

"المجتمع الجماهيري ونظرية الأثار الموحدة"

خلال السنوات الماضية كانت الوسائل الإعلامية في مرحلة طفولتها، وكانت الجماهير متخوفة من تلك الأشكال للاتصال الجديد، مثل الصحف والمجلات والسينما والتي بدأت تنتشر حولهم بسرعة وتؤثر فيهم وفي جميع مناحي حياتهم.

المجتمع واسع ومنظم، وهو كما يبدو يتجه في تطوره نحو مزيد من التعقيد، وكانت هاتان الملاحظتان هما الأساس الذي اعتمد عليه فكر علماء الاجتماع والاتصال، كما كانت التأملات حول طبيعة النظام الاجتماعي موضوع كتابات فلسفية منذ بداية تسجيل الخبرة الانسانية.

أولاً: نظرية المجتمع الجماهيري

مع بداية القرن العشرين، كانت صورة المجتمع الجديدة أنه يتغير من نظام اجتماعي تقليدي مستقر يرتبط قيمة الناس ارتباطاً وثيقاً، إلى مجتمع يتميز بتعقيد أكبر حيث ينعزل فيه الأفراد اجتماعياً عن بعضهم بعضاً.

إن التحولات الاجتماعية تؤدي إلى ظهور المجتمع الجماهيري، غير أن فكرة المجتمع الجماهيري لا تعني المجتمع الضخم التقليدي مثل (الهند وغيرها لأنها ما زالت تقليدية) بل إن المجتمع الجماهيري يشير إلى العلاقات القائمة بين الأفراد والنظام الاجتماعي المتعلق به، والذي يغلب عليه السمات الآتية :

1. يتسم الأفراد فيه بالعزلة النفسية عن الآخرين.
2. يسود انعدام المشاعر الشخصية عند التفاعل مع الآخرين.
3. يتحرر الأفراد نسبياً من الالتزامات الاجتماعية العامة.

لذا فمن الملاحظ أن كلمة جماهير تشير إلى مجموعة كبيرة من الناس تأتي من جميع المجالات الحياتية ومن مختلف الطبقات الاجتماعية، وتضم أفراد يختلفون في مراكزهم ومهنتهم وثقافتهم وثروتهم ، ويواجه الأفراد عادة قضايا مثيرة للاهتمام ويجدون صعوبة في فهمها لأنهم يواجهون تلك القضايا كذرات منفصلة أو كيان غير متماسك لا تستطيع وحداته الاتصال مع بعضها البعض إلا بطرق محدودة، فيضطرون إلى أن يعملوا منفصلين كأفراد لذا يشعرون بعدم اليقين ويتخبطون في سلوكهم.

إنسان العصر الحديث في المجتمعات الجماهيرية يشعر بالوحدة والضياع والقلق، وجعلته يلجأ إلى وسائل الاتصال الجماهيرية كبديل للجماعات والأهل والعشيرة التي كان يشعر في إطارها بالأطمئنان والراحة، التي ساهمت على التخلص من مشاعر التوتر والقلق التي يشعر بها باستمرار.

خلاصة مما سبق عن المجتمع الجماهيري :

"يتكون المجتمع الحديث من الجماهير, بمعنى أنه قد ظهر جمهور عريض من الأفراد المنعزلين الذين يعتمدون على بعضهم البعض في كل الوسائل المتخصصة, وإن كانت تنقصهم قيمة أوهدف أساسي يوجد بينهم, وقد أدى ضعف الروابط التقليدية وتنامي العقلانية وتقسيم العمل إلى وجود مجتمعات تتكون من أفراد مرتبطين مع بعضهم البعض ارتباطاً ضعيفاً, بهذا تعني كلمة جماهير MASS معنى أقرب إلى كلمة تجمع منها إلى معنى مجموعة اجتماعية مرتبطة ارتباطاً شديداً .

ثانياً: المجتمع الجماهيري ونظرية الآثار الموحدة:

تقسيم العمل والتمايز بين الأفراد والمعيشة في الحضر والتخصص الدقيق أصبح من سمات المجتمعات الحديثة, وبعد فترة من الصراع بين المجتمعات والطبقات , أفاق العالم على حروب طاحنة تمثلت في الحربين العالميتين الأولى والثانية.

لقد تطلبت الحرب الشاملة استغلال موارد الأمم استغلالاً كاملاً, وكان يجب التضحية بوسائل الراحة المادية والمحافظة على الروح المعنوية, وكانت الدعاية هي وسيلة تحقيق تلك الأهداف التي دفعت الدول إلى تحقيقها من الحروب, فلقد وظفت وسائل الإعلام كل امكانياتها من العمل الدعائي الغربي لإقناع الناس بهذا العمل.

بعد انتهاء الحروب تعرضت وسائل الإعلام للسخرية من الأفراد, وكان ذنب وسائل الإعلام والإعلاميين أنهم مارسوا الخداع والأكاذيب بشكل فاضح وقاموا بالنقل من طرف واحد واتجاه واحد إلى الناس من قبل وسائل الإعلام , لذا نلاحظ أن نظرية الدعاية كانت بسيطة وتماشت مع صورة المجتمع الجماهيري الذي افترض أن المؤثرات المصممة ببلاغة يجب أن تصل إلى كل عضو من المجتمع عن طريق وسائل الإعلام, وأنه من الممكن أن تصل أو تحدث استجابة متماثلة تقريباً من كل الأفراد.

الخلاصة: جوهر النظرية يصفه (جون بيتز) بأن نظرية الآثار الموحدة تنظر إلى الجماهير التي تستقي معلوماتها من وسائل الاتصال : " هي عبارة عن مجموعات من الأشخاص غير معروفين, ولهم أنماط حياة منفصلة ويتأثرون بشكل فردي وبمختلف الوسائل الاتصالية التي يتعرضون لها, أي أنها تجربة فردية وليست تجربة جماعية.

ثالثاً: الوسائل الإعلامية كطلقات سحرية (نظرية الرصاصة السحرية)

تبنت الدراسات الإعلامية خلال العقود الماضية وجهة نظر مفادها, أن لوسائل الاتصال تأثير كبير على الآراء والاتجاهات والسلوك, حيث تكون الوسائل الاتصالية كرصاصة سحرية تصل فوراً إلى عقول المتلقين وظهور ذلك جلياً في الدراسات الخاصة بأثر الدعاية, هذه النظرية تقوم على اقتراحين أساسيين هما:

1. أن الناس يستقبلون الرسائل الاتصالية بشكل فردي مباشر وليس من خلال الوسائل الأخرى .

2. أن ردة فعل الناس تجاه رسائل الاتصال يتم بشكل فردي .

ولا يوضع في الاعتبار التأثير المحتمل لأشخاص آخرين للعلم فإن هذه النظرية هي جزء مكمل لنظرية الإثارة الموحدة, وبنيت على قاعدة وآلية "الإثارة والانفراج" أو المنبه والاستجابة , لذا يقال أن المؤثرات القوية تقدم بشكل متشابه لأفراد الجماهير .

التأثير الهائل للدعاية إبان الحربين دليل واضح على هذه النظريات ويبدو أن هذه الدعاية كانت تقدم دليل صحيح على أن وسائل الإعلام كانت قوية على نفس النحو الذي وصفها "لازويل" على أنها المطرقة الجديدة وسندان الترابط الاجتماعي .

هذه النظريات فتحت المجال أمام تطور الاهتمام بوسائل الإعلام, وبدأ التحول من مجرد التكهّن بآثارها إلى الجزم والدليل العلمي أن محتوى الاتصال ووسائله قادر على التأثير والتطوير والتغيير والتوجيه, وتحقيق ما لا يمكن أن يحقق بوسائل أخرى.