

المحاضرة السادسة :

نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: Dependency Theory

في عام 1976 قدّم بال روكش ودي فلور **Ball Rokeach & Defleur** نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وعمل الباحثان على تطوير النظرية عدة مرات وكانت آخر محاولة لهما سنة 1989. وبقيت النظرية في كل المرات مركزة على العلاقة بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي، ودراسة التأثير في ظل هذه العلاقة. فالفكرة التي تقوم عليها هذه النظرية هي كون وسائل الإعلام جزءا من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، هذا الأخير عبارة عن تركيب عضوي يضم العديد من الأجزاء المترابطة فيما بينها تبحث هذه النظرية في كيفية ارتباطها وتحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات بما فيها علاقتها بوسائل الإعلام، التي يوحي اسم النظرية أنها علاقة تبعية أو اعتماد على مجمل وسائل الإعلام أو أحد أجزائها، كالاعتماد على البرامج التلفزيونية.

وجاءت هذه النظرية لتجاوز الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع التي أهملت تأثير وسائل الإعلام وركزت على الجمهور واستعماله لوسائل الإعلام. ومن أهم ما تتميز به النظرية تحليلها لتأثير وسائل الإعلام في إطار منهاج النظام الاجتماعي العريض. هذا الأخير تربطه علاقة اندماجية مع وسائل الإعلام والجمهور. أي إن دراسة التأثير في هذه النظرية يأخذ في الحسبان العديد من العوامل والمتغيرات، كما تأخذ في الاعتبار «أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة». ويرجع اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام إلى سيطرة هذه الأخيرة على مصادر المعلومات. لكن ينبغي التنبيه إلى أن علاقة الاعتماد متبادلة -حسب النظرية- أي ليست في اتجاه واحد، فوسائل الإعلام تعتمد بدورها على المعلومات التي يكون مصدرها الأفراد أو الجماعات أو النظم الاجتماعية.

تفترض النظرية أن حالات الصراع والتغيير الاجتماعي تدفع الناس إلى تغيير معتقداتهم وآرائهم نتيجة ظهور العديد من الخيارات الجديدة. هذا ما يخلق حاجة عند الأفراد للحصول على المعلومات التي تساعدهم على الاختيار والتكيف مع الأوضاع الجديدة. ويزيد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات كلما تعرّض المجتمع

للاضطرابات والأزمات. وتفترض كذلك أن زيادة الاعتماد تؤدي إلى زيادة التأثيرات، لكن توفر المصادر البديلة للحصول على المعلومات يقلل من اعتماد الفرد على وسائل الإعلام.

وتهدف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى تفسير أسباب شدة تباين تأثير وسائل الإعلام، فالتأثير يكون أحياناً قويا ومباشرا، وفي أحيان أخرى يكون ضعيفا وغير مباشر. كما تهتم النظرية بتحليل طبيعة المعلومات التي يحتاجها الفرد لتحقيق أهدافه، وحسب النظرية فإن اعتماد الفرد على وسائل الإعلام ينشأ نتيجة بحثه عن ما يحقق أهدافه الشخصية. وتشير النظرية إلى أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

- الفهم: حيث يحاول الفرد من خلال التعلم والحصول على الخبرات معرفة الذات ومعرفة أشياء عن العالم وعن كل ما يحيط به.
- التوجيه: «ويشتمل على توجيه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري؟ أو كيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشافتك؟ وتوجيه تفاعلي مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة».
- التسلية: ومن خلالها يحس الفرد بالراحة والاسترخاء، كما تخلق له أجواءً من المشاركة وتجعله فردا اجتماعيا عن طريق التسلية الاجتماعية كالذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة، والتفاعل مع الآخرين يمكنه من تعلم الأدوار والقواعد والقيم. أي التسلية ليست مجرد وسيلة للتقليل من التوتر بل تحقق أهدافا جوهرية للفرد، فالاحتفالات والرياضة واللهو مثلا تعبر عن ثقافة الشخص وتعرفنا عليه.

ويتمثل الهدف العام من اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات، ومصطلح المعلومات حسب هذه النظرية لا يقتصر فقط على الأخبار بل يضم كذلك التسلية لأن الفرد يستخدم محتويات التسلية لإنشاء المعاني وفهم الذات والعالم المحيط، كما أن العديد من وسائل التسلية تحمل جوانب جادة ومهمة ولها دور كبير في الحياة الشخصية والاجتماعية للفرد، وتؤثر على سلوكياته وتوجه تفاعله مع الآخرين. فاللعب مثلا

ينمي شخصية الطفل ويكسبه المهارات اللغوية. أي إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام توظف المفهوم الأوسع للمعلومات «الذي يعتبر أن كل الرسائل لها إمكانية التأثير على الكيفية التي يفكر ويشعر ويتصرف بها الناس».

لكن هذا لا يعني أن وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد لبلوغ الفرد أهدافه إذ هناك شبكات داخلية مثل الأسرة والأصدقاء يتصل بها الأفراد إضافة إلى نظم تربوية وسياسية مساهمة. وتشير النظرية إلى وجود عملية نفسية إدراكية تزيد من احتمالات تأثر الفرد بمحتويات معينة في وسائل الإعلام، وتقترح النظرية نموذجاً لتأثير وسائل الإعلام على الفرد يضم شكلين من التعرض لرسائل الإعلام. يتمثل النوع الأول في شخص نشيط يتعرض بشكل انتقائي لوسائل الإعلام فيختار ما يرغب في الاستماع إليه أو مشاهدته أو قراءته. ويتمثل النوع الآخر في التعرض العرضي، أي إن الشخص يتعرض للمضمون الإعلامي بشكل غير مقصود وقد يتحول إلى تعرض نشيط أو العكس. وبشكل عام فالتعرض للوسيلة يعد الخطوة الأولى في نموذج التأثير المذكور. أما الخطوة الثانية فتتعلق بشدة الاعتماد وشدة الإثارة الناتجة عن التعرض. وهناك فروق في درجة الاعتماد بين الأشخاص ترجع إلى الاختلاف في الأهداف الشخصية والوضع الشخصي والاجتماعي، إلى جانب توقعات الفرد للفائدة المحتملة للرسالة الإعلامية وسهولة الوصول للوسيلة. وتتمثل الخطوة الثالثة في المشاركة النشطة في تنسيق المعلومات، هذه المرحلة تأتي نتيجة الإثارة العاطفية والإدراكية، وكلما كانت أكبر زادت المشاركة. والخطوة الرابعة تترتب عن مشاركة الأفراد الكثيفة في تنسيق المعلومات، وكلما كانت المشاركة كثيفة كانت قابلية التأثر بالرسائل الإعلامية أكثر.

• آثار الاعتماد على وسائل الإعلام :

1) الآثار المعرفية : Cognitive effects

وتتدرج ضمنها العديد من الآثار أولها كشف الغموض من خلال اللجوء إلى وسائل الإعلام لاستكمال المعلومات الناقصة أو الحصول على توضيح. وثانيها ترتيب الأولويات فتناول وسائل الإعلام لقضايا المجتمع يتم بشكل متفاوت، فتظهر القضايا البارزة والملحة، وعلى هذا الأساس ترتب وسائل الإعلام أولويات الجمهور. وثالثها تكوين الاتجاه والتأثير في

المعتقدات والقيم, حيث تساهم وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الفرد نحو العديد من القضايا, إلى جانب إثارها لمعتقدات الفرد وتأثيرها في قيمه.

(2) الآثار الوجدانية : Affective effects

تؤثر وسائل الإعلام في عواطف الفرد وتحرك مشاعره, والمضامين قد تؤثر إيجاباً أو سلباً على الشخص, فمشاهدة المضامين الإعلامية العنيفة مثلاً تتسبب في وقوع الفرد في حالة من الغضب أو القلق. وتؤدي مضامين أخرى إلى الشعور بالاعتزاز.

(3) الآثار السلوكية : Behavioral effects

حدد ديفلور وروكيتش الآثار السلوكية في سلوكين أساسيين يتمثل الأول في التنشيط, ويكون في بعض الأحيان إيجابياً كأن يقوم الفرد بالتبرع المادي أو المعنوي أو يؤيد حقوق المرأة, أو يكون سلبياً بحيث يؤدي مثلاً إلى القيام بسلوكات عنيفة أو أعمال تضر المجتمع. ويتضمن السلوك الثاني في التثبيط وهو عكس التنشيط أي عدم القيام بالفعل, إذ تتسبب وسائل الإعلام في عزوف الفرد عن المشاركة في أنشطة المجتمع وتولد عنده موقفاً باللامبالاة وإحساساً بعدم جدوى مشاركته.