

مقدمة

ليس هناك اتفاق بين علماء الاتصال الجماهيري، وهي التسمية العلمية للإعلام، على كيف تؤثر وسائل الإعلام في الناس، ولا أنواع ذلك التأثير. . . بالرغم من أن هناك إجماعاً على تأثير تلك الوسائل على جمهورها من خلال ما تعرضه .

الحديث عن وسائل الإعلام وتأثيراتها وما يثيره ذلك الحديث من جدل، ليس جديداً. فقبل ما يقرب من أربعين سنة، وفي عام ١٩٥٥م على وجه الدقة لخص كل من (لازارفيلد وميرتون) أربعة أسباب ينبع منها قلق الناس وانشغالهم بوسائل الإعلام واختلافهم عليها .

أولها: أن بعض الناس تزعجهم ظاهرة انتشار وسائل الإعلام، وقدرتها على استدراج الناس، وكون الفرد العادي يشعر أنه لا حيلة له ولا سلطان إزاء هذه القدرة .

ثانياً: أن من الناس من يخشى استغلال أصحاب المصالح والأهواء لوسائل الإعلام، بحيث تشجع الجمهور على قبول وضع اجتماعي أو اقتصادي معين، أو تحرضه على التمرد على وضع آخر قائم . الأمر الذي يقلل من النقد الاجتماعي لواقع خاطئ، ويضعف من قدرة الجمهور على التفكير الناقد فيما يطرح عليه من نظم اجتماعية وقيمية .

ثالثاً: يرى كثير من النقاد أن وسائل الإعلام في حرصها على إرضاء قطاع من الجماهير تهبط بالقيم الجمالية والذوق والمستويات الثقافية العامة . كما أن المغالاة في الانقياد وراء رغبات شرائح معينة من الناس تكون عادة على حساب النظم الأخلاقية ومنظومة القيم السائدة في المجتمع .

رابعاً: من المفكرين من يرى أن وسائل الإعلام قد ألغت المكاسب الاجتماعية التي تحققت للإنسان على مرّ الزمن بفضل جهود كثير من الأشخاص والجماعات. فمثلاً: حظي الناس بساعات عمل أقل، وفرص أكبر للتعليم المجاني، وحقوق في الضمان والعمالة الاجتماعي. والمفروض أن الظروف أصبحت مواتية أكثر من ذي قبل لتحصيل مزيد من المعرفة والتعلم والاستزادة من التراث الفكري والثقافي. لكن ما الذي يفعله الناس بما تحقق لهم من وقت فراغ؟ إنهم يشاهدون المهازل والرقص في التلفزيون ويستمعون إلى الموسيقى الصاخبة في الإذاعة، ويقرأون التافه من القول في الصحافة، ويغشون دور السينما ليروا أفلام العنف والجريمة⁽¹⁾.

قد يبدو للمتابع العادي أن تأثير وسائل الإعلام بدهية لا تحتاج إلى إثبات، ومُسلّمة لا تحتمل النقاش. إلا أن واقع الدراسات الإعلامية، وبخاصة تلك المهمة بتأثير مضمون الوسائل الإعلامية على الجمهور المتلقي، يعكس شيئاً مختلفاً. لقد ظل الاعتقاد أن وسائل الإعلام تفعل فعلاً مباشراً بجمهورها، فتحدث لديهم مختلف التأثيرات بناءً على ما سمي (نظرية الحقنة)، أو (نظرية الرصاصة) في تسمية أخرى. وملخص هذه النظرية أن الرسائل الإعلامية، مهما كان نوعها، التي تبثها وسائل الإعلام تؤثر في الإنسان المتلقي لها تأثير مباشر كما لو أنه حقن بإبرة مخدرة أو أطلقت عليه رصاصة في رأسه.

في عام ١٩٦٠م أصدر العالم الأمريكي (جوزف كلابر) كتابه الذي سماه (تأثير وسائل الإعلام)، وحاول فيه أن يفند القول بقدرتها وسائل الإعلام على التأثير مباشرة في الناس الذين يتعرضون لها. وكان واضحاً أن (كلابر) كان مدفوعاً بشكل رئيس بحماسة ضد الرأي القائل بالتأثير المباشر لوسائل الإعلام.

(1) P. Lazarsfeld: Why is so Little Known about the Effects of T.V. Public opinion quarterly, Vol. 9, No. 3, 1955.

وخلص كلابر في دراسته تلك ، أو في كتابه الآنف الذكر، إلى أن وسائل الإعلام تؤثر تأثيراً محدوداً في الناس ، وفي ظل ظروف معينة . وقد أخرج رأيه هذا في مقولة اشتهر بها وعرفت عنه وهي : «مبدأ التأثير المحدود لوسائل الاتصال الجماهيري» . كان من ضمن التبريرات التي طرحت حول محدودية تأثير وسائل الإعلام القول بأن الإنسان لا يتعلم أو لا يكتسب سلوكاً معيناً من خلال تعرضه لوسائل الإعلام ، إلا إذا كان لديه استعداد فطري لممارسة ذلك السلوك . فمثلاً : الإنسان لا يصبح عدوانياً بمجرد مشاهدته مشاهد عنف في التلفزيون أو لقراءته بعض قصص الجرائم في الصحف ، إلا إذا كان في طبيعته عدوانياً . والكلام نفسه يقال عن بقية السلوك الإنساني : وسائل الإعلام لا تدفع الناس لفعل سلوك معين إذا لم يكن لديهم الاستعداد أصلاً لممارسة ذلك السلوك .

جانب الضعف في هذا القول أنه لم يفرق بين السلوك الفطري والسلوك المكتسب . فالعدوانية كسلوك يمكن أن تكتسب من خلال البيئة التي يوجد فيها الفرد ، ويمكن مقاومتها والحد منها من خلال التربية والتوجيه . ومن ثم ، يمكن أن يحد البيت ممثلاً بالوالدين من تأثر أبنائهم بمشاهد العنف والعدوان في وسائل الإعلام عبر التربية والمراقبة والتوجيه . أما السلوك الفطري ممثلاً بالغريزة الجنسية فإنه لا يمكن التحكم فيه متى ما أثير . فلا يمكن أن نقول إن المشاهد الجنسية التي يعرضها التلفزيون أو تنشرها الصحف لا تؤثر في الأفراد إلا إذا كان لديهم الاستعداد أن يثاروا جنسياً ؛ لأن الغريزة الجنسية سلوك فطري موجود لدى كل إنسان بغض النظر عن البيئة التي يعيش فيها ، ويمكن أن يثار بنفس الطريقة وفي أي مكان ولأي شخص . جانب ضعف آخر في هذا الزعم أنه غفل عن الإشارة إلى أنه وإن كانت وسائل الإعلام لا تؤدي إلى تكوين سلوك معين لدى المتعرضين لها إلا أنها تدعم وتعزز ذلك السلوك لدى الأفراد الذين لديهم الاستعداد لممارسة ذلك السلوك أو مجموع تلك السلوكيات من خلال تعرضهم لوسائل الإعلام التي تعرض مشاهد تحتوي على مثل تلك السلوكيات .

بالإضافة إلى ما سبق ، فإن الادعاء بمحدودية تأثير وسائل الإعلام على سلوك الأفراد تجاهل دور تلك الوسائل في التأثير في القيم وأسلوب الحياة في المجتمعات . هذا التأثير وإن كان لا يدخل ضمن سلوك الأفراد ، إلا أنه يقع ضمن السلوك الجمعي الذي هو أبعد أثراً في عملية التغير الاجتماعي التي يمكن أن تترك آثارها العميقة - سلباً أو إيجاباً - في حياة الأمم والشعوب .

الجدل حول تأثير وسائل الإعلام لا ينتهي ، إلا أننا نختم بكلام لفردريك فيرثام عالم النفس الأمريكي الألماني الأصل ، والذي ورد في كتابه «إغواء الأبرياء» . يقول فيرثام في معرض رده على الذين يشككون بقدرة وسائل الإعلام على التأثير في الناس الذين يتعرضون لها :

«كلما وقع نظري على كتاب من هذا النوع (كتب مصورة للأطفال فيها مشاهد عنف وجنس) في يد صبي في السابعة من عمره ، وكأنها عيناه ملتصقتان بغراء على الصفحة المطبوعة ، أشعر وكأنني أبله حين أطالب بأن آتي بالدليل على أن مثل هذا الشيء ليس غذاءً عقلياً صالحاً للأطفال»^(١) .

(١) محمد فتحي . (المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري) ١٩٨٣م / ص ١٣٦ . مترجم .