
الفصل الثانى

الابعد النفسية والاجتماعية للصورة الذهنية

يتميز الإنسان عن غيره من المخلوقات بأنه الكائن الحى الوحيد الذى يستعمل الرموز للدلالة على المعانى أو للتعبير عن أفكاره وعواطفه. والرموز قد تكون صورة أو كلمة أو إشارة أو نغمة أو راية أو حركة تصدر عن أى جزء من أجزاء الجسم أو غير ذلك. حقيقة أن الحيوان يستطيع أن يتفاهم مع غيره بالحركة والإشارة والنباح والعواء. بل إن الحشرات نفسها تتبادل الاشارات عن طريق قرون الاستشعار وغيرها، كما هو الحال فى ممالك النحل والنمل، إلا أن الإنسان هو الكائن الوحيد الذى استطاع أن يطور هذه الوظائف العصبية باستعمال اللغة وغيرها من وسائل التعبير.

فقد منح الله الإنسان جهازاً عصبياً فريداً فى نوعه يميزه عن سائر الخلق، ومكنه من استعمال اللغة، وهى أهم أدوات التعبير والتفاهم بين البشر، ويمكن القول بأن الجهاز العصبى الإنسانى والعقل هما أساس القدرة الاتصالية بين الناس التى تقوم على تبادل الرموز، والتعبير عن الذات. والواقع أن كلمة «عبارة» تنطوى على معنى العبور أو الانتقال من جهة إلى أخرى. وعملية العبور أو التعبير هى أساس الاتصال بين الأفراد والجماعات.

ويعتمد هذا الاتصال على تجسيد المعانى والأفكار فى صور أو ألفاظ أو أنغام، أو فنون أدبية كالشعر والنثر والمسرح، أو فنون تشكيلية كالنحت والتصوير والرسم والزخرفة والعمارة، بالإضافة إلى الفنون الموسيقية، وفنون الرقص والإيقاع، والتمثيل وغيرها. ويشبه الإنسان بجهاز اللاسلكى الدقيق الذى يعيش عمره ليتلقى الرسائل من الناس والبيئة من حوله، فيحل رموزها ويفهمها ويستجيب لها على نحو معين، ويرسل رسائل مماثلة إلى غيره من أفراد المجتمع^(١).

ويتفق علماء النفس المحدثون على أن الرموز اللغوية هى أرقى أنواع الرموز وأقدرها على نقل المدركات من مجال الغموض اللاشعورى إلى حيز الوضوح

(١) إبراهيم إمام (دكتور): *العلاقات العامة والمجتمع*. الطبعة الثانية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٦٨ ص ٥٢٩، ٢٦٠.

الشعورى. واللغة فى نظرهم هى مجموعة الرموز التى تنقل المعانى من ابهام الأحاسيس إلى نور الفكر. وفى رأيهم أن الرموز المصورة Pictorial، لا يمكن أن تقوم مقام الألفاظ اللغوية، لأنها غامضة وغير محددة ولاشك أن أدق الرموز للتعبير عن الأفكار هى الكلمات إذا استعملت استعمالاً عقلياً واعياً^(١).

وفى إطار المعنى التجسيى للصورة - التى تعتمد على الكلمات - كانت نزعة أصحاب الاتجاه التصويرى imagist فى الشعر. فالشعر عندهم تعبير بالصور المجسمة للأشياء والموضوعات التى يعالجونها. غير أن الصورة هنا ليست تصويراً عقلياً فقط وإنما هى تعبير عقلى وعاطفى فى وقت واحد. كما أنه فى كثير من الأحيان تتحول الصورة الشعرية التجسيمية إلى رمز لا يعبر عن دلالاته للمتلقى للوهلة الأولى، ويحيط به الغموض فى بعض الحالات^(٢).

والكتب الدينية عامرة بألوان عديدة من صور التجسيد للمجردات، فمن ذلك مثلاً تجسيد القرآن الكريم لفكرة الانفاق فى سبيل الله وما تعود به على المنفقين من خير إذ يقول سبحانه وتعالى:

«مثل الذين ينفقون أموالهم فى سبيل الله كمثل حبة أنبتت سبع سنابل فى كل سنبله مائة حبة والله يضاعف لمن يشاء»^(٣).

وأنظر أيضاً تقريب القرآن الكريم لمعنى الجنة لبعض النفوس التى لا تؤمن إلا بالمحسوس، ومن أمثلة ذلك قوله تعالى فى سورة محمد:

«مثل الجنة التى وعد المتقون فيها أنهار من ماء غير آسن وأنهار من لبن لم يتغير طعمه وأنهار من خمر لذة للشاربين وأنهار من عسل مصفى ولهم فيها من كل الثمرات ومغفرة من ربهم»^(٤).

(١) إبراهيم إمام (دكتور): *العلامات العامة والمجتمع*. الطبعة الثانية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٦٨، ص ١٩٧.

(٢) شفيق السيد (دكتور): *المرجع السابق*، ص ص ١٦٦، ١٦٧.

(٣) سورة البقرة / ٢٦١.

(٤) سورة محمد / ١٥.

خصائص التقديم غير المباشر للواقع (*):

تقوم العلاقات العامة بممارسة وظيفتها فى تقديم الفرد أو المنظمة إلى الجمهور اعتماداً على الرموز سواء كانت لفظية أو غير لفظية لوصف الواقع الذى يصعب تقديمه بشكل مباشر فى كل الحالات. فكيف يتسنى للفرد أن يتواجد فى مكانين مختلفين أو أكثر فى نفس الوقت ليواجه الواقع فى شركتين مختلفتين ويحدد بناء على هذا الواقع حكمه على هذه الشركة أو تلك. وما بالناتج منات الشركات والمنظمات الصغرى والكبرى التى يتعامل معها الفرد دون أن يتيسر له المرور بتجارب مباشرة تساعد على الحكم عليها. وهذه المنظمات نفسها تدرك تماماً أن جماهيرها المستهدفة لا تستطيع أن تواجه الواقع فيها طول الوقت لكثرة ما تتعرض من مشيرات، وما تواجهه من أحداث فى ساعات اليوم المحدودة.

وعلى الرغم من ذلك فإنه من الضرورى أن تقدم هذه المنظمات نفسها إلى الجماهير المستهدفة. وهى تلجأ إلى الاتصال الذى يعتمد على الكلمات فى معظم الأحيان أو الرموز غير اللفظية فى بعض الحالات. وهذه الرموز ما هى إلا ترجمة لصور ذهنية تحمل معلومات عن واقع معين وبالتالي تتم رؤية هذا الواقع بطريق غير مباشر. ويتميز التقديم غير المباشر بثلاث صفات أساسية هى الجزئية، والتلون، وعدم الدقة^(١).

أولاً: الجزئية :

الصورة الجزئية تمثل جزءاً من الواقع الكلى، وبالتالي فإن أى رسالة تتضمن معلومات معينة عن مؤسسة ما لا تمثل إلا جزءاً من المعلومات الشاملة عن هذه المؤسسة، وتعتبر فى نفس الوقت مؤشراً للصورة الكلية. والإنسان يلجأ عادة إلى تكوين فكرة شاملة عن شخص آخر أو منظمة معينة أو موضوع ما من خلال معلومات

(* هذا الفصل تطوير للنصف الأول من الفصل الخامس من مؤلفنا الأسس العلمية للعلاقات العامة فى طبعاته الثلاث الأولى.

(1) Lerbinger, Otto and Albert Sullivan: *Information, Influence, and Commmuni-cation*. New York, Books Inc., Publishers. 1965. pp. 240 - 242.

قليلة يحصل عليها لعدم قدرته على جمع المعلومات الكاملة عن كل شخص وكل منظمة أو شركة أو موضوع معين^(١).

وهذه الصفة تنطوي على عدة مخاطرة، أولها صعوبة أن يعبر الجزء بصدق كامل

عن الكل. حقيقة أن هناك قولاً مأثوراً مؤداه أن الخطاب يظهر مضمونه من عنوانه، ولكن الواقع لا يقول بذلك في كل الأحوال. فلو أخذنا مثلاً سلوك الشاب والفتاة تجاه بعضهما خلال الفترة السابقة على الزواج، لوجدنا نمطاً من السلوك المثالي الذي قد لا يدوم بعد الزواج.

وإذا تتبعنا سلوك منشأة تجارية في المرحلة الأولى لممارسة نشاطها، ولمسنا حرصها على كسب ثقة العملاء واجتذابهم إليها، فإننا لا نطمئن تماماً إلى استمرار هذه السياسة في المراحل المختلفة لتطور هذه المنشأة، حقيقة أن العدول عن هذه السياسة أو التراخي في ممارستها يلحق الضرر أساساً بهذه المنشأة، لكنه من الثابت أن بعض المنشآت لا تعي هذا الدرس ولا تدرك أبعاده إلا بعد فوات الأوان.

والتاريخ ملئ بقصص الحكام والزعماء الذين وصلوا إلى مناصبهم باعتلاء موجات ثورية، واقتنعت الجماهير باخلاصهم لمبادئ معينة بدت معالمها من خلال الأحداث التي سبقت توليهم الحكم. وبعد أن توطدت أركان الحكم تحت أقدامهم تنكروا لهذه الجماهير وتحولوا عن المبادئ التي طالما تشدقوا بها قبل الوصول إلى مناصبهم.

وثانى المخاطر التي ترتبط بالصورة الجزئية، أن الانسان يقفز عادة إلى الاستنتاج

حتى ولو لم تتوافر لديه المعلومات الكافية. وقد تكون هذه الاستنتاجات خاطئة بسبب ضآلة المعلومات التي تعرض لها الفرد. والعلاقات العامة عليها أن تصحح هذه الاستنتاجات الخاطئة بالمزيد من المعلومات. وهذه هي الصعوبة، فلنفرض أن كل

(1) Robinson, Edward J. : *Communnication and Public Relations*, Columbus, Ohio, Chio, Charles E. Merrill Publishing Co, 1966, P. 175.

الأبعاد النفسية والاجتماعية للصورة الذهنية

معلومة في الصورة المقدمة للجمهور صحيحة في ذاتها، وصحيحة أيضاً في علاقتها بالصورة الكلية للمنشأة، فإن حجم هذه المعلومات لا يعدو أن يكون صورة جزئية غير كاملة.

وهذه هي المشكلة، أن العلاقات العامة لا تستطيع إلا أن تقدم صوراً جزئية لعقول تميل إلى الاستنتاج على أساس معلومات جزئية، في حين أن هذا الجزء لا يمثل الكل تمثيلاً دقيقاً. كما أن المعلومات تصل للجمهور عن طريق وسائل اتصال متعددة، وفي أوقات متباينة، وظروف استقبال الرسالة بالنسبة للفرد الواحد مختلفة، مما يجعل فرصة عدم الاتساق بين أجزاء الصورة محتملاً.

أما الخطورة الناتجة عن صفة الجزئية، فهي ناتجة عن احتمال التحيز، فإذا كان من المستحيل تقديم الصورة الكلية، فإن العلاقات العامة تلجأ إلى اختيار أجزاء من هذه الصورة. وهنا يكون السؤال: أي الأجزاء نختار. الأجزاء المعبرة عن واقع مشرق، أم الأجزاء التي تعبر عن أخطاء المنشأة وماآخذها، مع الأخذ في الاعتبار رسالة العلاقات العامة في التعبير الصادق عن الصورة الكلية وعدم تضليل الجمهور بأى شكل من الأشكال.

كما أن العلاقات العامة قد تواجه في الوقت ذاته الخطر العكسي. وهو تأثير الكل على الجزء. فبعض الناس يميلون إلى إطلاق بعض الأحكام العامة على المجتمعات المختلفة أو على قطاعات المجتمع الواحد، وهو ما يعرف بالأنماط الجامدة Stereotypes، وتكون النتيجة تصور هذه المجتمعات على أساس هذه الأحكام بدلاً من النظرة الواقعية التي تعتمد على أساس موضوعي بحث⁽¹⁾.

ومن أمثلة الصور الجامدة ما يشاع عن الزنوج في الولايات المتحدة الأمريكية أو عن الدول العربية البترولية. كذلك تسود في بعض المجتمعات صور جامدة لبعض الفئات أو المناطق. ولعل الدعايات التي تطلق على سكان الوجه القبلي في مصر أو

(1) *Ibid* : pp.175 & 176.

سكان محافظة الشرقية باستثناء مدينة بلييس هي انعكاس لصور جامدة لصقت بهذه المجتمعات رغم أنها قد لا تعبر عن واقع الحال فيها.

ثانياً: التلون :

تتعرض أى رسالة إعلامية توجه عن طريق وسائل الإتصال الجماهيرية إلى منافسة العديد من الرسائل التى توجه عن طريق هذه الرسائل. وتكون نتيجة هذه المنافسة أو المزاحمة أن تتأثر المعانى التى تتضمنها الرسالة بالمعانى التى تحملها الرسائل الأخرى. وبالتالي تتغير إلى حد ما معالم الصورة المنقولة خلال الرسالة، فتضاف إليها بعض المعانى التى لم تكن تحملها، وتفقد بعض المعانى التى كانت تتضمنها.

فلنفرض على سبيل المثال أن مؤسسة صناعية تبرعت بمبلغ كبير لإحدى الجامعات تأكيداً لالتزامها بمسئوليتها تجاه المجتمع، وأن هذا الخبر نشر فى الصحف إلى جوار دراسة توضع الأساليب التى تلجأ إليها بعض الشركات للتهرب من الضرائب، ومن بينها التبرعات التى تنقل أرباح الشركة من شريحة أعلى إلى شريحة أقل. وأن هذا التبرع سوف يحقق دخلاً أعلى مما كانت ستحصل عليه فى حالة عدم التبرع. ألا ترى أن القارئ سيربط بين هذا الخبر وهذه الدراسة ليصبغ الصورة التى يحملها الخبر بلون جديد؛ وبذلك تتحول قيمة الخبر من الإشارة إلى قيام المؤسسة بواجبها الاجتماعى، لتصبح الصورة الجديدة هى تهرب المؤسسة من الوفاء بمسئوليتها الاجتماعية.

ولنأخذ هذا الخبر نفسه فى ظروف مختلفة، فنفرض أن نشره جاء متوافقاً مع بعض الأحداث الخطيرة كحدوث زلزال مدمر فى منطقة مجاورة، أو كارثة طائرة، أو نشوب حرب، أو اغتيال شخصية سياسية هامة، فلاشك أن اهتمام القارئ سيتحول إلى الحدث الأهم، وبذلك تتضاءل قدرة الخبر على أحداث التأثير الذى كانت تروجه المنشأ حينما تبرعت بهذا المبلغ الكبير.

وإذا كان هذان المثالان يميلان إلى التطرف بعض الشيء، فإننا نشاهد فى حياتنا اليومية أمثلة كثيرة لمحاولات بعض الأفراد أو الجماعات ممارسة بعض أنواع السلوك التى تهدف إلى كسب التأييد. وكثيراً ما تذهب هذه الجهود سدى إذا ما فسرت البساطة على أنها ثملق وضعف، أو التبرع على أنه رشوة مقنعة، أو الجهود الخيرية على أنها محاولة للفت الأنظار تحقيقاً لبعض المآرب الخاصة. وفى بعض الأحيان يفسر الحزم على أنه استبداد، والكرم على أنه سذاجة، والمرونة على أنها تردد... وهكذا.

وتلجأ أحزاب المعارضة فى كثير من الدول إلى تغذية هذه التفسيرات لاضعاف الحزب الحاكم أو النيل منه، حينما تستغل الأحداث والسياسات والقرارات التى تصدرها الحكومة فى مواجهة الأزمات فتقدم لها تفسيرات قد لا تتفق مع الواقع. وكثيراً ما تسحب الثقة من الحزب الحاكم نتيجة لمحاولات التشويه المستمر التى تلحق بسياسته من أحزاب المعارضة إذا لم يتصدى هذا الحزب لهذه المحاولات بتقديم الحقائق التى تدعم موقفه أو توضح سياسته.

ثالثاً - عدم الدقة :

يلجأ رجل العلاقات العامة كغيره من العاملين فى المجال الإعلامى إلى صياغة رسالته متحرياً الدقة فى أن تعبّر هذه الرسالة عن الأفكار التى يريد أن ينقلها إلى الجمهور. فعملية الاتصال تبدأ بالمصدر الذى يضع فكره فى رموز، ثم تنقل هذه الرموز من خلال وسيله اتصال إلى المستقبل الذى يقوم بفك الرموز من خلال اطاره الدلالى ليستخلص منها الأفكار التى تحملها الرسالة والتى تكون تصوراً ذهنياً لواقع معين. فإذا كانت عملية الاتصال هذه قابلة للشويش noise أو عدم التيقن entropy فإن الصورة الذهنية الناتجة عنها تكون هى الأخرى معرضة لعدم الدقة.

والسبب الرئيسى فى عدم الدقة هو اللغة نفسها، فالكلمات التى يستخدمها رجل العلاقات العامة ليضع فيها تصوره لواقع معين لا تتفق بالضرورة فى معانيها

مع الصورة التي يدركها المستقبل. فالكلمات قد تحمل معاني مختلفة، بالإضافة إلى احتمال اختلاف الاطار الدلالى بين المرسل والمستقبل، أى عدم توافر الخبرة المشتركة بينهما مما يجعل الصورة المنقولة عن طريق الكلمات غير دقيقة فى التعبير عن ذلك الواقع.

فالكلمات التى تشير إلى معانى مجردة كالحرية، والكرامة، والشرف، والتعايش السلمى، والعدالة يتحدد مضمونها تبعاً لاتجاهات الفرد أو الجماعة. ولذلك لا تحمل نفس المعنى لكل الأفراد، فلكل كلمة دلالة مركزية تمثل الخصائص العامة للمعنى، وأخرى هامشية تمثل الخصائص الفردية المرتبطة بتصورات الأفراد وتجاربهم الخاصة. وقد يكون الاختلاف فى المعنى بين مجتمع وآخر يستخدمان نفس اللغة كما هو حادث فى بعض الدول العربية، حيث يشيع استخدام بعض الكلمات فى إحدى هذه الدول بطريقة تخالف ما هو معروف عن معناها فى باقى الدول.

فكلمة «عزيمة» مثلاً تعنى فى مصر إرادة ولكنها تحمل بالإضافة إلى هذه الدلالة فى المملكة العربية السعودية معنى المأدبة التى يدعى فيها الأصدقاء التى تناول الطعام فى مناسبة معينة. وكلمة «بذرة» لها معنى شائع فى المجالات الزراعية فى مصر فى حين أن معناها الأكثر شيوعاً فى المجتمع السعودى يشير إلى الطفل الصغير. وإذا كانت كلمة «ولد» تستخدم بشكل طبيعى لتوجيه النداء إلى من هم فى سن الغلومة أو مراحل الشباب الأولى فى بعض المجتمعات، فإنها لا تقابل بالترحاب من نفس هذه الفئة فى مجتمعات عربية أخرى. ناهيك عن كثير من الاختلاف فى معانى بعض الكلمات بين المغرب العربى وبلاد المشرق التى تعبر عن استخدام للرمز اللفظى يخالف المعنى المعروف عنه فى القاموس مما يؤدى إلى سوء الفهم فى بعض الأحيان.

وقد قال برنارد شو ذات مرة أن الانفصال بين الشعيين الانجليزى والأمريكى قد حدث بتأثير حاجز اللغة المشتركة. فرغم أن اللغة الانجليزية هى السائدة فى الدولتين،

إلا أن اختلاف بعض التعبيرات أو اللهجات أو الاصطلاحات idioms كثيراً مما يسبب سوء الفهم بين من يتعاملون بهذه اللغة دون أن يتنبهوا إلى هذه الفروق. وقد ذكر ونستون تشرشل في كتابه: الحرب العالمية الثانية The Second World War حادثة من هذا النوع. فقد التقى رئيسا الأركان في الجيشين البريطاني والأمريكي لمناقشة موضوع هام. واقترح رئيس الأركان البريطاني أن يطرح الموضوع على مائدة المناقشات فوراً، واستخدم لذلك التعبير الانجليزي table it فما كان من رئيس الأركان الأمريكي إلا أن اعترض بشدة وارتفع صوته وهو يبصر خطورة الموقف، ثم قال في النهاية أن الموضوع لا يحتمل التأجيل. وهنا فقط تنبه الجانب البريطاني إلى أن الطرف الآخر قد فهم عبارته فهماً مخالفاً لما قصد إليه وأدرك الجانبان أنهما متفقان على ضرورة مناقشة الموضوع فوراً⁽¹⁾.

وقد حقق العلماء في هذا القرن بعض التقدم في التعرف على خفايا اللغة، ومن هؤلاء العلماء «رودولف فليش» Rudolfh Flesch في دراسته عن تحليل الانقرائية Readability التي تركز على عاملين:

(أ) المستوى التعليمي للجماعة، (ب) عادات القراءة. وكلا العاملين يؤثر على مدى الدقة التي تتكون بها الصورة الذهنية لأي رسالة.

وهناك أيضاً دراسة Hayakawa في الدلالة Semantics التي ركزت هي الأخرى على موضوعين في غاية الأهمية بالنسبة للعلاقات العامة وهما: أقصى ما يمكن أن تحمله الكلمة من معاني، وتأثير السياق على الكلمة.

وقد خصص فليش فصلين في أحدث مؤلفاته Say What You Mesn للحديث عن مميزات الكلمات القصيرة. وأورد قائمة من ستين كلمة سماها القائمة السوداء The 60 - Word Blacklist وهي تضم الكلمات ذات المقاطع المتعددة أو

(1) Canfeld, Bettrand R. and Frazier M. Moore : *Public Relations, Principles, Cases, and Problems*. Sixth Edition, Homewood, Illinois, Richard D. Irwin, Inc., 1973. p. 56.

التي لا تنقل المعنى مباشرة. وعرض فى بلاغة لما يقابلها من الكلمات ذات المعنى المباشر والتي تتكون من مقطع واحد أو اثنين على أكثر تقدير⁽¹⁾.

وقد أصبح من الممكن قياس سهولة القراءة للمواد المطبوعة بالنسبة للمستويات التعليمية المختلفة بدءاً من مستوى التعليم الإعدادى وحتى مستوى الدراسات العليا بالجامعة. وهذا يتيح للقائم بالاتصال أن يكتب رسالته طبقاً للقدره الاستيعابية للجمهور المستهدف. وهذا لا يعنى الهبوط إلى أدنى مستوى فى الكتابة أو استخدام الكلمات المبتذلة التي تهبط بمستوى اللغة، لأنه من الضرورى أن يساهم الاتصال فى ترقية الذوق العام دون أن يتعارض ذلك مع يسر القراءة بالنسبة لأى مطبوع.

وينبغى أن يكون واضحاً أن يسر القراءة هو أحد العوامل التي تساعد على قراءة المطبوع، وتنظيم الأفكار، والأسلوب المستخدم لنقل هذه الأفكار. وهناك أربع طرق لقياس يسر القراءة بالنسبة للمواد المطبوعة:

(أ) معادلة فليش Flesch وتتلخص فى العوامل الثلاثة الآتية: طول الكلمة، وطول الجملة، ونسبة الاشارات الشخصية كالأسماء والألقاب والضمائر، والكلمات التي تشير إلى القرابة. ويرى فليش أن يكون 70٪ من كلمات الرسالة ذات مقطع واحد وأن يكون متوسط عدد كلمات الجملة 17، وأن تحوى كل مائة كلمة عشرة إشارات شخصية.

(ب) معادلة Gunning وتقيس هذه المعادلة يسر القراءة بمتوسط طول الجملة، وعدد الجمل البسيطة المستخدمة. وقوة الفعل، ونسبة الكلمات المألوفة، ونسبة الكلمات المجردة، وعدد الاشارات الشخصية، ونسبة الكلمات الطويلة.

(ج) معادلة Dale - Chall وقد نبعت هذه المعادلة من جامعة أوهايو Ohio State University حيث أعدت قائمة تتكون من ثلاثة آلاف كلمة

(1) Flesch, Rudolf: *Say What You Mean*. New York "Harber and Row Publishers Inc., pp. 69 - 96.

الزّبعاد النفسية والاجتماعية للصورة الذهنية

من أكثر الكلمات شيوعاً، وسميت قائمة ديل Dale List. وتقوم هذه المعادلة فى قياسها ليسر القراءة على أساس حساب متوسط طول الجملة، ونسبة الكلمات التى وردت فى النص من خارج قائمة ديل.

(د) طريقة ويلسون تايلور Wilson Taylor - وتختلف هذه الطريقة عن الطرق الثلاث السابقة، فهى تركز على قدرة السياق Context فى الرسالة ككل على مساعدة القارئ فى القراءة السهلة للنص واستيعابه، ومعنى ذلك أن هذه الطريقة لا تقيس يسر القراءة فقط، وإنما تهتم أيضاً بما يحققه ذلك من سهولة الاستيعاب. ولا يتبع هذا الأسلوب تحذف الكلمة التاسعة على التوالى فى النص ويعرض هذا النص على عينة ممثلة للجمهور المستهدف . ويطلب من أفراد العينة ملء فراغ الكلمات المحذوفة، بما يتفق مع السياق وتشير نسبة نجاح أفراد العينة فى ملء فراغات النص إلى مدى يسر القراءة وسهولة استيعابها.

وقد عكف فريق من علماء اللغة على دراسة المعنى المشترك أو الإطار الدلالى Frame of Reference ونشأ عن هذه الدراسات علم حديث يساعد على فهم العلاقة بين الرموز والمعانى هو علم الدلالة Semantics.

وكان م. بريال M. Breal الفرنسى أول من ابتكر هذا الإسم Semantique فى سنة ١٨٨٣، وانتقل بعد ذلك إلى اللغة الإنجليزية.

وفى السنوات الأولى من العقد الثالث من هذا القرن أخذ الفلاسفة البولنديون المصطلح Semantics وأدخلوه إلى علم المنطق الرمضى Symbolic وأطلقوه على دراسة تخصصيه دقيقه تعنى بالبحث فى الرموز ومعانيها. وبعد هذا بسنوات معدودة ظهرت فى الولايات المتحدة حركة طموحة ذات أهداف عملية على يد البولندى كورتيسكى Korzyboski . وكان من آثار هذه الحركة ظهور علم المعنى العام General Semantics الذى يهدف إلى تخليص الفكر الإنسانى من المغالطات اللغوية، وترتبط بهذه الحركة تلك البحوث والدراسات التى قام بها فى

انجلترا أوجدن Ogden وريتشاردز Richards ومن ضمنها البحث المعروف «بالانجليزية الأساسية» Basic English وهي لغة ابتكرها أوجدن واستبعد منها بعض الأفعال والمترادفات بغرض الاقتصاد في الثروة اللفظية، وتسهيل التفاهم بين الناس بالتركيز على عدد محدود من الكلمات ذات المعاني الدقيقة المحدودة، بدلاً من آلاف الكلمات ذات المدلولات الغامضة^(١).

ومعنى الكلمة في القاموس ليس كل شيء، فهناك إلى جانب ذلك طريقة النطق والتعبير الوجهي المصاحب لها، والظروف التي تقال فيها، والمكان والعبارة التي تحتويها، فبعض الكلمات الطيبة قد تعتبر في ظروف أخرى مهينة أو استفزازية^(٢).

ويرى كوبوسوامي أن للرموز دلالة كبيرة خاصة في المجتمعات ذات الثقافات العريقة، ويضرب مثلاً على ذلك بما يحمله الأسم من دلالة بالنسبة لصاحبه. فعندما تسلمت سيدتان أجنبيتان طفلة هندية لنقلها إلى دار حضانة في بلد مجاورة، ظلت الطفلة تبكي في القطار ولم تستطيع السيدتان أن تهدئا من روعها. وجاءت سيدة هندية أخرى تحاول هي الأخرى دون جدوى. وأخيراً سألتها عن اسمها فأجابت: أنديرا، فنصحت السيدة الهندية السيدتين الأجنبيتين أن تنادياها باسمها. وبعد ذلك بدأت الطفلة تهدأ وتتقبل الطعام الذي يقدم لها وتتسلى بلعب الأطفال. وهكذا تبين أن اسم الطفلة له دلالة كبيرة بالنسبة لها فهو يكسر الشعور بالغرابة ويضع مكانه شعوراً بالألفة والمودة^(٣).

وقد أثبت علماء الدلالة أن الألفاظ تؤثر على الجهاز العصبي للإنسان، كما أن اختيار الألفاظ هو الذي يساعدهم على التحكم في اتجاهات الناس وتصرفاتهم. ومع

(١) ستيفن أولمان: *دور الكلمة في اللغة*، ترجمة كمال محمد بشر القاهرة، مكتبة الشباب ١٩٧٣ ص ١٤ ، ١٥.

(2) Kuppuswamy. B., *An Introduction to Social Psychology*. London "Asian Publishing House, 1961" pp. 129 - 131.

(3) *Ibid.*, pp. 123 - 124.

أن اللفظ ليس إلا رمزاً للدلالة على الشيء فإننا نلاحظ في مجتمعات كثيرة أن هناك من يخلط بين الرمز والشيء أو بين اللفظ ومدلوله. فالراية الحمراء رمز للخطر ولكنها ليست الخطر نفسه، والمطرقة والمنجل رمز للشيوعية، والصليب رمز للمسيحية، والعلم رمز للدولة التي يمثلها وليس هو نفسه الدولة. ومع هذا فإن الصور الذهنية لهذه الرموز هي التي تحرك استجاباتنا، وليست الأشياء أو الأحداث نفسها التي تحركها.

ويقول كورتسبسكى أن الكلمة رمز Symbol للشيء Object وليست نفسها هذا الشيء. ولا يزال بعض المصريين يطلقون على أبنائهم اسمين: اسم ظاهر ينادى به واسم خفى وهو المسجل في شهادة الميلاد. فإذا استعمل أحد الحساد قوة السحر الأسود ضد الاسم المتداول باءت محاولته بالفشل، لأن الاسم الحقيقي لن يتأثر، ومن ثم لن يضار صاحبه. وفي جنوب إيطاليا لا يلفظ اسم الشخص الحسود اتقاءً لخطره، ويشار إليه بعبارة «الذى لا يسمى» وكلمة الموت لا تلفظ صراحة في كثير من اللغات، وإنما يستعاض عنها بألفاظ وعبارات مختلفة^(١).

كذلك تستبدل الكلمات اللطيفة الخالية من أى إشارة سيئة بكلمات اللامساس taboo كتلك الكلمات التي تتناول أموراً جنسية لا يسهل التحدث عنها بصراحة كقولنا عاشرتة معاشرته الأزواج بدلاً من الإشارة الصريحة إلى جريمة الزنا ومنذ سنوات قليلة فقط أطلقت الكلمة Quintet على مجموعة من ستة رجال فى فرقة موسيقية أمريكية خشية أن توحى الكلمة الأكثر دقة Sextet بمعان غير مرغوب فيها بسبب الجزء الأول من الكلمة وهو Sex إذ يحمل معنى الجنس فى غير هذا التركيب^(٢).

(١) من أمثلة ذلك فى اللغة الإنجليزية:

- Go away, Peg out, one's stick, take an earth, bath hang up the spoon.

(٢) ابراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير. الطبعة الأولى القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٦٩، ص ١٣٢.

وقد تطورت الرموز اللغوية بتطور المجتمع والمعتقدات السائدة فيه. ففي البداية كانت اللغة متأثرة بمعتقدات السحر، ثم تطورت فأصبحت عملية وجدانية، وأخيراً بدأت مرحلة التعبير العقلي. فالمجتمع البدائي يؤمن بقوة السحر الكامنة في الألفاظ، وارتباطها ارتباطاً وثيقاً بالأشياء، وقد استغل الكهنة اللغة في التعبير العاطفي للتأثير في الناس بالعبارات الغامضة، والكلمات ذات الجرس الموسيقى التي تشبه المخدر^(١).

ولا يزال هذا الاستعمال التخديري للغة في السياسة والدعاية منتشراً، وتشير إليه حرب الألفاظ أو ما يعرف بالحرب الباردة بين الدول أو بين التكتلات العالمية، وتستغل الدول في تعبئة شعوبها رموزاً ثقافية تمثل المعتقدات أو العواطف الأساسية لكل شعب، والتي يراها في صورة قضايا كلية لا يستطيع أن ينتقدها أو يخرج عليها. ومجموعات هذه الرموز هي ما أسماه «دور كايم» بالصور الجماعية، «وجورج سوريل» بالأسطورة المسيطرة، و«كارل ماركس» بالآراء، و«كارل مانهايم» بالأيديولوجيات الأساسية... وهذه الآراء الشائعة العامة تمثلها العبارات والأشياء والأشخاص وغير ذلك من الرموز التي تستثير عاطفة الشعب للدفاع عنها وصون كرامتها واحترامها^(٢).

والخلاصة أن الصورة الذهنية هي أداة غير مباشرة لنقل المعلومات ولكونها غير مباشرة فإن هناك بعض الصعوبات التي تؤثر عليها. بعض هذه الصعاب يتصل بعوامل خارجية وهي الجزئية، والتلون، وعدم الدقة، وهذه تتطلب الحرص الشديد من جانب العلاقات العامة حينما تسعى إلى تكوين الصورة الذهنية. كما أن هناك صعاباً أخرى قد تزيد في أهميتها عن الصعاب السابقة لأنها تتصل بعقل المستقبل نفسه وهي ما يمكن أن نطلق عليه الخصائص النفسية للجمهور المستهدف، والتي تتأثر هي الأخرى بالأوضاع الاجتماعية والثقافية السائدة.

(١) إبراهيم إمام: *العلاقات العامة والمجتمع*، مرجع سابق، ص ٢٧٧.

(٢) محمد عبدالقادر حاتم: *الرأي العام*. القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٣، ص ١٩٦.

الخصائص النفسية لأفراد الجمهور المستهدف:

أولاً: قدرة الفرد على الانتقال احضارى من البيئة الثقافية التى ولد وترى فيها

وتشبع بثقافتها: وقد اهتم بعض العلماء بدراسة العوامل التى تؤدى إلى تنمية قدرة الأفراد على الانتقال الحضارى وفى مقدمتهم دانيال ليرنر D. Lerner الذى قام بتحليل عملية الانتقال من المجتمع التقليدى إلى المجتمع العصرى. وقد توصل ليرنر إلى أن هذه العملية تجتاز ثلاث مراحل رئيسية^(١). الأولى تتصل بالتحضر عن طريق تكوين المدن وهى مرحلة ضرورية لنشأة الاقتصاد الصناعى الحديث. وفى نطاق المدن، وفى داخل البيئة الحضرية تتطور المرحلتان التاليتان وهما: التعليم، والإعلام. فالتعليم من المهارات الأساسية لإعداد الفرد للقيام بواجباته وزيادة قدراته على التفاهم والاستفادة من وسائل الاتصال. كما أن الإعلام ينقل الفرد من العالم المحدود الذى يعيش فيه إلى مجالات أرحب وأوسع. ونتيجة للتفاعل بين هذه العوامل الثلاثة: التحضر والتعليم والإعلام تنمو الشخصية العصرية فى المجتمع. وتتميز هذه الشخصية بالقدرة على التخيل والتقمص الوجدانى Empathy أى قدرة الإنسان على تصور دوره وأدوار الآخرين فى المجتمع، وبدون هذه القدرة لا يتسطيع الفرد أن يدرك معنى التغييرات التى تحدث فى المجتمع ويتضاءل تأثير الاتصال الذى تقوم به المؤسسة لتوضيح مغزى التطورات أو التغييرات الجديدة.

ومن الثابت أن هذه القدرة تختلف من إنسان إلى آخر. فالشخص القادم من الريف إلى المدينة سوف يتعرض لأحد ثلاثة احتمالات. الاحتمال الأول أن يعيش فى المدينة بنفس الطريقة التى اعتاد أن يعيش عليها فى القرية ويكون التغيير فى سلوكه بطيئاً للدرجة التى قد لا تلاحظ. وهناك احتمال آخر بأن يتكيف مع سلوك أهل المدينة ويجاريهم فى زمن معقول ويصبح متمدناً مثلهم فى كل تصرفاتهم، وطريقة حياته.

(١) ابراهيم إمام: المرجع السابق ص ٤١٦.

أما الاحتمال الثالث، فهو أن يتفوق هذا القروى على أهل المدينة فى سلوكهم الحضرى بكل ما يحمله هذا السلوك من قيم مغايرة للسلوك الريفى فى بعض الحالات.

ويبدو اختلاف هذه القدرة على الانتقال الحضارى بشكل واضح بين المجتمعات المتباينة حينما تختلف المعايير والقيم بشكل ملحوظ. فالسلوك الذى قد يكون مخلاً بالشرف فى مجتمع شرقى قد لا يكون فى مجتمع غربى أو العكس. وحينما ينتقل بعض أبناء الشرق إلى الغرب للدراسة أو العمل نجد بعضهم يتمسك بقيم مجتمعه ويحرص عليها أشد الحرص، بينما ينسى البعض الآخر هذه القيم وينغمس بشدة فى المجتمع الجديد، ليعود إلى مجتمعه الأول فى صورة مخالفة لصورته الأولى.

ثانياً : الخبرات المكتسبة التى كونت شخصيات الأفراد وأعطتهم مع الانتقال الحضارى إطاراً دلاليّاً محدداً ساعد على تشكيل اتجاهاتهم نحو كثير من القضايا والمشكلات التى تواجههم.

فاستجابة الإنسان لا تتم نتيجة للحدث الذى يواجهه، وإنما تأتى نتيجة لمعنى الحدث وتفسيره من خلال الصور الذهنية التى تكونت نتيجة للخبرات السابقة. وهذه الخبرات هى التى تجعلنا نرى أشياء لا وجود لها، فى حين نخفق فى رؤية بعض الأشياء الموجودة فعلاً. وعلى سبيل المثال حاول أن تقرأ بسرعة العبارة التالية الموضوعية داخل هذا المثلث.



وإذا لم تكن قد اكتشفت الخطأ في العبارة السابقة إقرأها مرة ثانية ببطء وسل نفسك لماذا لم تر الخطأ في المرة الأولى، وتفسير ذلك هو ما نلاحظه عندما نستمع إلى بعض المحاضرين أو الخطباء أو رجال السياسة من تحيز واضح في تبريراتهم ، في الوقت الذي قد لا يتنبه فيه هؤلاء إلى ما تتضمنه أحكامهم وأقوالهم من تحيز وعدم اتساق. وهذا القصور في الرؤية الواضحة أو التفكير المنطقي يزداد في حالات الصراع أو الضغوط أياً كان نوعها^(١).

ولعل أبرز مثال على ذلك ما نشاهده في مباريات الكرة حينما تنطلق صفارة الحكم لتعلن عن ارتكاب خطأ من أحد اللاعبين. أحياناً يمسك اللاعب المخطئ بالكرة ويستعد لأخذ الضربة الحرة دون أن يدرك أنه هو المخطئ وبالتالي تكون الضربة الحرة من حق منافسه. وقد يحدث ما هو أكثر من ذلك عندما يرتفع صراخ الجمهور المؤيد لفريق اللاعب الأول محتجاً على الحكم لاحتساب الضربة لصالح الفريق الثاني. بل اننا نجد في بعض الأحيان بعض المعلقين الرياضيين في وسائل الإعلام يعجزون عن اخفاء تحيزهم لناد معين. ومن منا لا يذكر تلك الدعاية التي أطلقت على أحد المعلقين الرياضيين عندما حاول أحد الفنانين أن يحاكي طريقته في التعليق قائلاً: وأصبحت النتيجة الآن ١ - ١ لصالح نادي (.....) وهو النادي الذي يؤيده ذلك المعلق.

وقد شغل العلماء بدراسة أسس تكوين الاتجاهات، وأساليب تغييرها، ولأهمية هذه الدراسات في مجال تكوين الصور الذهنية، وحيث أن كلا منها يؤثر في النهاية على السلوك الإنساني. فسوف نتناول دراسة نظريات الاتجاهات بشئ من التفصيل في نهاية هذا الفصل.

ثالثاً: التخيل والتذكر - بمعنى قدرة العقل على استرجاع الصور التي حدثت في الماضي وتخيل صور لواقع لم يحدث. وترتبط هذه القدرة بثلاثة عوامل تتصل بطبيعة العقل الإنساني وهي : الإدراك الانتقائي Selective Perception لمواد الاتصال من

(1) Condon John G.: *Semantics and Communications*. New York "The Macmillan Company, 1966" pp. 17 - 18.

ناحية، والتأثير النائم Sleeper Effect لهذه المواد من ناحية أخرى، ثم التذكر الانتقائي Selective Retention من ناحية ثالثة. فالعامل الأول يفسر إدراك مواد الاتصال التي تدعم اتجاهات المستقبل، كما يفسر أيضاً إدراك هذه المواد مشوهة بسبب الاتجاهات الحالية للمستقبل. أما التأثير النائم فهناك تفسيرات متعددة له ومن أهمها أن يكون مصدر الرسالة موضعاً للشك فيقل تأثير الرسالة بسبب ضعف الثقة في المصدر وبمرور الوقت ينسى المستقبل المصدر المشكوك فيه بسرعة أكبر من مضمون الرسالة.

وقد يحدث ما هو أكثر من ذلك عندما يفصل الفرد بين الرسالة ومصدرها. ويرجع التذكر الانتقائي إلى ميل الأفراد لتذكر الموضوعات التي تتفق مع اتجاهاتهم وقيمتهم، وقد أثبتت الدراسات النفسية أن الأفراد ينسون بسرعة كبيرة المواد التي لا معنى لها. في حين تكون نسبة النسيان أقل للمواد التي لها معنى، وخاصة إذا كانت متعلقة بحقائق ومفاهيم لها صلة بالاتجاهات والقيم السابقة للأفراد⁽¹⁾.

فقد افترض بعض الباحثين أن هناك صلة وثيقة بين الاتجاه والتعرض للرسالة الإعلامية وكذلك إدراك محتوى الرسالة وأخيراً تذكر هذا المحتوى. ومن هؤلاء الباحثين لازر سفيلد وبيرلسون وجوديه في كتابهم اختيار الشعب حيث ثبت لهم أن ثلثي أفراد الحزب الجمهوري شاهدوا واستمعوا أكثر إلى الدعاية التي تؤيد حزبهم وكذلك الحال بالنسبة لأفراد الحزب الديمقراطي، وتوصلوا إلى أن الحملات السياسية تعمل أساساً على تنشيط وتدعيم الاستعدادات السابقة.

كما أكد هايمن Hyman وشيتسلي Sheatsley وكلاير Klapper أن الحملات الإعلامية والاتصال الجماهيري بأى صورة كان قلماً يكون لهما تأثير هام، لأنه من بين العوامل التي تساعد على التأثير التعرض الانتقائي. وتقوم نظرية التنافر الإدراكي التي قدمها فيستنجر أساساً على هذه الفكرة. وكذلك قامت دراسات ماكجوير McGuire العديدة على هذا الافتراض. كما يجمع الاجتماعيون التجريبيون

(1) Lerbinger O., Albert Sullivan : *Op.cit.*, pp. 132 - 134.

والباحثون الميدانيون على أن اختلال نتائج الدراسات العملية عن نتائج الدراسات الميدانية، يرجع بالدرجة الأولى إلى التعرض الانتقائي^(١).

وتؤكد الدراسات التي أجراها شرام وكارتر عام ١٩٥٨ هذه النتيجة. فقد وجدوا أن الجمهوريين شاهدوا برامج المرشح الجمهوري أكثر من الديمقراطيين، وأن متوسط زمن التعرض للبرنامج الجمهوري عند الجمهوريين كان أعلى من متوسط زمن التعرض لهذا البرنامج عند الديمقراطيين^(٢).

ومع هذا يرى الباحثون أمثال روزين Rosen وفريدمان Fredman وسيرز Sears أن الأفراد في أثناء عملية تكوين الرأي يفضلون التعرض للإعلام المخالف عن الإعلام المؤيد، ويفسر سيرز هذا التفضيل بأنه يرجع إلى رغبة الأفراد في التعرف على وجهتي النظر المتضادتين قبل أن يلتزموا برأي محدد^(٣).

ويرى مصطفى سويف أن عملية الإدراك ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالأفكار السابقة التي ترسبت في ذهن الفرد بصورة لا يستطيع غالباً أن يتتبع بدايتها ولا تطورها ولا مصادرها. ورغم ما تحققه هذه الخاصية من سهولة التواصل بين الناس، إلا أنها تتضمن جانباً ضاراً في عملية الإدراك. فهي تعوق الذهن عن إدراك ما هو جديد فيما يقدم إليه أو تجعله يدرك الشيء الجديد بشكل مشوه لا يتفق ومقتضى الحال، فيتلقى الذهن ما يقدم إليه باعتباره يندرج تماماً تحت مجموعة الأفكار السابقة التي يعيها، أو منتبهاً إلى نوعها انتماء يكاد يكون تاماً^(٤).

(1) Sears D. O. Freedman J. L., *Selective Exposure to Information*. (in Beisecker and Parson, *The Process of Social Influence*. New Jersey, Englewood Cliffs, Prentice Hall Inc., pp. 161 - 162.

(2) Schramm W. and Carter. R. F. : *Effectiveness of a Political Telethon*. Public Opinion Quarterly, Vol. 23, 1959, pp. 121 - 126.

(3) Beisecker and Parson : *Op.cit.*, p. 15.

(٤) مصطفى سويف (دكتور) : *علم النفس الحديث، معاهله ونماذج من دراساته*. القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٣، ص ٣.

« ذلك أن عملية الإدراك هي في جوهرها إعطاء معنى لعناصر حسية واردة علينا وإعطاء المعنى هو النتيجة التي تبرز في شعورنا بعد مجموعة من العمليات العصبية التي تتم غالباً بعيداً عن مستوى تنبهننا ويقظتنا، وتدور حول تنظيم تلك العناصر الحسية بمحاولة ادماجها في التنظيمات (أو ما نسميه عادة بالأطر الذهنية) المترسبة في نفوسنا أثناء خبراتنا الإدراكية السابقة. المهم أن عملية الإدراك تنطوي دائماً على تنظيم وتفسير للجديد في ضوء القديم. وهنا تتمثل الثغرة التي تنفذ منها أحياناً أضرار الأفكار السابقة^(١).

ويستدرك مصطفى سويف قائلاً « أن وقوع الضرر ليس حتمياً كحتمية عملية التنظيم نفسها. أنه يقع إذا توافرت شروط معينة، كأن تكون عملية الإدراك في لحظاتها الأولى، أو تكون الخصائص الطبيعية للشئ الذي ندركه غير واضحة لنا بالدرجة الكافية، أو تكون شخصية المدرك متصلة قليلاً المرونة. أما إذا توافرت الشروط المضادة لذلك فأعدنا النظر في موضوع الإدراك مرات متعددة، وبرزت خصائصه الطبيعية بما فيه الكفاية، وكانت شخصية المدرك تمتاز بدرجة معقولة من المرونة الفكرية أعنى القدرة على تغيير زاوية والنظر إلى الأشياء فان احتمال وقوع هذا الضرر يتضاءل بشكل ملحوظ^(٢).

ويتكون الإدراك من تفاعل مجموعتين من العناصر احدهما بنائية موضوعية Structural والأخرى وظيفية ذاتية Functional . الأولى تتصل بخصائص الشئ المدرك، والثانية ترتبط بالفرد الذي يدرك. وقد ركز علماء النفس على ثلاثة أشكال بالنسبة للعناصر البنائية للإدراك هي التماثل، والانفراد، والتميز، فالتماثل ينصب على رؤية الأشياء المتشابهة كوحدة ذات خصائص عامة موحدة. فنحن نرى المساحة الخضراء في الحديقة أو الميدان ولكننا لا نرى الحشائش المنفردة التي

(١) المرجع السابق ص ٤ .

(٢) نفس المرجع السابق ص ٤ .

تتكون منها هذه المساحة الخضراء، بعكس الخبير المتخصص الذى يدرك الفروق الدقيقة بين مجموعات هذه المشائش إذا كانت هناك فروق بينها. ونحن نرى الصخور كلها على أنها شئ متماثل بعكس الجيولوجى الذى يدرك الفروق بينها ويميز بين أنواعها المختلفة على نحو يتسم بالدقة.

ويؤثر التفرد هو الآخر فى الإدراك بشكل مختلف فالحصاة التى تدخل فى حذاء الفرد أثناء سيره على طريق مغطى بالحصى هى التى يحس بها أكثر من أى حصاة أخرى من سائر الحصى الذى يسير عليه. كما أن التمييز له دور كبير فى الإدراك، ويستفيد خبراء الإعلان من هذه الخاصية فى إبراز السلعة المعلن عنها بشكل يختلف عن غيرها من السلع.

وتستمد العناصر الوظيفية للإدراك من حاجات الفرد، وحالته المزاجية العابرة، وتجاربه السابقة. وقد أجريت عدة تجارب لدراسة أثر الحاجات الأولية والثانوية فى الإدراك. والحاجات الأولية تعتمد على أسس فسيولوجية كالجوع، والعطش، والحاجة إلى الهواء، والتخلص من الألم، بينما تقوم الحاجات الثانوية أو المكتسبة على أسس اجتماعية حيث يكتسبها الأفراد من بيئتهم ومن النظام الثقافى الذى يوجه سلوكهم، كالحاجة إلى الأمان، والحب، والتقدير، وتحقيق الذات، والحاجة إلى الانتماء، وغيرها من الحاجات التى قد تختلف من ثقافة إلى أخرى.

وقد أجريت عدة تجارب لدراسة أثر الحاجات الأولية فى الإدراك. ومن هذه التجارب التجربة التى قام بها ليفين Levine، وتشين Chein، وميرفى Murphy حينما عرضوا مجموعة من الرسوم الغامضة على مجموعتين من الطلبة أحدهما كانت تئن من الجوع، والثانية كانت قد انتهت تواءً من تناول الطعام. وقد رأت المجموعة الأولى فى الرسوم المعروضة عليها صوراً لبعض أنواع الطعام، فى حين لم تر المجموعة الثانية شيئاً من ذلك فى نفس هذه الرسوم⁽¹⁾.

(1) Robinson Edward J. : *Op.cit.*, pp., 170 - 174.

وتؤثر الحالة المزاجية على رؤية الإنسان للواقع، وإدراكه للتفاصيل الدقيقة للموقف. فالإنسان الغاضب أو المتوتر أو الذى يعانى من حالة إحباط مؤقتة يرى فى الواقع أشياء قد لا يراها إذا كان هادئاً مطمئناً مفعماً بالأمل. والخائف يفسر أى حركة تكسر سكون الليل على أنها صادرة من لص أو عدو، وفى بعض المجتمعات تفسر على أنها صادرة عن عالم الجن.

كما أن تجارب الإنسان السابقة وخاصة المثيرة منها تؤثر على إدراكه للأحداث والمواقف الحاضرة فالفرد الذى مر بتجربة مريرة مع حيوان معين تنتبه حواسه بسرعة لوجود هذا الحيوان فيما بعد، ويخشى من تكرار التجربة. والفتاة التى مرت بتجربة بائسة مع أحد الشباب، تتعامل مع غيره بعد ذلك وفى ذهنها صورة لكل التصرفات التى صدرت عنه، ويكون سلوكها متسقاً مع إدراكها لسلوك الشخص الجديد وغالباً ما تفسره فى ضوء التجربة السابقة.

رابعاً: العواطف - وهى المشاعر التى لا تعتمد على العقل، والتى تتحكم بلاشك فى كمية المعلومات التى تندفق إليه ونوعها، وهى أحد العوامل الرئيسية التى يتم على أساسها الإدراك الانتقائى لمواد الاتصال. وقد أوضح دوب تأثير هذا العامل من التجربة التالية:

طلب أحد المدرسين من الأطفال الذين يقوم بالتدريس لهم أن يكتبوا أسماء خمسة من زملائهم يحظون بأقصى حب لهم، وأسماء خمسة آخرين يحظون بأدنى حب لهم. ولم يعرف الأطفال علاقة هذه الخطوة بالمرحلة التالية من التجربة. ثم وقفت كلتا المجموعتين بالتناوب أمام زملائهم وطلب منهما أداء بعض الحركات الرياضية. وكانت هناك تعليمات خاصة إلى الخمسة الذين يحظون بحب زملائهم أن يؤدوا الحركات الرياضية بطريقة خاطئة. فترفع اليد اليمنى بدلاً من اليسرى.. وهكذا. ثم سئل الأطفال عن أدبى الحركات الرياضية بطريقة صحيحة فكانت النسبة الكبرى لصالح

الخمسة الذين يحظون بحب زملائهم، رغم أن أحداً منهم لم يؤد التمرين بالطريقة الصحيحة في حين أداها الخمسة الآخرون تماماً كما هو مطلوب^(١). وهذا يذكرنا بالمثل المصرى القائل: «عدوك يتمنى لك الغلط، وحبيبك ييلع لك الزلط».

خامساً: العقيدة - لقد قيل أن الإنسان يعيش بعقيدته، وهذا صحيح لأن الفرد لا يستطيع أن يتحقق من صحة كل الآراء المعروضة عليه عن مئات الأشياء في الحياة. وهو لذلك يقبل بدون تحقيق الكثير من هذه الآراء بالتوارث. ولذلك كان من الضروري للعلاقات العامة أن تكون حساسة إلى أقصى مدى فيما يتعلق بالمعتقدات. فالإنسان العادى بمعتقداته الراسخة دينياً أو سياسياً أو اقتصادياً، لا يمكن أن يقبل أى دعوة تتعارض مع معتقداته. وقد أوضح «الدوس هكسلى» Aldius Huxley أنه ليس من الصعب اغراء الناس على فعل ما يتوقون إليه. كما أنهم لا يقدمون على عمل نتيجة لصفحات قرأوها أو خطب سمعوها وإنما تكون تصرفاتهم نتيجة لتعرضهم منذ الطفولة إلى تربية معينة، وتوجيه سلوكى متراكم^(٢).

سادساً - مركز التمييز بالعقل : وهو الذى ينتقى المعلومات ويصنفها ويقومها - مع عدم اغفال تأثير العوامل الوسيطة فى العملية الاتصالية - ليستخلص منها النتائج وينفذها. ومن المؤسف أن قليلاً من الناس هم الذين يتمرسون على عملية التمييز هذه، بل ان المتخصصين الذين يعتد بأحكامهم فى ميدان تخصصهم يتصرفون كغيرهم فى غير هذا المجال، فيقفزون إلى النتائج بدون تحقق أو بغير معلومات كافية أو صحيحة. وكثيراً ما يلجأ رجال السياسة وأتباعهم إلى استغلال هذا القصور فى خداع الجماهير وتضليلها بالبيانات التى لا تستند إلى أى أساس واقعى.

هذه العوامل الستة تؤثر على الصورة داخل العقل، بينما تؤثر صفات التقديم غير المباشر للواقع على الصورة وهى فى طريقها إلى العقل. ومازال هذا التأثير أو

(1) Stephenson H. : *Handbook of Public Relations*. "Second Edition. McGraw - Hill Book Company, New York 1971" pp. 800 - 801.

(٢) د. إبراهيم إمام: المرجع السابق، ص ٢٤ .

ذاك غير محدد بدقة علمية كافية، ولكن الذى لاشك فيه أن المعلومات لا تصل بدون أدنى تغيير نتيجة لهذه العوامل. ويترتب على ذلك أن هناك حدوداً قصوى للتفاهم لاتصل إلى درجة الكمال، وأقصى ما تطمح فيه البشرية هو تضيق منطقة اللافهم إلى أدنى حد ممكن.

وإذا كنا قد فصلنا الحديث عن التحديات التى تواجه رسم صورة حقيقة فى أذهان جماهير المؤسسة، فإن الهدف من ذلك أن يضع خبير العلاقات العامة هذه التحديات نصب عينيه وهو يخطط لرسم هذه الصورة وتكوين معالمها. وأن لا يكتفى بصياغة الرموز ووسائل نقلها إلى الجمهور، مطمئناً إلى وصول المعنى على النحو الذى يقصده. فالموقف الاجتماعى والظروف النفسية والاستعدادات السابقة كلها عوامل تؤثر على دورة الاتصال وتأثيره، وهى قد تساعد على تدعيمه أو تقف عقبه فى طريقة. كما أنها قد تؤدى إلى نتيجة مخالفة لما كان يرمى إليه المرسل.

نظريات الاتجاهات :

يعرف « كاتز » الاتجاه بأنه استعداد سابق لدى الفرد لتقدير فكرة أو رمز، أو ظاهرة معينة فى عالمه بطريقة تجعله يقبل هذه الفكرة أو يرفضها^(١).

ولعل أشهر تعريف للإتجاه هو التعريف الذى قدمه « آلپورت » Allport بأنه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبى والنفسى تنتظم من خلال خبرة الشخص، وتكون ذات تأثير توجيهى أو دينامى على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التى تستثير هذه الاستجابة^(٢).

(1) Katz, D. : *The Functional Approach To The Study of Attitudes (in Beisecker and Parson : The Process of Social Influence)* "Printice Hall Inc., Englewood Cliffs., New Jersey 1972" p. 19.

(٢) د. مصطفى سريف : مقدمة لعلم النفس الاجتماعى، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٦٧ ص ٣١٧.

وقد شغل العلماء بدراسة أساليب تغيير الاتجاهات، وتوصل بعضهم من خلال دراسته إلى نظرية محددة تبلور نتائجه، ويمكن تصنيف هذه النظريات فى أربع مجموعات رئيسية^(١).

Functional Theories	(أ) النظريات الوظيفية
Consistency Theories	(ب) النظريات الاتساقية
Learning Theories	(ج) نظريات التعليم
The Social Judgement Involvement Approach	(د) نظرية الاستغراق والموازنة الاجتماعية

(أ) النظريات الوظيفية :

تنتهى النظريات الوظيفية إلى أن اتجاهات الأفراد تحددها الاحتياجات التى يمكن أن تحقق أهدافهم الأساسية. ومن ثم فإن تغيير الاتجاهات لا يتحقق بتغيير معلومات الأفراد أو مفاهيمهم أو سلوكهم نحو موضوع معين، وإنما يتحقق بتغيير الدوافع التى تحدد هذه الاتجاهات.

ويرى كاتز أن السلوك الانسانى يمكن تصنيفه إلى سلوك منفعى يهدف إلى إشباع الحاجات، وسلوك يهدف إلى الدفاع عن الذات لحمايتها من الصراع الداخلى، وسلوك يهدف إلى التعبير عن قيم معينة يبقى للفرد الاحساس بشخصيته، كالتحفظ أو التحرر أو الشجاعة أو الكرم، وأخيراً السلوك الذى يهدف إلى البحث عن المعرفة. وعندما نسعى إلى تغيير الاتجاهات عند الأفراد أو الجماعات فلا بد من معرفة دوافع السلوك للتركيز على تعديلها واجراء تحول فيها.

بينما يصنف كيلمان السلوك الانسانى على أساس اتصاله بمصادر التأثير الخارجية الصادرة عن المجتمع، وهى عنده ثلاثة مصادر^(٢).

(1) Beisecker D., Parson D. W. : op. cit., pp. 9 - 12.

(2) Kelman H. C. **Process of Opinion Change**, (in Beischer and Parson) Op.cit., pp. 34 - 44.

١ - التطابق : Compliance

ويعنى اتخاذ الفرد لسلوك معين لتوقعه أن يكتسب استحساناً معيناً لتوافقه مع السلوك العام لجماعة معينة، أو تجنب الفرد لسلوك معين لتوقعه أن يحظى بالاستهجان لعدم توافقه مع السلوك العام لهذه الجماعة.

٢ - التقمص : Identification

ويحدث حينما يقبل الفرد التأثير لأنه يرغب في إقامة أو الاحتفاظ بعلاقة مرضية تحدد ذاته مع شخص آخر أو جماعة أخرى، وقد تأخذ هذه العلاقة شكل التقمص التقليدي، والتي يتخذ الفرد فيها دور المؤثر والمتأثر برجوع كل منهما للآخر، فالفرد يستطيع أن يدخل في علاقة تبادلية مع فرد آخر تماماً كما يحدث في أى اتفاق صداقة بين دولتين.

٣ - الاستبطان : Internalization

ويحدث حينما يقبل الفرد التأثير لأن مضمون السلوك الموحى به يتفق مع نظامه القيمي ويتبناه الفرد لأنه يجده مفيداً لحل مشكلة معينة أو لأنه يتفق مع اتجاهه. ويشرح كيلمان مدى قوة هذه المصادر كما يلي :

١ - حينما يتخذ الفرد السلوك الموحى عن طريق التطابق فإنه يميل إلى تحقيق ذلك في حالة وجود العامل المؤثر فقط.

٢ - حينما يتخذ الفرد السلوك الموحى عن طريق التقمص فإنه لا يميل إلى تحقيق ذلك إلا مع فورة علاقته مع العامل المؤثر، ولا يفعل ذلك عندما تخمد هذه العلاقة.

٣ - حينما يتخذ الفرد السلوك الموحى عن طريق الاستبطان فإنه يميل إلى تحقيق ذلك في المناسبات ذات الصلة بالموضوع بغض النظر عن وجود العامل المؤثر أو بلوغ العلاقة معه مرحلة الذروة.

ويرى كيلمان أن السلوكين الأولين، التطابق والتقمص كلاهما زائف. بينما السلوك الثالث وحده (الاستبطان) هو السلوك الحقيقي لأنه يعبر عن أفكار الفرد الحقيقية النابعة من ذاته، والتي تتفق مع اطاره القيمي. وهذا لا يعنى اتساقاً كاملاً لأن الأفراد يختلفون فى درجات الاتساق بين الفكر والسلوك، وإنما يعنى أن الأفكار الجديدة تتحرك جنباً إلى جنب مع قيم الفرد، وقد يؤدي ذلك إلى تعديل هذه القيم. ونتيجة لهذا التفاعل بين الأفكار الجديدة والقيم السابقة فإن السلوك المتخذ عن طريق الاستبطان يميل نسبياً لأن يصبح فطرياً وصلباً ومركباً ومميزاً، وهذه هى أسباب قوته.

(ب) النظريات الاتساقية :

يفترض أصحاب هذه النظريات أن الفرد يحاول أن يتجنب نفسياً المدركات غير المتسقة. ويرى أيللسون Albelson و(روزنبرج) Rosenberg أن السلوك الانساني تحكمه قواعد نفسية، وهذه القواعد هى التى تحدد الاتساق بين الفكر والسلوك، فإذا كان الفرد رأسمالياً مثلاً فمن الطبيعى أن يمتد الاشتراكيين والشيوعيين.

ومع أن توحيد الأنماط بهذه الصورة تفكير غير منطقي، إلا أنه يحقق نوعاً من الرضاء الذاتى، وهو ما ينطبق عليه تعبير المنطق النفسى Psycho Logic وتفترض نظرية الاتساق عند أيللسون نظاماً للمدركات والعلاقات بينها، فأى نظام غير متوازن يمكن أن يكون متوازناً بعدة طرق، فعندما يختلف صديق مع صديق حول تقييم شئ معين، هذا الاختلاف يعكس إدراكاً غير متوازن لهذا الشئ. هناك عدة طرق لاستعادة التوازن فاما أن تقنع صديقك بأن يغير تقييمه لهذا الشئ، أو أن تقنع أنت بتقييمه، أو أن تعيد تحديد مفهومك لهذا الشئ مع صديقك بالصورة التى تجعلكما تتفقان على تحديد قيمته، أو أن تنسحب بلباقه من المناقشة وتحقق التوازن بالانعزال عن المخالفين، أو أنك قد تقرر أنك لم تعد تحب صديقك ولا تكثرث بآرائه، ويكون هذا الخلاف سبباً فى فقدك لهذا الصديق⁽¹⁾.

(1) Beisecker and Parson : *Op.cit.*, pp. 10 - 11.

أما هيدر Heider صاحب نظرية التوازن Balance فتفترض نظريته أساساً أن حالة عدم التوازن Balance بين فكر الفرد والأفراد الآخرين أو البيئة المحيطة به بصفة عامة تخلق نوعاً من التوتر الذى يخلق بدوره قوى استعادة التوازن^(١).

وقد قدم أسجود Osgood وتانينبوم Tannenbaum مفهوم التوافق Congruity والذى اضافه هذا المفهوم إلى نظرية التوازن هو القياس الكمى الذى يسمح بتحديد حجم التغيير المحتمل فى الاتجاه، فى حين أن نظريات التوازن لم تحدد مدى التغيير واقتصرت على طرفيه الايجابى والسلبى فقط. وأكثر من هذا فإن نظرية هيدر بالذات لم تحدد اتجاه التغيير الذى يمكن أن يحدث فى حالة وجود عدم التوازن. وقد استعان اسجود بطريقته التى ابتكرها قبل ذلك فى دراساته عن الإدراك والمعانى والاتجاهات وهى: اختبار تمايز معانى المفاهيم Semantic Differential^(٢) وقد أصبحت هذه الطريقة أداة عامة تستخدم أيضاً فى دراسات الشخصية، وغيرها من الدراسات الاجتماعية والنفسية وتعتمد على عنصرين أساسيين هما:

- ١ - المفاهيم التى نبحث عن معناها ومضمونها ودلالاتها بالنسبة لأفراد عينة البحث.
 - ٢ - المقاييس التى يتحدد على أساسها معنى ومضمون ودلالة كل مفهوم منها.
- وفى اختبار المفاهيم يحدد الفرد معنى كل مفهوم بالنسبة له بأن يضع علامة على أحد درجات سبع توجد على كل مقياس لهذه المفاهيم. ولا بد أن يراعى فى اختبار المفاهيم ما يلى:

- ١ - أن توضع الفروق الفردية فى الاستجابات.
- ٢ - أن يكون كل منها موضوعاً لتباين الاتجاهات الشخصية.
- ٣ - أن يكون لكل منها معنى وأهمية بالنسبة لأفراد العينة^(٣).

(1) Zajone. R. B. The Concepts of Balance. *Congruity and Dissonance* (in Beisecker and Parson. *Op.cit.*, pp. 84 - 89).

(2) *Ibid.* pp. 51 - 55.

(٣) حامد عبدالسلام زهران: *علم النفس الاجتماعى*، القاهرة عالم الكتب، ١٩٧٢ ص ١٨٦، ١٨٧.

وتندرج نظرية التنافر الإدراكي Cognitive Dissonance التي قدمها ليون فيستنجر Festinger فى إطار النظريات الاتساقية. ومؤدى هذه النظرية أن الفرد حينما يشعر بعدم الارتياح عندما يحس بتنافر بين ما يطلب إليه فعله وبين رأيه الخاص، يسعى إلى إزالة هذا التنافر لكي يتحقق له الارتياح النفسى بتغيير السلوك المطلوب منه أو بتغيير رأيه. وإذا لم يستطع تغيير السلوك فيستتبع ذلك تغيير الرأى. وفى هذه الحالة تكون الرسالة الإعلامية المتضمنة للرأى الجديد ذات تأثير كبير فى عملية التحول^(١).

والخلاصة فى النظريات الاتساقية أنها تركز على الصراع الداخلى الفردى بين اتجاه واتجاه، أو بين الاتجاهات والقيم، أو الإعلام أو الإدراك، أو السلوك، باستثناء إحدى نظريات التوازن التى يشمل الصراع فيها اتجاه الفرد مع آراء الأفراد الآخرين والبيئة التى يشمل الصراع فيها اتجاه الفرد مع آراء الأفراد الآخرين والبيئة المحيطة. ومن خلال سعى الفرد لإزالة هذا الصراع أو التناقض بين العناصر المذكورة لتحقيق التوازن النفسى يمكن أن يتم التحول عن الاتجاهات السابقة لتحل محلها اتجاهات جديدة.

(ج) نظريات التعلم :

يرى أصحاب هذه النظريات أن الاتجاهات يخلقها التعلم وهو أيضاً يمكن أن يعدلها. ويشير دوب Doob إلى العلاقة القوية بين الاتجاه والتعلم وفى رأيه أن دراسة الاتجاهات يمكن أن تندرج تحت دراسة تعلم السلوك. ويخلص فى النهاية إلى أن السلوك والاتجاهات تحكمها معاً نفس المبادئ والمفاهيم^(٢).

ويرى هوفلاند وجانيس وكيلي أن الآراء شأنها فى ذلك شأن العادات تستمر كما هى دون تغيير ما لم يكتسب الفرد خبرات تعليمية جديدة، والتعرض للاتصال التأثيرى

(1) Beisecker and Parson : *Op.cit.*, pp. 55 - 58.

(2) *Ibid.* p. 12.

الذى ينجح فى إقناع الفرد بقبول رأى جديد يقوم أساساً على خبرة تعليمية إلى اكتساب عادة فعلية جديدة⁽¹⁾.

ويمضى هوفلاند وزميلاه فى شرح العوامل الأساسية فى الموقف الاتصالى التى تؤدى إلى إحداث التغيير فى الرأى، فالعنصر الأول فى عملية التأثير هو بالطبع الرأى الجديد الذى يقدم فى عملية الاتصال. هذا العنصر يمكن أن يصور على أنه منبه مركب Compound Stimulus يشير السؤال الناقد للرأى القديم ويقدم الإجابة المتضمنة للرأى الجديد. وإذا لم يحدث هذا فلا يمكن أن يعتبر الاتصال قادراً على إحداث أى تغيير فى الرأى.

وعندما يتعرض الفرد للرأى الجديد يكون هناك على الأقل استجابتان محددتان، فهو يفكر فى إجابته الخاصة على السؤال (الجزء الأول من المنبه المركب)، وأيضاً فى الإجابة الجديدة أو الرأى الجديد الذى يقدمه القائم بالاتصال (وهو الجزء الثانى من المنبه المركب) الاستجابة الأولى هى الناتجة عن تكوين عادة فعلية سابقة كانت أساساً لتكوين رأى الفرد، والاستجابة الثانية هى الناتجة عن الميل المكتسب لأن يكرر الفرد لنفسه الرسالة التى تعرض لها. ومن هنا فإن التأثير الهام للاتصال التأثيرى يكمن فى إثارة تفكير الفرد فى الرأى القديم والرأى الجديد الذى يقدمه الاتصال، وهذا هو العامل الثانى الذى يؤدى إلى نجاح الاتصال فى إحداث التغيير.

أما العامل الثالث فيتمثل فى الدوافع التى يمكن أن يخلقها الاتصال لقبول الرأى الجديد فالأساس الهام لقبول أى رأى جديد هو مدى توافر الأسباب المؤيدة لهذا الرأى فى تفكير الفرد.

وينبه هوفلاند وزميلاه إلى اختلاف نمط التعلم وشروطه حينما نسعى إلى تغيير الرأى عن طريق الاتصال الجماهيرى عنه حينما نسعى إلى ذلك باستخدام أشكال الاتصال الأخرى فى مواقف التعلم المختلفة.

(1) Hovland C. L., Janis I. L., Kelley. H. H., *Communication and Persuasion* (in Beisecker and Parson : Op. cit., pp. 100 - 102).

وقد أكد هذه الحقيقة Lazarsfeld حين نبه إلى صعوبة أخذ نتائج الدراسات المعملية للتعلم البشرى وتطبيقها على الاتصال الجماهيري. فموقف التعلم فى الحالتين يختلف لاختلاف الظروف الطبيعية التى يجرى فيها التعلم فى حالة الاتصال الجماهيري عن الظروف الصناعية التى يجرى فيها التعلم فى حالة الدراسات المعملية^(١).

أما كيف يحدث التعلم، وما هى المراحل التى يمر بها الفرد لكى يمارس عادة جديدة، فقد تعددت آراء واضعى نظريات التعلم بشأنها. ونكتفى هنا بعرض أكثر هذه النظريات ذيوغاً وهى التى تعكس آراء رواد نظريات التعلم أمثال Hull وتولمان Tolman وأسجود Osgood .

معنى التعلم :

التعلم هو التغيير الذى يطرأ على العلاقة الثابتة بين (أ) منبه يدركه الفرد أو (ب) استجابة يقوم بها الفرد، سواء كانت هذه الاستجابة علنية أو خفية، ومعنى هذا أنه إذا قام الفرد باستجابات قديمة على منبه مختلف أو قام باستجابة مختلفة على منبه قديم فإننا نكون بصدد عملية تعلم.

مراحل التعلم :

لا يكفى لحدوث عملية التعلم أن يتعرض الفرد لمنبه ثم تصدر عنه استجابة على هذا المنبه كأن يسيل اللعاب عند وضع الطعام فى الفم أو تبعد اليد بسرعة عندما تلمس إناءً ساخناً. بل لابد من أن يمر الفرد بعدة مراحل بين إدراك المنبه وحدوث الاستجابة لكى تكتمل عملية التعلم. وفيما يلى هذه المراحل:

١ - تقديم المنبه.

٢ - إدراك الفرد لهذا المنبه.

٣ - تفسير المنبه.

(1) Klapper, J. T. *The Effects of The Mass Media*, "Glencoe Ill., Free Press 1960" pp. 6 - 7.

٤ - حدوث استجابة تجريبية على المنبه .

٥ - إدراك نتائج الاستجابة التجريبية والقيام باستجابات أخرى.

٦ - تطوير علاقة ثابتة بين المنبه والاستجابة، أى تطوير عادة.

والأمور التي تحدد إنقاص عملية التعلم وتطور العادة هي :

١ - استمرار التكرار المجزى للعادة فكلما كانت العلاقة بين المنبه والاستجابة مجزية

تقوى العادة، وإذا كانت العلاقة غير مجزية تضعف العادة.

٢ - كلما زاد الجزاء عن العادة أدى ذلك إلى تقويتها وتطورها.

٣ - كلما كان عائد الجزاء سريعاً أدى ذلك إلى سرعة تقبل العادة.

٤ - عزل العلاقة بين المنبه والاستجابة ضرورى لتطور العادة. فالعلاقة بين المنبه

والاستجابة ستقوى إذا لم يقم الفرد بعمل نفس الاستجابة على منبهات أخرى

غير المنبه الذى اعتاد أن يستجيب عليه بطريقة معينة.

٥ - حينما يقل المجهود المطلوب لممارسة العادة تزيد فرصة تقبلها وممارستها.

(د) نظرية الاستغراق والموازنة الاجتماعية :

يعتبر الحكم المقارن (الموازنة) من أهم أسس العملية النفسية التى يلجأ الأفراد

من خلالها إلى تقويم صفات الأشياء والمفاهيم. فمثلاً نحن نحكم على إناء الماء بأنه

ساخن بمقارنة حرارته بحرارة إناء آخر.

وتطبق عملية الحكم المقارن هذه على اتجاهات الأفراد. فقد افترض

ثيرستون Thirstone أن الأفراد يمكن أن يقارنوا بين تقريرين أو روايتين عن موضوع

واحد ويحكموا على أى الروايتين أو التقريرين يؤيد هذا الموضوع وأيهما يعارضه.

ولكن ألا يمكن أن يتأثر حكم الفرد برأيه الخاص فى الموضوع. يجيب ثيرستون بأن هذا

غير ممكن إذا كان المقياس الذى يقوم الروايات أو التقارير سليماً لم يتأثر بآراء الذين

يوجهونه.

وقد عارض هوفلاند Hovland وشريف Sherif هذه النتيجة التي انتهى إليها ثيرستون، حينما اكتشفا أن الأفراد الذين يحملون وجهات نظر متطرفة عن موضوع معين يميلون إلى عكس وجهة نظرهم على تقييمهم لهذه الموضوعات، فالمؤيدون للزواج حينما تعرض عليهم موضوعات عن الزواج لتقويم اتجاهها تراهم يميلون إلى تصنيفها إلى فئتين فئة الموضوعات المحايدة وفئة الموضوعات المعادية للزواج⁽¹⁾.

وهذه النتيجة التي توصلوا إليها تشكل أساس نظرية الاستغراق والموازنة الاجتماعية. فالافتراض الأساسي في هذه النظرية هو أن الطريقة التي يدرك بها الفرد الرسالة تحدد تأثيره بمحتواها. ويمكن ترتيب الاتجاهات حول موضوع معين على مقياس Continuum يبدأ من الاتجاه المؤيد تماماً وينتهي بالاتجاه المعارض تماماً. حينما يتلقى الفرد رسالة يضعها في فئة التصنيف الملائمة لاتجاهه على هذا المقياس فإذا جاء تصنيفه لها في مدى الاتجاه المؤيد فإنه يعتبر الاتصال موجهاً له ومتفقاً مع اتجاهه. أما إذا جاء تصنيفه لها في مدى الاتجاه المعارض فإنه يعتبر الاتصال غير موجه له ولا يتفق مع اتجاهه. ومعنى هذا أن تأثير الرسالة يعتمد أساساً على التصنيف الأولي لها.

ويتحدد مدى قبول الفرد أو رفضه للفكرة المعروضة بمدى اهتمامه الخاص بالموقف الأولي لتصنيفه للفكرة في متصل الاتجاه الخاص به. فكلما زاد استغراق الفرد في موقفه كلما تناقصت قدرة الرسالة على إحداث التغيير، ومعنى هذا أن الأفراد الذين تتسع عندهم درجة المعارضة يميلون إلى إبعاد الرسالة المخالفة عن إدراكهم وبالتالي يتضاءل الأمل في إحداث التغيير⁽²⁾. بينما ترتفع نسبة القابلية للتغيير عند من يقل لديهم مدى الاستغراق والالتزام بمواقفهم، بما في ذلك غالبية الذين يمشلون وجهات نظر معتدلة عن الموضوع المطروح.

(1) Beisecker, T. D. and Parson, D. W. : *Op.cit.*, pp. 12 - 13.

(2) Sherif C. W., Sherif M. Nebergall : *Attitude and attitude change : The Social Judgement Involvement Approach* (in Beiseker and Parson: *Op.cit.*, pp. 119 - 121).

تأثير الجماعات على الاتجاهات :

أظهرت الدراسة التي قام بها لازرسفيلد وبيرلسون وجوديه عن حملة انتخابات سنة ١٩٤٠ أن اتجاهات ٩٦٪ من أفراد العينة نحو المرشحين تتفق مع آراء عائلاتهم وأن ٤٪ فقط منهم صوتوا في صالح مرشح لاتويده العائلة. كما ظهر تقارب في اتجاه التصويت لأفراد البحث المشتركين في جماعات واحدة، وإن كان هذا التقارب بدرجة أقل مما هو موجود بين الأفراد وعائلاتهم^(١).

وهذا يعنى أن الجماعات تساعد على تدعيم الاتجاهات السابقة أكثر مما تساعد على التغيير، وخاصة حينما تتحول الجماعة المرجعية الإيجابية إلى جماعة سلبية بالنسبة للفرد لا تحقق له رغباته ولا ترضى فيه شعور الفخر بالانتماء إليها ففي هذه الحالة تصبح فرصة تحول الفرد عن آراء الجماعة كبيرة.

وقد تعاون الجماعة تأثير الاتصال الذي يعمل على التغيير حتى بين أعضائها المخلصين. فقد ينشط الاتصال المناقشات بين أفراد الجماعة ويساعد على إدراكهم لمزايا التحول ويشير كاتز ولازرسفيلد إلى أن مناقشة الجماعة قد تشجع أولئك الذين يميلون للتغيير لاكتشافهم أن هناك أقلية تؤيد موقفهم لم يكن هناك اعتقاد بوجودها من قبل، كما أن الجماعة كلها قد تتحول في بعض الأحوال حين تدرك أن وجهة النظر الجديدة أفيد لها من الفكرة التي كانت تؤيدها.

وقد أدرك السياسيون خطورة تأثير الجماعات كالأحزاب السياسية والاتحادات المهنية والجمعيات الدينية في كسب تأييد الرأي العام وإعداده لمواجهة الأزمات واجتيازها وتفسير القرارات السياسية التي تصاحبها. ومن أجل هذا يلجأ الدعاة إلى تأسيس الجمعيات والجماعات التي تؤيد الدعوة وتتبناها وأبرز مثال على ذلك في تاريخنا الوطني ما فعله مصطفى كامل حين أنشأ جمعية الصليبية الأدبية وهو طالب في المدرسة الخديوية الثانوية ليؤسس فيها قاعدة للحركة الوطنية.

(1) Lazarsfeld P. F. Berelson B and Gaudet. II. *The People's Choice*, "Second Edition, Columbia University Press, New York 1948", pp. 140 - 145.

كذلك اتصل مصطفى كامل بالجمعيات العلمية والأدبية القائمة كجمعية الاعتدال وجمعية الهدى وجمعية العلم المصرى، ثم أسس جمعية (أحياء الوطن) عندما انتقل إلى مدرسة الحقوق الخديوية وأخيراً أسس الحزب الوطنى فى ٢٢ أكتوبر سنة ١٩٠٧، وأنشأ له فروعاً فى الأقاليم لكسب الأعضاء الجدد وبتشجيع الشعور الوطنى فى أرجاء مصر^(١).

وقد كثرت الجمعيات والتنظيمات المهنية والعلمية والسياسية الموجودة فى كل دولة فى العصر الحديث. وإذا كان لهذه التنظيمات دورها فى سائر المجتمعات بصفة عامة فإن دورها أشد خطورة فى المجتمعات ذات الأنظمة الموجهة حيث توجد سياسة واحدة لا تستطيع أى جماعة أن تشذ عنها، وحيث يوجد تنظيم سياسى واحد يستطيع بتشكيلاته الإقليمية أن يقود الدعوة لأية فكرة جديدة متى وضعت الخطة الإعلامية على أساس علمى وأتقن إعداد وتدريب القائمين بتنفيذها.

تأثير قادة الرأى على الاتجاهات :

كانت النتيجة البارزة التى توصل إليها لازرسفيلد وبييرلسون وجوديه من تحليل نتائج انتخابات الرئاسة الأمريكية التى جرت فى سنة ١٩٤٠ أن سريان مضمون الإعلام لا يتجه إلى أفراد المجتمع كذرات منفصلة، ولكنه يصل إلى قادة الرأى فى هذا المجتمع وهؤلاء يقومون بنقل هذا المضمون إلى الآخرين بعد إضفاء فكرهم الخاص على الرسالة الإعلامية. وافترض الباحثون أن انتقال المعلومات يتم على مرحلتين، وأن تأثير الاتصال الشخصى المباشر يفوق تأثير الاتصال الجماهيرى غير المباشر^(٢).

وقد أكدت هذه النتيجة أربع دراسات لاحقة وهى دراسة مرتون Merton عن التأثير الشخصى والسلوك الاتصالى فى منطقة روفير Rovers، ودراسة ديكاتير Decatur عن اتخاذ القرار حول تسويق الأزياء الجديدة والذهاب إلى

(١) على عجوة: فن الدعاية والإعلان عند مصطفى كامل - رسالة ماجستير مقدمة إلى قسم الصحافة بكلية الآداب، جامعة القاهرة، عام ١٩٧٠، ص ١٩٠ - ١٩٦.

(2) Lazarsfeld, P. F., Berelson, and Gaudit. H. *Op.cit.*, pp. 151 - 152.

السينما والشتون العامة، ودراسة الميرا Elmira حول انتخابات سنة ١٩٤٨، ودراسة كولمان وكاتز ومنزل عن نشر دواء جديد بين الأطباء المعروفة باسم دراسة الأدوية. وقد قارن كاتز النتيجة التي توصل إليها مؤلفو كتاب اختيار الشعب وهي نظرية الانسياب الإعلامي على مرحلتين Two Step Flow of Communication بنتائج الدراسات الأربعة السابقة فى أحد فصول رسالته للدكتوراه، والتي أشرف عليها لازرسفيلد وتوصل إلى ما يلي^(١):

- ١ - انتماء قادة الرأى والأفراد المتأثرين بهم إلى جماعات أولية واحدة كالأسرة والأصدقاء ورفقاء العمل.
 - ٢ - أنه بينما يكون قائد الرأى أكثر اهتماماً فى أحد المجالات التي تميزه وتجعله يؤثر فإن الأفراد الذين يتأثرون به قد يكونون بعيدين جداً عن الاهتمام بهذا المجال.
 - ٣ - إن المؤثرين قد يتبادلون الأدوار فى مختلف مجالات التأثير.
 - ٤ - يقوم قائد الرأى بجعل الجماعة على اتصال بالعالم الخارجى (عن الجماعة) فيما يهتما فى دائرة اهتمامه.
 - ٥ - أنه بالإضافة إلى استخدام الاتصال الشخصى كوسيلة من وسائل الإتصال فهو أيضاً مصدر هام للضغط والتأييد الاجتماعى.
- وإذا كانت هذه الدراسات قد أظهرت فى مجموعها تفوق الاتصال الشخصى فى توجيه الرأى العام، فقد أثارت فى الوقت نفسه اهتمام الباحثين بإجراء مزيد من البحوث فى هذا الصدد.

ومن هذه البحوث البحث الذى أشرف عليه جيمس بالمور James Palmore فى مدينة شيكاغو عام ١٩٦٥ وهو البحث الذى أعقب حملة إعلامية بالبريد لتنشيط

(1) Katz E. : *The Two Step Flow of Communication*. Public Opinion Quartely, Spring 1957.

الأبعاد النفسية والاجتماعية للصورة الذهنية

الدعوة إلى تنظيم الأسرة قام بها مركز دراسة الأسرة وجمعية تنظيم الوالدية بشيكاغو فى عام ١٩٦٢. وقد أضافت نتائج البحث إلى نظرية انسياب الإعلام على مرحلتين نظرية الانسياب الإعلامى المتعدد المراحل Multi Step Flow of Communication وفيما يلي المعالم الرئيسية لهذه النظرية^(١):

١ - أن انسياب الإعلام لا يصل بالضرورة إلى عدد قليل وإنما قد يصل إلى أعداد كبيرة.

٢ - إن عملية انسياب الإعلام قد تختلف من خطوة إلى خطوة، فقد تقلل كل خطوة المقاومة للفكرة الجديدة وتزيد درجة انتشار الرسالة الأصلية بتعود أناس أكثر وأكثر عليها وممارسة بعضهم لها.

٣ - إن قيادة الرأى قد تظهر فى أى مرحلة من مراحل الانسياب وليس بالضرورة فى المرحلة الأولى.

٤ - إن سريان المعلومات قد يأخذ أكثر من مرحلتين فقد لا تصل الرسالة إلى قائد الرأى مباشرة من وسائل الإعلام، وإنما قد تصل إليه فى المرحلة الثانية أو الثالثة، ومع ذلك ينشط قائد الرأى لنشر الرسالة أو الفكرة المستحدثة بين أكبر عدد من تابعيه.

٥ - إن هناك فئات أخرى غير فئة قادة الرأى تنقل المعلومات إلى الآخرين.

وهو يذكر أن دراسته ودراسة أخرى لم يحددها، تمت أيضاً فى شيكاغو وجدت أن كثيراً من النساء اللاتى تلقين معلومات عن تنظيم الأسرة بالبريد، قمن بما يشبه دور الأخصائيات الاجتماعيات وأذعن هذه المعلومات فى دائرة واسعة.

(1) James Palmore : *The Chicago Snowball, a study of the flow and diffusion of family planning information*, Chicago, Illinois 1965 (in Bogue D. *Sociological Contribution to Family Planning*, Chicago, Chicago University, Community and family Study Center, 1967, pp. 279 - 286.