنامج الوثائقي يمكن أن يترك آثاراً إنفعالية كما أن البرنامج الترفيهي يمكن له أن يترك آثاراً معرفية ، كما ويمكن أن لا يكون لأحدهما أي أثر على الإطلاق. إن القلق والخوف الذي تزكّه وسائل الإعلام عند الأطفال يشكل موضوعاً أساسياً للبحث الذي انهمك فيه عدد كبير من الباحثين.

إن زيادة درجة إستهلاك وسائل الإعلام أدت إلى إرتفاع مستوى الخوف والقلق عند المدمنين بكثرة على مشاهدة التلفزيون والذين بلدؤوا يتهيئون الخروج من منازلهم مساءً.

يذهب بعض الباحثين إلى القول بأن الإدمان على مشاهدة أفلام وبرنامج العنف قد أدى إلى غياب الحساسية عند هؤلاء المشاهدين. ويضاف إلى ذلك أن إحدى النتائج الإجتماعية للإفراط التلفزيوني هي أن الناس فقدوا العلاقة الإجتماعية الضرورية لحياتهم اليومية. فالإفراط التلفزيوني يؤدي إلى عزلة الناس والابتعاد عن الواقع وخاصة عند الأطفال الناشئة.

ويلاحظ أن هناك نوعاً من الإستلاب الحقيقي عند الجمهور في المجتمعات التي تلعب فيها وسائل الإعلام دوراً مركزياً في عملية نقل المعلومات والمعارف. فالتناس يتعدون عن حياتهم الإجتماعية بقدر تعلقهم بوسائل الإعلام المتاحة.

يرى بعض الباحثين أنه لمن الصعب أن نقدر ما إذا كانت وسائل الإعلام هي التي

تمنع وتعيق حركة ونشاط الناس في حياتهم أم إذا كانت الحياة الإجتماعية تفتقر إلى النشاطات الحيوية والزفهية حيث لا يجد الناس أمامهم سوى وسائل الإعلام من أجل تقضية الوقت.

وفي النهاية يمكن القول إن جملة الآثار التي تتركها وسائل الإعلام يمكن أن تقع في إطار تحليل الآثار ذات الجانب الإنفعالي وإن تحليل هذه الآثار يجب أن يخضع للإستقصاء العلمي بدرجة أكبر مما هو واقع الحال.

تأثير وسائل الإعلام على السلوك:

إذا كانت الآثار الإدراكية والإنفعالية عضية نسبيا على القياس فإن السلوك الإنساني يتعين بقابليته للتحديد. وهذا يعني أنه يمكن معرفة ما إذا كان الناس يقومون بفعل ما أو أنهم لا يقومون به وذلك قبل إتصافهم بالرسالة الإعلامية لوسائل الإعلام المتاحة (على سبيل المثال بعد قراءة مقالة عن المجاعة في إثيوبيا فإن الناس المتحمسين يقررون إرسال المال لمساعدة سكان هذا البلد).

إن إحدى النتائج غير المرغوبة لوسائل الإعلام تكمن في نشر الخوف والهلوع عن طريق نشر معلومات مخيفة وغير واقعية أو مزيفة. وتبرز هذه المسألة في الخوف الذي أثاره برنامج "حرب الكواكب" الذي تم بثه عن طريق الراديو في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1938 حيث تم ذلك عن طريق إعلان حول غزو للارض من قبل كائنات من كواكب أخرى.

لقد أثار هذا البرنامج هلع الملايين من الأمريكيين وأدى إلى حالة من الشغب والفضوى: الهروب بالسيارة، والإتصال بالأقرباء البعيدين عن طريق الهاتف من أجل الوداع... الخ. وعلى الرغم من صعوبة تقدير الأرقام فإن الهلع اجتاح مليون شخص على الأقل وذلك من بين ستة ملايين كانوا قد استمعوا إلى هذا البرنامج.

وقد أثار هذا البرنامج فضول الباحثين وحدا بهم إلى دراسة هذه الظاهرة واختبارها

بصورة جادة . ولقد استطاع روزنكرين Rosengren وفريقه في السويد للوصول إلى نتائج هامة في بحثهم حول الذعر الذي أصاب السويديين إثر إذاعة مسلسل يتحدث عن وجود انفجار نووي. بعض المستمعين أخذوا البرنامج على نحو جدي وعلى أنه خبر حقيقي. وعلى أثر ذلك تحدث التلفزيون والصحف عن ذعر شديد أصاب السكان على أثر هذا البرنامج الإذاعي. ولقد بين روزنكرين في دراسته حول هذه الظاهرة بأنه لم تكن هناك حالة ذعر أو مخوف وأن هناك بعض المستمعين الذين لم يدركوا جيدا طبيعة البرنامج وأن وسائل الإعلام نفسها هي التي روجت لحالة الذعر المزعوم وقد استخلص الباحثون من هذه التجربة ما يلي:

في لحظة الإستماع إلى برنامج غير عادي مثل البرنامج الإذاعي موضوع الدراسة فإن بعض المستمعين الذين لم تكن لديهم فرصة الإستماع إلى بداية البرنامج ساورهم بعض القلق ورغبوا في معرفة المزيد من المعلومات عن الموضوع. وبالتالي فإنهم اتصلوا بمحطات الإذاعة ورجال الشرطة... الخ وبما أن خطوط الهاتف كانت مشغولة فإن ذلك أعطى الإنطباع لدى الصحفيين ورجال الشرطة أن هناك حالة من الهلع.

إن النقص في المعلومات دفع الناس إلى إجراء المكالمات الهاتفية في محطات مختلفة من أجل الحصول على إيضاحات. وتعود هنا مسؤولية وسائل الإعلام التي بدأت بإثارة قضية الأثار غير المرغوبة والتي غالبا ما يتساها الناس بسرعة. إذ كان يمكن لوسائل الإعلام أن تتدخل بطريقة إيجابية.

وفي هذا المجال قام باحثان بإجراء دراسة حول جمهور من الأطفال السذيين يشاهدون برنامجا شعبيا في كندا والولايات المتحدة الأمريكية وهو بعنوان "السيد روجيرز" والذي يديره راشد يدعى روجيرز Rogers حيث كان يجري فيه حوارا مع الأطفال حول قضايا مختلفة. وهدف البرنامج هو تعليم الأطفال كلمات جديدة وطريقة لفظ هذه الكلمات... الخ.

والبرنامج المعروض كان بعيدا عن التصنع: الراشد لا يريد إثارة الأطفال

والحصول على اعجابهم وهو يعاملهم كأكفء له. وقد قام الأطفال بمشاهدة البرنامج عدة أسابيع متتالية. حيث لاحظ الباحثان ارتفاعا كبيرا في رغبة الأطفال بالتعاون. وهؤلاء الأطفال أنفسهم الذين شاهدوا البرنامج الأول طلب منهم مشاهدة برامج أخرى تحمل طابع العنف فأظهروا ميلا للعنف في سلوكهم أكثر من العادة. وانتهى الباحثان الى أن محتوى البرامج التلفزيونية يمكن أن يؤدي إلى إحياء سلوك ايجابي كالتعاون أو سلوك سلبي كالعدوان.

الإعلام والعنف:

شكلت ظاهرة العنف التي تعزى لتأثير وسائل الإعلام ومدى التهديد الذي يمكن أن تنعكس به على النظام الاجتماعي القائم موضوعا هاما لعدد كبير من الدراسات والبحوث الإعلامية. وحظيت هذه الظاهرة على إهتمام الباحثين من مجالات متعددة وخاصة في علم النفس وعلم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع.

وشهدت أعوام الستينات ارتفاعا كبيرا في درجة العنف الملاحظ في المجتمعات الديمقراطية على وجه العموم : التظاهرات الشعبية والمظاهرات ضد حرب الفيتنام وضد الأنظمة المدرسية... الخ.

ويلاحظ في هذه المرحلة أن التلفزيون قد دخل مرحلة متقدمة في مستوى تطوره واستطاع أن يأخذ مكان الصدارة بين وسائل الإعلام المتاحة في مدى تأثيره على الجمهور ، ويتجلى ذلك في موجات العنف الشبائية التي شهدتها البلدان الغربية والتي حمل لواءها الشباب بوصفهم الجيل الأول للتلفزيون. ومنذ هذه اللحظة سرعان ما استنتج أن الشباب أصبحوا أكثر ميلا إلى العنف بسبب البرامج التلفزيونية العنيفة التي بدأت تشكل المصدر الرئيسي لمعارفهم.

وبدأت اللجان الحكومية بتوجيه النداء إلى الباحثين لاختبار مدى العلاقة بين العنف التلفزيوني ومدى تأثيره على الجمهور الإعلامي. ولم تتأخر الاستجابات حيث

برزت إلى الساحة أكثر من 2500 دراسة نشرت حول تأثير التلفزيون وذلك في عام 1982. وأغلب هذه الدراسات ركز على دراسة آثار العنف التلفزيوني على الجمهور. وفي فرنسا ركزت الدراسات على مدى الآثار الضارة التي يتركها التلفزيون على الناشئة. ويلاحظ أن أكثرية هذه الدراسات انطلقت في تفسيرها من مبدأ العلاقة بين المثير والاستجابة.

وفي مرحلة السبعينات بدأت الأبحاث تركز إلى نماذج أخرى في عملية تفسير هذه الظاهرة وخاصة فيما يتعلق بأهمية الأبعاد النفسية في تفسير العنف.

ويمكن لنا أن نصنف الأبحاث التي تدور حول مسألة الآثار التي تركها برنامج العنف في بعض الإتجاهات الرئيسية. قديما في أتيانا كان الحديث يجري عن الآثار التطهيرية للمسرحيات الإغريقية . فالناس يعانون ويتعرضون في حياتهم اليومية لمواقف صعبة تدفعهم إلى العدوان . والتطهير هنا هو العملية التي تخفف من حدة المواقف وذلك عبر المشاركة النفسية المتطورة في عمل عدواني بواسطة المشاهد العنيفة على المسرح . ويمكن لوسائل الإعلام أن تلعب نفس الدور المسرحي وأن تقوم بامتصاص الطاقة العدوانية عند المشاهد. ومثال ذلك عندما يقوم أحد القراء بقراءة رواية عن التجسس فإنه يتمثل دور الجاسوس وهذا من شأنه أن يفجر لديه شحنة عنف قائمه لديه.

ويلاحظ أن الوظيفة التطهيرية للتلفزيون تأخذ إتجاها ذا أهمية أكبر عند الأطفال الذين ينتمون إلى اوساط اجتماعية عالية. ويفسر ذلك بأن الوسط الاجتماعي الميسور يتيح لأفراده إمكانية أكبر ووسائل أكثر تنوعا لتقنين العنف وضبط الطاقة العدوانية التي توجد لديهم . ولكن بعض الباحثين الذين أحضروا هذه الفرضيات للإختبار يذهبون إلى رفض وجود أية علاقة إيجابية بين مشاهد العنف والسلوك العدواني عند الأطفال.

وعلى خلاف نظرية التطهير هذه يذهب بعض الباحثين إلى القول بأن مشاهد العنف تؤدي إلى زيادة حدة السلوك العدواني ودرجته عند الأطفال والمشاهدين. وهم يرون أن المثيرات العنيفة تؤدي إلى زيادة المستوى الإنفعالي عند الفرد وهذا

بدوره يؤدي إلى زيادة السلوك العدواني. على سبيل المثال إن مشاهدة برنامج للمصارعة العنيفة يؤدي إلى انفعالية المشاهد وإلى تنمية السلوك العدواني لديه. وبالتالي فإن الطريقة التي يعرض فيها العنف في البرنامج يشكل عاملا حاسما في تحديد ردود أفعال الفرد. وعندما يبرر العنف (بوصفه حالة دفاع عن النفس) فإن ذلك يؤدي إلى رفع سوية العنف السلوكي عند الفرد. وبالإضافة إلى ذلك فإن للفروق الفردية دورا كبيرا في تحديد نمط الإستجابات ذات الطابع العنيف كالبطل الذي يحمل اسم المشاهد الخ...

ولقد وجد الإتجاه الأخير قبولاً واسعاً من قبل علماء النفس. ويرى الباحثون في هذا المجال أنه على الإعلاميين أن ينظروا بعين الإعتبار والحذر إلى مسألة العنف وأن عرض برامج تنخفض فيها درجة العنف من شأنه أن يؤدي بدوره إلى خفض العنف عند المشاهدين.

وإذا كان الناس حقاً يميلون إلى العنف تحت تأثير مشاهدتهم لبرامج العنف على الشاشة فإن وسائل الإعلام ترفع من احتمالات السلوك العدواني عند الجمهور. وذلك ليس من خلال إعطاء المشاهد فرصة مشاهدة صور العنف فحسب وإنما من خلال ما تهيئه له من نماذج سلوك عنيفة عبر الشخصيات التي تمثل أدوار العنف على الشاشة. وهذا ينطبق على الراشدين كما ينسحب على الأطفال الذين يبحثون عن نماذج يحتذى بها. ومع ذلك فإن هذه العملية ليست عملية تعلم آلية. وعندما لا تكون هناك فرصة لدى المشاهد من أجل إبداء سلوكه العنيف فإن العنف لن يظهر. وهذا يعني أن ممارسة العدوان مرهونه إلى حد كبير بالظروف الاجتماعية التي تناسبه. وهذا الطموح حول التعلم عن طريق الملاحظة يشير أيضاً إلى أهمية الفروق الفردية وأهمية الإنتماء الاجتماعي للأفراد.

ولا بد من الإشارة هنا إلى نظرية التعزيز والتي يرى أصحابها أن العنف الذي تبثه وسائل الإعلام يؤدي إلى تعزيز نماذج سلوكية عدوانية قائمة بشكل مسبق عند الأفراد. ويرى أصحاب هذه النظرية أن المعايير والقيم الثقافية الاجتماعية والسمات

الشخصية والعوامل النفسية الأخرى هي عوامل بالغة الأهمية فسي تحديد نمط السلوك العدواني عند الأفراد. إن إدراك الرسالة الإعلامية يتوقف في نهاية الأمر على طبيعة المعايير الثقافية واتجاهات الفرد ومواقفه الخ... وبالتالي فإن العنف المشاهد على الشاشة يمكن أن يعزز المعايير والقيم الموجودة عند الفرد. وهذا ما يمكن ملاحظته خصوصا عند الأشخاص الذين يفتقدون الإستقرار الشخصي والإجتماعي.

وفي الحالة التي تكون فيها العلاقة بين الفرد والوسط الذي يعيش فيه علاقة منظمة ومستقرة فهناك فرصة محدودة جدا لتأثر الفرد بمشاهد العنف الإعلامي وفي إمكانية إحداث تغير في أنماط سلوكه. وعلى خلاف ذلك إذا كانت هناك قطعة بين الفرد ومحيطه الاجتماعي وحالة من عدم الإستقرار في علاقاته الإجتماعية فإن البرامج ذات المضمون العنيف يمكن أن تؤدي إلى سلوك عدواني لدى الأفراد، ومن هذا المنطلق يبين أصحاب هذه النظرية أن الإنقطاع عن مشاهدة أفلام العنف لا يؤدي بالضرورة إلى غياب مظاهر السلوك العدواني عند الأفراد.

مراجع الفصل السابع

- 1- Chalvon Mireille, Corset Pierre, Souchon Michel (1979)
"L'enfant devant la télévision", Paris, Casteman
- 2- Holloran J.D.(ed.)(1970) The effects of television , London
.Grenada
- 3- Klapper J. (1960) " The effects of mass communication",
New York.Free Press
- 4- Souchon Michel (1969) "La télévision des adolescents", Paris
Les.Editions ouvrières ,Revue Hennes (1989), N4