

الاتصال والاعلام

obeikandi.com

درس الاتصال في نطاق ميادين مختلفة كالعلوم اللغوية وعلوم هندسة الاتصال اللاسلكي والالكترونيك والإعلامية وكذلك علوم النفس والاجتماع والنفس الاجتماعي . وفيما يخص هذا الميدان الأخير يدرس الاتصال لأهميته عند التفاعلات والعلاقات المتبادلة بين البشر.

ويعتبر (COOLEY 1909) أن الاتصال هو الآلية التي بواسطتها تنشأ العلاقات بين الأفراد وتتطور ويعني هذا أن العلاقات الإنسانية لا تتم إلا بتبادل معلومات ومفاهيم وصور.

وقد درس علماء النفس الاجتماعي مثل ALLPORT, HYMAN, FESTINGER ظاهرة الاتصال على أنها رسائل شفوية يوجهها بعض الأفراد كي يؤثروا على أفراد آخرين يستقبلون هذه الرسائل ويعتبرون أن كل اتصال يهدف إلى تغيير في الإدراك أو في الشعور أو في الاتجاه أو الرأي أو إلى حمل الغير على القيام بتصرف ما .

والإنسان لا يتصل بغيره عن طريق التعبير الشفوي فقط بل يستعمل كذلك وسائل أخرى كالمظهر الخارجي ليعطي صورة لشخصيته ربما تكون حقيقية أو مضللة كما يستعمل الحركات وتقاسيم الوجه والإيماءات انظر كتاب ستوتزال (STOETZEL La Psychologie sociale) ومهما يكن هدف الاتصال فإن

نجاعته غير مضمونة يعني أن الرسالة التي توجه من طرف إلى طرف آخر لا تصل حتماً إلى إدراك هذا الأخير أو تصل مشوهة وذلك بسبب العديد من الصعوبات المتعلقة بالرموز المستعملة للتعبير وبالأشخاص الذين يتبادلون المعلومات .

1 - نجاعة الاتصال:

عند الاتصال تستعمل رموز وهي الألفاظ والكلمات التي تكون الذخيرة اللغوية لكل شخص . وفي نقل الفكرة إلى رموز من طرف المرسل (CODAGE) ونقلها إلى معاني (DECODAGE) من طرف المستقبل هناك صعوبات عديدة .

1.1 - العلاقة بين الرمز والمعلومة:

الصعوبة الأولى تتمثل في إيجاد تطابق بين الرمز والمعلومة أو الفكرة التي ستحتوي عليها الرسالة: هل الرموز المستعملة تعبر عن الفكرة بدقة؟ هل يملك المتكلم الأداة اللغوية الكافية للتعبير عن الأفكار والمشاعر التي تخالجه؟ اللجوء إلى الحركة وتقاسيم الوجه أو إلى التكلم بلغتين في نفس الوقت يمكن اعتباره كرد فعل عند الأفراد الذين لا يملكون ذخيرة لغوية كافية ولهم طاقة ذهنية ومشاعر دقيقة يريدون تبليغها .

ويلاحظ من خلال بعض الدراسات أن تطور الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية يخلق إدراكاً بمظاهر جديدة ومشاكل من نوع جديد ولكن وفي بعض الأحيان يكون الفقر إلى أداة لغوية حاجزاً يحول دون التعبير عنها بكيفية تطابق فعلاً الإدراك وفي هذه الحالة يقع اللجوء إلى نماذج لغوية جامدة (Clichés) .

مثال: يتطور إدراك السلطة والنفوذ الرسمي عند المرؤوسين ولكن الرؤساء لا يدركون هذا التطور فيواصلون تطبيق طرق تقليدية فينشأ شعور بعدم الرضا عند المرؤوسين ولكنهم لا يملكون زاداً لغوياً يمكن من معرفة السبب الحقيقي لعدم رضاهم والتعبير عنه فيلجؤون إلى مطالبة بالزيادة في الأجور . كما يلاحظ أن كثيراً ما يصحب العمل الاجتماعي بهدف التغيير في العادات أو

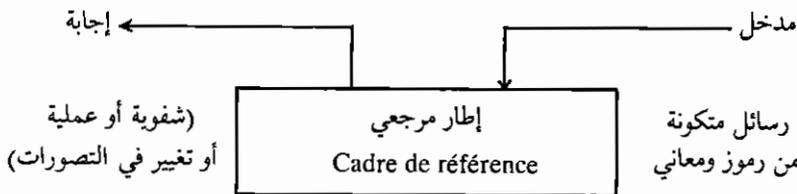
الإدراك الاجتماعي إدخال ألفاظ جديدة تستعمل في الحياة اليومية إما للتعبير عن واقع متغير أو لتغيير الإدراك لهذا الواقع .

2.1 - طبيعة الرمز والإطار المرجعي :

الصعوبة الثانية تتمثل في الرموز نفسها فقد يرى علماء اللغة أن اللفظ ما هو إلا «محتوى» لمحتويات عديدة ومتغيرة أي إن الكلمة يمكن أن تأخذ معاني متباينة حسب الظرف وحسب الشخص وإذا كانت الكلمة التي يستعملها المرسل بهدف إيصال معنى معيناً لشخص آخر لا يعطي للكلمة نفس المعنى يحدث سوء تفاهم لا يتفطن دائماً المتحدثون لسببه الحقيقي . ثم إن محتوى الكلمة مرتبط بالمعنى الجملي للرسالة فربما يستعمل الفرد كلمة ذات معاني متعددة ويفترض أن المرسل إليه سيفهمها بالمعنى الذي يحتمه سياق الحديث ولكن ما يشد انتباه هذا الأخير هي هذه الكلمة دون غيرها ويكون قد فهمها بمعنى مختلف فينتقيها من جملة ما قيل وبهذا لا يحقق الاتصال هدفه إذ يتغير شكل الرسالة المعنوي (مثال تستعمل كلمة رؤية بمعنى النظر بالعين وتفهم بمعنى النظر بالعقل أو كلمة تيسير بمعنى التسهيل وتفهم بمعنى اسم فتاة...).

ولكن هذا التفسير اللغوي لا يكفي لفهم الأسباب الحقيقية التي تجعل معاني الكلمات تتداعى بصفة مختلفة حسب الأشخاص .

فقد يرى علماء النفس الاجتماعي أن استعمال الرمز وفهمه له علاقة متينة بالإطار المرجعي للشخص والإطار المرجعي هو عنصر متكامل مع النسق النفسي ككل ويتكون من القيم والاتجاهات والمعلومات وكل آثار التجربة الشخصية، فالمعلومات التي ترسل إلى شخص ما لن تسجل على ورقة بيضاء بل ستخترق مجالاً نفسياً متعدد الجوانب قبل أن تحدث الإجابة .



وقد تبين في دراسة سياق التعلم Processus d'apprentissage أن نجاعة الفهم والذاكرة تنموان كلما كان ربط المعلومات بإطار مرجعي أمتن ولذا تحاول الطرق البيداغوجية الحديثة ربط البرامج بالواقع وربط المعلومات الجديدة بمعلومات قدمت سابقاً واختزنت في الذاكرة وأصبحت بمثابة عنصر من عناصر الإطار المرجعي⁽¹⁾.

وتطبيقاً لنظريتي الأشكال والأنساق قدم (Beteson) بحثاً سنة 1951 بين فيه أن عملية التعبير عن المعلومات بالرموز اللغوية (Codage) لا تنفصل عن النسق القيمي للفرد (Système de valeurs) ويعني بالقيم السلم التفضيلي في الإدراك. (وكذلك الموانع الاجتماعية). (Tabous).

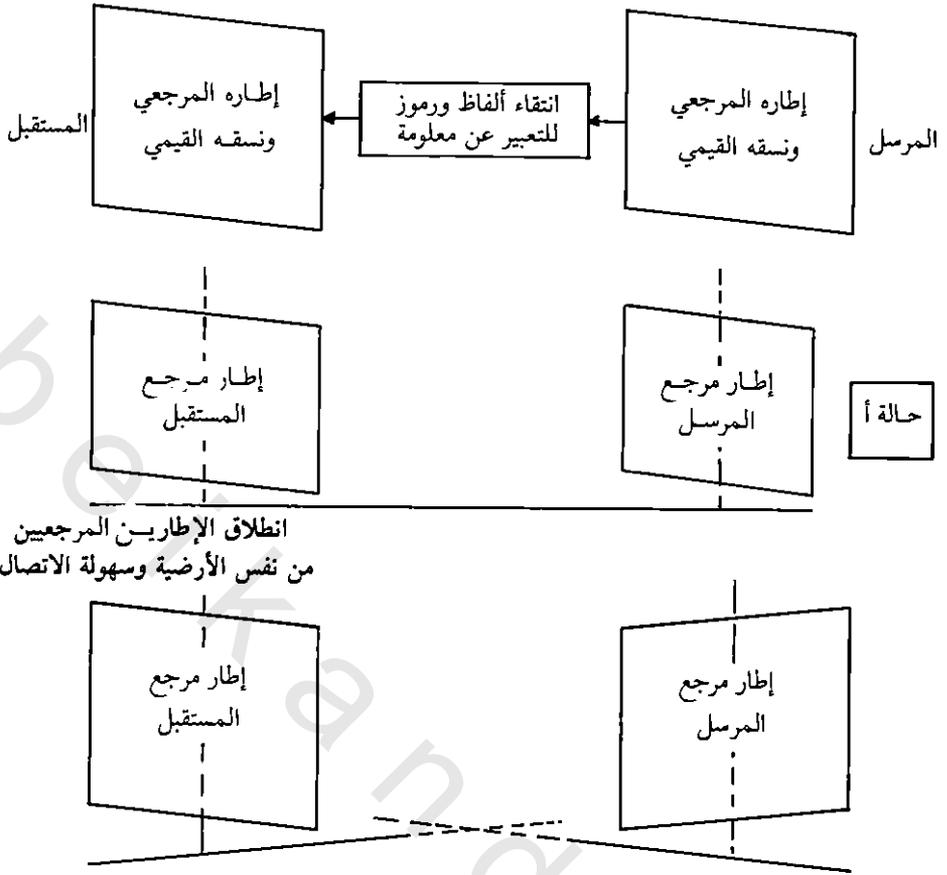
فنسق القيم ونسق الألفاظ عند الفرد تكون في حد ذاتها نسقاً معقداً أو شكلاً نفسياً موحداً (Gestalt psychique) فلو اعتبرنا الكيان الإنساني كنسق فلا يمكن الفصل بين المعلومة ونسق القيم الخاصة بالفرد.

والتعبير كفعل لا ينفصل عن الإدراك والإدراك متأثر بالقيم. ومن ناحية أخرى بينت دراسة الاتجاهات أن كثيراً ما يدرك الواقع حسب إطار نفسي يعمل كمصفاة تنتقي المعلومات والأحداث وتحولها عندما ينشأ شعور بالخلل الإدراكي (Dissonance Cognitive) حتى يطابق معناها نسق الإدراك الأصلي للإنسان.

وبناء على هذا تنخفض نجاعة الاتصال في حالة البون الشاسع بين إطار مرجع المرسل وإطار مرجع المستقبل في هذه الحال تكون المعاني المعطاة للرموز واختيارها في عملية التعبير أو الفهم مبنية على أرضيتين مختلفتين ومعرضة إلى تأويلين متباينين فيقصد المرسل شيئاً ويفهم المستقبل شيئاً آخر.

Cf. Robertson JEIT V2 N° 7 (1979).

(1)



حالة ب: إطاران مرجعيان منطلقان من أرضيتين مختلفتين ربما تلتقيان في بعض النقط ولكن تباينهما يجعل الاتصال صعباً.

3.1 - الصعوبات المتعلقة بالشخصية :

ولا يكفي أن تكون الرموز المستعملة من طرف المرسل تتلقى نفس المعنى من طرف المستقبل ليتحقق الفهم إذ هناك عامل آخر وهو العامل الشعوري (affectif) فالرسالة تحمل وزناً شعورياً يقوى أو ينخفض حسب شخصية المرسل والاتجاهات التي يحملها المستقبل نحوه وحسب مكانة كل منهما وكذلك حسب نوعية الرسالة وموضوعها وعلاقتها بمحاور اهتمام الشخصين اللذين يتصلان.

المكانة:

المكانة الاجتماعية العامة (Statut social global) أو تلك التي يحتلها الفرد في سلم التنظيم تؤثر في تأويل الرسائل المستقبلية واختيار الرسائل الموجهة.

فالملاحظ من خلال التجربة اليومية البسيطة أن التباين في الوسط الاجتماعي (خاصيات طبقية، جنسية، جغرافية...) أو في درجة السلم الإداري يزيد في صعوبة الاتصال وبالتالي يكون التحدث والنقاش بين أفراد في نفس المستوى المكاني أيسر وأكثر تلقائية منه بين أفراد يختلفون في الدرجة المهنية أو المكانة الاجتماعية.

هنا تعتبر المكانة كمحدد للاتصال فمثلاً لا تطرق بعض المواضيع بين الأب والابن ولا يتصل المرؤوس برئيسه إلا حسب ظروف وقواعد معينة تحافظ على المسافة الاجتماعية.

- الاتجاهات:

سواء كانت تهم المرسل أو المستقبل أو الرسالة نفسها فلها تأثير على عملية الاتصال.

- الاتجاهات نحو المرسل والمستقبل:

من الملاحظ أن المعنى الذي يفهم من الرسالة لا ينفصل عن الشخص الذي عبر عنها فتقبل معلومات أو ملاحظات من أناس دون غيرهم وذلك لأنه كل من المستقبل والمرسل يدركان غاية ما من وراء الرسالة تختلف حسب ميولهم وأهدافهم التي يسعون إليها وهاته الغايات لا تتعلق فقط بموضوع الرسالة ولكن كذلك بالاتجاه والموقف من شخصية المرسل أو المستقبل.

مثال: المشرف الذي يصر على تحية عماله في الصباح يفعل ذلك بهدف المحافظة على علاقة طيبة معهم مثلاً، ولكن كرههم واحتقارهم له

يجعلهم يفهمون أنه يحييهم خوفاً منهم .

ومن أهم معوقات الاتصال الصاعد أو النازل في المنظمة هي الاتجاهات نحو مستقبلي المعلومات: في الإعلام النازل كثيراً ما يكون احتقار الذين هم في المستويات الدنيا يحمل المكلفين بيث الإعلام على تبسيط المعلومات وبتن النصوص وبالتالي تشويهها بدعوى تمكين المرؤوسين من فهمها .

وفي بعض الأحيان تكون الغاية غير هذه بل الإبقاء على الفارق في المستوى لأن الإعلام يزيد في القدرة على استيعاب الأمور ويحد من تفوق الرؤساء ولأن إبراز تفوق الشخص يكون أيسر أمام الذين لا يعلمون إلا القليل .

- أما في الإعلام الصاعد تنتقى المعلومات بحكم الرغبة في الدفاع عن النفس وتحقيق الأمن كما تخفى المعلومات التي ربما يؤدي التصريح بها إلى عقوبات تسلط على المرؤوسين .

وفي مستوى الإطارات المتوسطة يتعطل أحياناً مجرى الاتصال Circuit de Communication الصاعد إذا كان الأمر يتعلق باقتراحات أو شكاوى وطلبات انبثقت من المستويات الدنيا في اتجاه الإدارة العليا فيعطلها الإطار المتوسط خوفاً من أن يعرف الرؤساء بعض ما يجري في أقسامهم .

- الاتجاهات نحو الرسالة والتوقعات :

مما يعطل فهم الرسالة أو تأويلها حسب المعنى الذي أراده المرسل هي توقعات المستقبل (attentes) فيما يخص الموضوع واتجاهاته نحوه .

من الملاحظ أن الناس يميلون إلى البحث عن المعلومات التي توافق اتجاهاتهم واهتماماتهم ويعرضون عن تلك التي تثير قلقهم أو تكون بعيدة عن مجالات اهتماماتهم .

وزيادة على ذلك فهم يتحكمون في طريقة فهمهم لمعنى الرسالة ويكون تصورهم للمعلومات اختيارياً . مثال: إذا كان أحد يكره شخصاً ما فإما

أن لا يحاول البحث عن أخباره أو يحاول البحث عن الأخبار التي توافق اتجاهه نحوه وإذا قيل له مثلاً في يوم ما إن هذا الشخص ناجح تماماً في أعماله فيفهم «أنه حقاً محتال وليست له أخلاق» وإذا كانت الرسالة تهم شخصاً يرضاه ويميل إليه فيفهم أنه ذكي وبارع .

وإذا كان الاتصال بين شخصين يتخذ دائماً شكلاً أوامراً وإجابات عليها ثم يبادر صاحب الأمر بالحديث مع مأموره عن مسائل خاصة يكون هذا الحديث مخالفاً لتوقعاته فربما يفهم من هذا «أنه يريد اختباري أو يريد توريطي» أو «انني ذكي وجدير بالثقة وسيقبل مخاطبي آرائي مسلمة . . .» ولا يفهم حتماً أن مخاطبه أراد فقط إعلامه بشيء ما ولا يهدف إلا إلى غاية تحقيق رغبة نفسية .

وانطلاقاً من هذه الملاحظات المتعلقة بالصعوبات التي تحول دون الاتصال ونقل المعلومات حاول علماء النفس وعلماء النفس الاجتماعيين وغيرهم كأطباء النفس والأنثروبولوجيين وضع مفهوم دقيق للمقابلة وطرق فنية لقيادة المقابلات سواء مع الأفراد أو مع الجماعة، ذلك أن المقابلة أداة رئيسية للبحث الميداني والعلاج النفسي .

2 - مفهوم المقابلة في علم النفس الاجتماعي (interview):

تستعمل المقابلة الشخصية من طرف الباحثين في العلوم الإنسانية والأطباء والصحفيين والحكام والمتصرفين وذلك إما بهدف استقاء معلومات يقع استعمالها لغايات إعلامية أو علمية أو علاجية أو بهدف الحكم على صاحب المعلومات .

أما في ميدان التصرف فتستعمل المقابلة في مواضع متعددة كاختيار المرشحين أو مساعدة ذوي المشاكل المهنية أو التقييم المهني (Appréciation) أو التوجيه . . .

والمشكل الدائم مهما كانت الاستعمالات يكمن في مدى صحة نتائج المقابلة وفي البحث عن طرق لضمان ثبات هذه النتائج . هذا البحث كان يحتمه «الإيمان بأن المقابلة لونها من الدراسة أساسية للتقدم الحضاري

المعاصر» كما يقول (V; D; BINGHAM, 1931)⁽¹⁾.

تبين أن المعلومات الخاطئة التي يدلي بها الشخص الذي تجري معه المقابلة تكون من أسبابها:

- استراتيجية المقابلة أي كيفية تنظيمها والهدف منها بالنسبة للطرفين وكذلك الموقف الذي يتخذه القائم بالمقابلة تجاه الذي يجري معه المقابلة.

- خطة المقابلة: في مجال الاستراتيجية يلاحظ (E.H. PORTER) أن في التحدث العادي بين شخصين هناك عديد من المواقف التي يمكن اتخاذها من طرف أحد المتحدثين وتؤثر الكثير في التبادل بينهما:

(أ) موقف تقييمي يعني الحكم على ما يقول الغير.

(ب) موقف تأويلي ويعني هذا تأويل ما يقول الغير «ترجمته» وإعادة تركيبه كأن الطرف الثاني يريد إعلام الطرف الأول عن نفسه وأفكاره وآرائه.

(ت) موقف تطميني كمن يريد إعادة الثقة في النفس وذلك بشيء من التعاطف مع المتحدث.

(ث) موقف «تنقيبي» يحاول صاحبه «التنقيب» على معلومات لم يصرح بها مخاطبه ويريد حمله بشيء من الضغط على التصريح بها.

(ج) موقف تفهم: وهذا الموقف الأخير هو الأكثر موضوعية والأكثر ضماناً لثبات المعلومات المقدمة وهو الموقف المطبق في طريقة المقابلة غير الموجهة (Entretien non-directif) فمن خصائص هذه الطريقة عدم وجود أي ضغط على المتحدث لضمان تلقائية خطابه دون خوف من العقاب أو من أن يؤول ما قال بصفة لا يرضاها.

وفيما يخص «خطة» المقابلة والطرق الفنية في تسييرها فتعتمد أولاً محاولة الابتعاد عن كل ما يحد من تلقائية الذي تجري معه المقابلة من جهة

(1) انظر: سيكولوجية المقابلة (ترجمة)، W.V.D. BINGHAM & B.V. MOORE 1931, .N.Y.

وبدون الإيحاء له بإجابات من جهة أخرى. ويضمن موقف التفهم الذي ذكر سابقاً التلقائية وكذلك عدم التقيد بأسئلة توضع مسبقاً من طرف القائم بالمقابلة أما الإيحاء فينتج:

(أ) عن فهم خاطيء لأن القائم بالمقابلة استعمل ألفاظاً ذات وزن شعوري (affectif) أو لا ترادف نفس المعنى في «معجم» الذي تجري معه المقابلة.

مثال: هل يجب منع كذا؟ (كلمة منع لها وزن شعوري كبير وتوحي بمعاني تثير الانفعال) أثناء تجربة⁽¹⁾ أجريت مع عمال نسيج مضرين تبين أن كلمة (تحكيم) ترادف في معجمهم اللفظي كلمة (الاستسلام) وكان سؤال مثل «هل توافق على التحكيم» يعني بالنسبة لبعضهم «هل توافق على الاستسلام تماماً للموظفين».

(ب) وإما عن صيغة السؤال: فالأسلوب الذي يقدم به السؤال يمكن أن يحتوي ضمناً على جواب معين كالجواب بنعم أو الجواب الذي يوحي به السؤال. في هاته الحالة يتبع الجواب سياق السؤال ولا يعبر عن الرأي أو الشعور الحقيقي للذي تجرى معه المقابلة.

مثال: أكان هذا الشيء كذا؟ أنت تعتقد أن هذا هو الصواب أليس كذلك؟.

بناء على هذه الملاحظات وغيرها يتفق الأخصائيون على اعتماد القواعد التالية في تسيير المقابلة غير الموجهة:

- توجه الأسئلة بأقل قدر ممكن من طرف القائم بالمقابلة ولن تلقى الأسئلة إلا بهدف تنشيط المحادثة وحمل الشخص الذي تجرى معه المقابلة على التركيز على النقاط الهامة.

- إعادة التعبير عن المشاعر أو المعلومات المصرح بها من وقت لآخر وذلك في قالب سؤال ذا صبغة شخصية (Sous une forme personnelle) هل في اعتقادك أن...؟ هل يتبين لك أن...؟ هل في رأيك أن...؟

(1) انظر كتاب «بينغهام ومور» BINGHAM & MOORE المذكور أعلاه.

في هذه الحال يكون دور القائم بالمقابلة دور المرأة العاكسة لما يقوله مخاطبه دون تشويه أو تأويل . كل إعادة تعبير تقدم بهدوء بدون اضطراب وبلهجة ملاحظ لا سائل .

- يجب تحمل السكوت لأن التوقف الطويل يساعد أحياناً المتكلم على التعبير عن أشياء صعب مبدئياً التصريح بها .

- إذا لوحظ تناقض عند المتكلم فيقول مثلاً إنه لا يعرف لماذا فلان تصرف هكذا ثم بعد حصة يقول إن فلان هذا تصرف بسبب كذا وكذا يجب استقبال كل رأي كما جاء فكثيراً ما يكون التغيير في المعلومات والآراء دليل على تقدم وتوضيح في تحليل الشعور .

3 - التنظيم والاتصال:

من خاصيات المؤسسات الاجتماعية Les institutions sociales أنها تنظم العلاقات بين المتعاملين فيها أو معها وذلك بتوزيع المكنات والوظائف والمسؤوليات وكذلك بتنظيم الاتصال فيها من جانبين اثنين :

- دفع المعلومات (Le flux de l'information) ويكون هذا الدفع في أحسن الحالات في مستوى حاجات الأفراد والجماعات أي إنهم يتصلون بالمعلومات التي يحتاجونها في الوقت والمكان المناسبين وبكمية مناسبة وفي كثير من الحالات الأخرى يفوق أو ينخفض هذا الدفع بالنسبة للحاجات فينتج عن ذلك سياق نفسي اجتماعي لمواجهة الموقف .

- مجرى الاتصال (Le circuit de l'information) الذي له تأثير على نجاعة الاتصال وعلى الحالة النفسية للمشاركين فيه .

1.3 - دفع المعلومات والإشاعة :

1.1.3 - تكاثر المعلومات :

إذا فاق حجم المعلومات الموجهة أو المتواجدة حاجة مستقبلها ينتج

عن ذلك ردود فعل متنوعة وقد قسم (J.G. MILLER)⁽¹⁾ في دراسة نشرها سنة 1960 هذه الردود إلى 7 أنواع:

- 1 - الإهمال لبعض المعلومات .
- 2 - الخطأ: تستعمل بعض المعلومات بصفة خاطئة أو في غير موضعها .
- 3 - التأجيل: تترك بعض المعلومات جانبا في ظرف غزارة الدفق في انتظار استعمالها في وقت آخر ينخفض فيه دفق المعلومات .
- 4 - الانتقاء: اختيار معلومات دون غيرها للاستعمال .
- 5 - التشويه وذلك باستعمال المعلومات بمعنى «تقريبي» وفي ذلك تشويه للمعنى أو إهمال لدقة المعلومة .
- 6 - استعمال قنوات متعددة للاتصال (مثال اللامركزية) .
- 7 - الهروب من المهمة التي تحتاج هذا الدفق الغزير من المعلومات .

كل هذه الإجابات (Réactions) التي صنفها (Miller) تتمثل في الوسائل التي يجدها الفرد أو الجماعة للتوفيق بين حاجاتهم وإمكانيات استيعابهم للمعلومات ودفق المعلومات الموجه إليهم ولكن لا يعني هذا أنها تمثل حلاً ناجعة بالنسبة لسير العمل في المؤسسة فالإهمال والخطأ وتشويه المعلومات كلها ردود تنافى ومصالح المنظمة فقد يلجأ إليها العامل أو الإطار كي يكيف دفق المعلومات مع مستوى فهمه أو مصلحته ولكن الخطأ ربما يكلف المؤسسة ثمناً يعلو أو ينخفض حسب الموضوع . والإهمال يجعل المشاكل تتراكم وتتعدد الخ . . .

وقد يتبادر إلى الذهن أن الحل يتمثل في التخفيض من دفق المعلومات في المنظمة وليس هذا بالأمر البسيط إذ يتطلب دراسات وتقنيات دقيقة في تنظيم الإعلام على كل المستويات والوظائف حتى يتصل كل عضو بالمعلومات

Cf. KATZ & KAHN, The Social Psychology of organisations 1966.

(1)

الخاصة بوظيفته بالقدر وفي المكان والزمان المناسبين وحتى يتقارب أكثر قدر ممكن مستوى العرض ومستوى الطلب ثم إن الموظف أو الإطار أو العامل لا يكتفي عادة بالإعلام الوظيفي (Information opérationnelle) ليهتم بعمله بل يحتاج أيضاً إلى إعلام من نوع آخر يهتم المؤسسة ككل كتأجيلها ومستقبلها ونمط العلاقات فيها واتجاه تطورها والتطور المهني للعاملين فيها. . .

وانعدام هذا النوع من الإعلام أو قلته تؤدي هي كذلك إلى ردود فعل تبدأ باللامبالاة وانعدام الشعور بالدافعية نحو العمل وتنتهي إلى ابتكار أخبار غير واقعية وبثها في المحيط الاجتماعي وهو ما يسمى بالإشاعة.

2.1.3 - نقص المعلومات والإشاعة :

في دراسة مشهورة قدمها (ALLPORT & POSTMAN)⁽¹⁾ سنة (1945) حول الأسس النفسية للإشاعة لاحظنا أن الإشاعة تنشأ وتنتقل عندما يكون الموضوع حيويًا بالنسبة للجماعة وتكثر حوله المعلومات المتناقضة وغير الواقعية.

والإشاعة هي خبر عام يقدم على أنه صحيح بدون أن تتوفر المعطيات لإثباته. وكلما توفر هذين الشرطين الخاصين بموضوع الإعلام: الأهمية والغموض يتهياً المناخ لخلق وتناقل الإشاعات عند الناس (مثال: هجوم على البلاد تهديد بطرد بعض الموظفين في مؤسسة، تسرب موضوع امتحان، تغيير في برامج العمل للمؤسسة. . .).

ولكن ما هو موضوع الإشاعات وما هي الأخبار التي تروج بعكس «الأخبار» التي يحاول البعض إشاعتها بدون جدوى؟

من خلال تحليل 1000 نوع من الإشاعات التي راجت أيام الحرب العالمية الثانية سنة 1942 في الولايات المتحدة الأمريكية اكتشف (R.H.

G.W. ALLPORT & L.J POSTMAN les bases psychologiques des rumeurs 1945 (1)
In A. Levy edit. Psychologie sociale P 170.

- يعكس شعور العداوة نحو بعض الفئات الاجتماعية (السود أو اليهود) .66٪.

- يعكس تخوفات الأهالي 25٪ (الحدث البسيط يصبح قصة درامية مهولة).

- يعكس رغبات الأهالي وهي بمثابة أحلام في اليقظة 2٪.
- مواضيع مختلفة لا تخضع لتصنيف 7٪.

وبناء على هذه الملاحظات يستنتج (A & P) أن سبب وجود الإشاعات هي الوظائف التي تؤديها، منها وظيفتين أساسيتين وهي: تفسير الواقع الذي يبدو غامضاً والتخفيف من التوتر والانفعال الذي يشعر به الفرد زد على ذلك الوظيفة الثانوية التي تتمثل في الحاجة إلى الثروة البسيطة.

وفي رأينا أن هذا التفسير الذي يركز على الفرد وحاجاته تطغى عليه النظرة النفسانية والوظيفية (Optique Psychologique) في حين أن الإشاعة هي من فعل الجماعة ويمكن اعتبارها ظاهرة جماعية للأسباب التالية:

(أ) لا تلقى كل إشاعة رواجاً وانتشاراً في المجتمع إلا إذا كان للموضوع أهمية جماعية وكان الإعلام غامضاً بالنسبة لفئات اجتماعية واسعة فيحدث توتر جماعي وتصبح الحاجة للإعلام مشتركة في هذه الحال تتولد الإشاعة وتروج كرد فعل جماعي في ظروف معينة.

(ب) ومن ناحية أخرى فإن الإشاعة لا تنشأ في الأزمات فحسب بل وحتى في الظروف العادية وبصفة تلقائية وذلك لسد فراغ إعلامي رسمي أو لمقاومة الرتبة اليومية أو لأن الموضوع له أهمية بالنسبة للجماعة ولكنه خارج عن نطاق الإعلام الرسمي فنجد مثلاً أخباراً تشاع في البلاد أو الحي عن شخصيات إدارية أو سياسية بارزة كالشيخ أو المعتمد وعن عمليات بيع وشراء أو عن الزواج والموت والصراعات بين الأفراد والعائلات الخ . . .

A Psychology of Rumor, 1944.

(1)

(ت) ثم إن هناك من الإشاعات غير التلقائية أي التي تبث عمداً لغاية موضوعية وكأداة سلطة ونفوذ للتأثير على حركية الجماعة وهذا النوع من الإشاعات لا يخضع تماماً للتفسير النفساني الذي قدمه (ALLPORT & POSTMAN) بل يجب البحث لفهمه عن الهدف الذي وراء الإشاعة ومكانة الشخص أو الجماعة منبع الإشاعة وعلاقتها بالأصناف الاجتماعية الأخرى. وإذا اعتبرت الإشاعة كظاهرة نفسية اجتماعية فهي تخضع لبعض قوانين حركية الجماعة في كيفية تشكلها وسرعة رواجها وقد درست فعلاً هذه النواحي الأخيرة بصفة تجريبية.

2.3 - محتوى الإشاعة:

تجربة (ALLPORT & POSTMAN 1945):

تمثل هذه التجربة في الآتي: تعرض صورة ثابتة أمام جمهور وتكون الصورة ثرية بالجزئيات وتمثل موقفاً درامياً، ويجمع 6 أو 7 أشخاص متطوعين في قاعة انتظار ثم يقع إدخال شخص أول إلى قاعة العرض ويوضع في موضع بحيث لا يمكن له أن يشاهد الصورة فيصفها له أحد المتفرجين أو اختصاصي مع ذكر 20 جزءاً من جزئيات الصورة ثم يؤتى بشخص ثاني من بين الذين ينتظرون فيصف له الشخص الأول الصورة حسب ما سمع ثم يدخل الشخص الثالث فيستمع إلى وصف من طرف الشخص الثاني وهكذا دواليك حتى الشخص الأخير من المتطوعين.

وطبقت هذه التجربة على 40 مجموعة يتمون إلى أصناف اجتماعية مختلفة. ورغم أن موضوع الاتصال ليس بالإشاعة فإن تناقله من شخص لآخر بين كيف تدخل تغييرات معقدة على الخبر المتقل شفويماً كما هو شأن الإشاعة واستخلص A & P ثلاثة أشكال من التغيير:

(أ) الاختصار (La réduction):

كلما راجت الإشاعة كلما اختصرت جزئياتها بحيث يكون الخبر قصيراً سهل الفهم والنقل فيتناقص عدد الألفاظ المكونة للإشاعة مع تناقلها.

ويرى A & P ان «الذاكرة الاجتماعية» تحقق في بعض دقائق من اختصار ما تحققه الذاكرة الفردية في بعض أسابيع من نسيان وإهمال للجزئيات المكونة للمعلومة .

(ب) المبالغة (L'accentuation):

هي عملية ذهنية تفسر شيئاً ما الاختصار وتمثل في أن الإدراك الإنساني يشمل بعض الجزئيات دون غيرها فيحفظ بها من بين مجال إعلامي واسع النطاق . وتأخذ المبالغة صوراً عديدة منها:

- تركيز وبناء الإعلام على جزء ألفت النظر أو غير عادي مثال لافتة إشهارية وردت في الصورة أو كلمة غير مستعملة عادياً وردت في خبر أو نص .

- مبالغة في الأرقام .

- تحويل في الزمن: الخبر يهم حدثاً وقع في الماضي ولكنه ينقل وكأنه حاضر لأن اهتمام المستمع يكون أكبر بما يقع في الحاضر .

- إضافة تعليقات وتفسيرات شخصية وغير واقعية لمحتوى الإشاعة . والمبالغة لا تعني إثراء الإشاعة بمعلومات إضافية كما يريد الاعتقاد الشعبي (كل شيء ينقل ينقص منه إلا الخبر يزداد عليه) ولكن تعني التركيز على شيء دون غيره وتحويله ليكون بارزاً أكثر مع اختصار وبتير المعلومات الأصلية .

(ت) الاستيعاب (Assimilation):

هي العملية الذهنية الأساسية التي يتم بواسطتها الاختصار في بعض المعلومات والمبالغة في غيرها .

ومن المعلوم أن استيعاب الرسائل يخضع لتأثير إطار مرجعي من مكوناته العادات والغايات والشعور ويتغير محتوى الإشاعة حسب الإطار المرجعي الجماعي أو الذي يهم الفرد .

فقد ينتقل نفس الخبر الأصلي في مجتمعين اثنين ولكنه في النهاية يكون إشاعتين ذات محتويين متباينين حسب المجتمع الذي تروج فيه، وتماثل في أكثر الأحيان مع النماذج الثابتة (Stéréotypes) لهذا المجتمع أو ذلك.

وفي تجربة أخرى قام بها (DODD) سنة 1961 وهي تتمثل في حمل جزء من سكان قرية على نقل جملة إشهار تحتوي على 6 كلمات إلى من يلتقون به وذلك بمقابل مادي.

ورغم أن التجربة ليست بمخبرية فقد أيدت استنتاجات (A & P) فيما يخص تغيير محتوى الخبر عند تناقله بمفعول الاختصار والمبالغة والاستيعاب.

والذي يمكن استخلاصه في النهاية من دراسة الإشاعات هو أنها نوع خاص من الاتصال يقوم بناء على حالة نفسية اجتماعية ويخضع لمحددات الاتصال العادي بما في ذلك الإطار المرجعي الفردي والجماعي وانتقاء المعلومات وتحريفها.

وإذا كان الاتصال العادي بين فرد وآخر والاتصال الوظيفي في المؤسسات يدخل في سياق العلاقات والعمل الجماعي إلا أن الإشاعة تروج في أرضية اجتماعية تقل فيها كثافة دفق المعلومات الخاصة بالمواضيع الحيوية للجماعة وهي تمثل تصرف تعديلي (Ajustement) حيال الواقع. ورغم أن الإشاعة لا تمثل في النهاية خبراً صحيحاً بالمعنى المطلق إلى أنها تؤثر في السلوك الفردي والجماعي.

4 - مجرى الاتصال (Le circuit de communication):

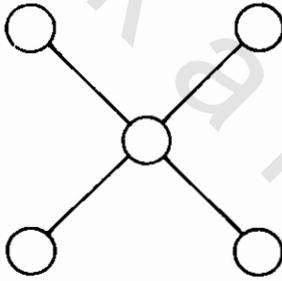
رأينا أنه مما يعرقل تدفق المعلومات هي الاتجاهات (نحو المستقبلين والسلطة والنفوذ) هذا من الناحية النفسية الاجتماعية أما عن الناحية المادية فكثيراً ما يكون مجرى الاتصال في حد ذاته عائقاً لهذا التدفق.

ويمكن تصور شبكة الاتصال (Réseau de Communication) كسلسلة

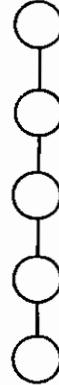
ذات عدة حلقات يعبر منها الإعلام . وتختلف نجاعة شبكة الاتصال باختلاف عدد الحلقات التي يمر منها الإعلام . وفي بحوث قدمها (Leavitt 1951) قسم شبكات الاتصال إلى 4 أنواع:

1.4 - الشبكة التسلسلية:

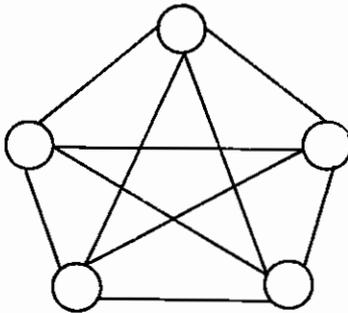
(انظر الشكل رقم 1) يوجد هذا النوع من الشبكات في التنظيمات البيروقراطية المعتمدة على التدرج الهرمي (Hiérarchie) وتتميز بما يلي: يعبر الاتصال الصاعد أو النازل عدة حلقات وسيطة عندما يمر من القمة إلى القاعدة أو العكس . وتأثيرات هذا النوع من الشبكات انخفاض الشعور بالمسؤولية وارتقاء احتمال الأخطاء والشعور بالتبعية والإحباط .



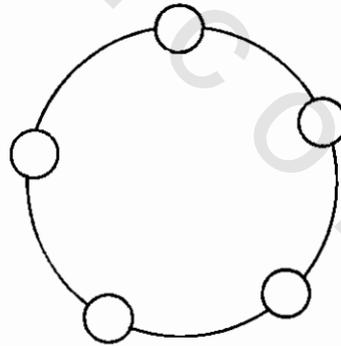
2 - شبكة دوائية



1 - شبكة تسلسلية



4 - شبكة ذات قنوات متعددة



3 - شبكة دائرية

2.4 - الشبكة الدلالية (انظر الشكل 2):

تتميز بوجود شخصية مركزية لها نفس العلاقات بأفراد المجموعة الآخرين الذين لا يتصلون ببعضهم البعض مباشرة ولكن اتصالاتهم دائماً تكون عن طريق الشخصية المركزية (القائد أو الرئيس أو رب العائلة) في هذه الحالة تكون الحلقة الوسيطة واحدة وبذلك تتحسن نجاعة الاتصال بالمقارنة إلى الشبكة التسلسلية.

ولكن مهما كانت النجاعة العملية التي تصحب الشبكة الدلالية فإنه كثيراً ما ينتج عنها عدم الرضا وشعور بالإحباط وذلك بحكم الشعور بالتبعية وسلطة الشخصية المركزية وانخفاض الشعور بالمسؤولية.

3.4 - الشبكة الدائرية (انظر الشكل 3):

في هذه الشبكة يكون الاتصال بالمجموعة ككل، كل رسالة موجهة من أحد الأفراد غايتها كل الأفراد الآخرين المكونين للمجموعة ولو أن هذا النوع من شبكات الاتصال مرضي من الناحية النفسية والشعورية إلا أن هناك من يرى أن نجاعتها محدودة بحكم الوقت الذي يتطلبه الاتصال.

4.4 - الشبكة ذات القنوات المتعددة (انظر الشكل رقم 4) all channel :

في هذه الشبكة يمكن مبدئياً لكل فرد أن يتصل بكل فرد آخر بدون أي حلقة وسيطة وفي هذه الحالة لا يوجد أي تنظيم رسمي يحد من تلقائية الاتصال. ولكن هذه الصورة هي في الحقيقة نظرية بحتة إذ في الواقع سرعان ما يحدث تنظيم تلقائي وتختلف نسبة الاتصال بين الأفراد كما وكيفاً حسب الأشخاص والموضوع والميول وبروز القواد.

وقد بينت دراسة (GETZBOW & DILL 1957) أن الاتصال التلقائي عند الجماعة يتطور طبيعياً نحو تخفيض عدد الحلقات التي يمر منها الاتصال. ففي إحدى التجارب بدأ الاتصال بسبع حلقات وانتهى بعد عشرين محاولة بأربع حلقات فقط. ولوحظ أن هناك ضغط جماعي بهدف تبسيط شبكة الاتصال.