المحاضرة السابعة: السمات الإجتماعية لجمهور وسائل الإعلام.

لا يمكن أن نغفل دراسة السمات الإجتماعية أوالفردية أو خصائص الشخصية أو السمات النفسية للجمهور Audience Psychographics في إطار دراسة الطبيعة الإجتماعية لجمهور المتلقين في الإختيار والتعرض لوسائل الإعلام ودوافع إستخدامها لهذه الوسائل، خصوصا عندما تصبح السمات العامة أو الخصائص السكانية غير كافية لتفسير رد الفعل نحو الرسالة الإعلامية، وعلى الرغم من تعدد السمات الإجتماعية والفردية التي تخضع للدراسة في علم الإجتماع وعلم النفس الإجتماعي وعلم النفس وعلم الإتصال، فإن السمات المعنية بالإشارة هي السمات ذات العلاقة بالسلوك الإتصالي مع وسائل الإعلام، ولو أن هذه السمات التي ستذكر في حد ذاتها ليست محل دراستنا والذي لا يعني عدم الإشارة إلى بعضها لما لها من علاقة وطيدة بالسمات العامة وأهمية في تفسير العملية الإعلامية .

1- العزلة والانتماء الاجتماعي :(Loneliness and Social Belongingness)

هناك العديد من المؤشرات الدالة على الانتماء أو العزلة التي يمكن استخدامها في وسط الجمهور ، ومن الأمثلة على ذلك نجد أن الأفراد الذين يميلون إلى العزلة ، يكون توحدهم مع الجماعات واعتمادهم على الغير واستعدادهم للمساعدة أو المساندة أو تقديم الخبرات الجديدة الأخرى ، كلها تتسم بالضعف عند قياسها بالإضافة إلى أن استعدادهم للخدمة الاجتماعية يتسم بالسلبية ، وقد أكد عدد من الدراسات الإجتماعية أن الأشخاص الذين يتسمون بدرجة محدودة من الاندماج الاجتماعي ، غالبا ما ينتج عن عدم ثقتهم بالمراكز الاجتماعية والإعلام ، ويعتمد بشدة على اختيار القنوات المؤيدة لرأيهم ، وفي هذه الحالات التي يضعف فيها التأثير غير الرسمي أو المواجهي، نجد وسائل الإعلام يمكنها التأثير مباشرة على إتجاهات الأفراد وقيمهم وسلوكهم.

2- جماعات الانتماء: (MemberShip Group)

عرف نيو كمب New Camb الجماعة بأنها: ((شخصان أو أكثر يشتركان المعايير المتصلة بموضوعات وتتشابك أدوارهم الاجتماعية تشابكا وثيقا)) ، ويرى " جيلفورد – Guilford " أن الناس يجتمع بعضهم مع بعض على أساس ظرف موضوعي مشترك مثل المكان الجغرافي أو الدخل المادي أو على أساس الاشتراك في مجموعة من القيم والاتجاهات أو القيام بأعمال أو أدوار سلوكية متماثلة أو الشعور المشترك بالانتماء. يعتبر الإنتماء عنصرا محددا من محددات الشخصية، لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط

بالفرد، كما أن الفرد يتم وصفه أيضا من خلال مفهوم الجماعات التي ينتمي إليها مثل الجماعات التعليمية، الاجتماعية، الوظائفية، والتنظيمات السياسية . . . الخ .

إن مجرد الانتماء للجماعة ليس كافيا في حد ذاته، فيجب أن يكون الإنتماء مصحوبا بالتفاعل النشط فيصبح من الضروري التركيز على فئات جماعة الإنتماء ودرجة الإنتماء وتمسكه بهذه الجماعات وكذلك نمط التفاعل الإجتماعي السائد داخل الجماعات سواء الايجابي والسلبي Socialization، الذي هو عملية نفسية إجتماعية ينجم عنها اكتساب الخبرة، وبناء نسق العادات الاجتماعية وضوابط السلوك كالقيم والمعايير، وتتم بفضله عملية التطبع أو التنشئة الإجتماعية التي تنشأ عن إحتكاك الأفراد، وتتم بإضافة الجديد من الأنماط، وتعتبر الأنماط الجديدة New Patterns مستقلة تماما عن أنماط السلوك الفردية، فالتفاعل الإجتماعي يؤدي إلى تكوين أنماط سلوكية عامة مشتركة بين الجميع، وينتج عنه تكوين الإتجاهات العامة نحو الآخرين، ويتضمن كذلك عملية التأثير والتأثر، فالفرد يؤثر في غيره بحيث يستدعي إستجابات معينة ويستجيب لغيره نتيجة لسلوكهم نحوه.

إن نمط التفاعل إذن يعكس مدى درجة التماسك والإتصال داخل الجماعة، والتماسك هنا هو مجموع القوى التي تؤدي إلى إبقاء عضوية الأفراد في الجماعة، حيث يتوقف التماسك على وجود شيء مشترك بين الأعضاء، فنمط التفاعل الإجتماعي يشير إلى التأثير المتبادل بين الأفراد وإتجاهات السلوك بين هؤلاء الأفراد، وبالتالي تأثير هذا السلوك في الأفراد نحو وسائل الإعلام .

3- القيم والأطر المرجعية والمعايير الثقافية: Values & Frame of Reference & Cultural Norms

يكتسب المرء بصفته عضوا في جماعات متعددة جبريا أو اختياريا وخلال مراحل النمو في حياته، العديد من المعارف والخبرات والمهارات والقيم نتيجة تفاعله وإتصاله مع الآخرين، وهذه المكتسبات تشكل له أحكاما مسبقة ومقاييس أو قواعد نمطية تصبح إطارا يرجع إليه الفرد في إدراكه وإتجاهاته وسلوكه الإجتماعي.

تعتبر المعايير الإجتماعية من بين أهم الأسس في بناء هذا الإطار المرجعي، فهي أمور وأوضاع من عمل الناس مرت في مراحل من الإختبار والتجريب، فإكتسبت صفة العموم وبعد ذلك توارثتها الأجيال، وهي ليست مشتركة بين جميع الشعوب، فلكل مجتمع معاييره الخاصة به، ولا يستطيع الفرد أن ينعم بالإستقرار والهدوء في حياته ومجتمعه إلا إذا تشبع من هذه المعايير الإجتماعية وإعتبرها جزءا من كيانه .

إن القيم values هي أحكام مسبقة من الظروف الإجتماعية يتشربها الفرد ويحكم بها، وتحدد مجالات تفكيره وأنماط سلوكه وتؤثر في تعلمه، فالصدق، والأمانة والشجاعة والولاء، وتحمل المسؤولية، كلها قيم يكتسبها الفرد في المجتمع الذي يعيش فيه لكنها تختلف بإختلاف الجماعات، بل وحتى بين الجماعات الصغيرة.

أما المعايير الثقافية فلا تقل أهمية عما سبق، لأن الثقافة أساسا هي نتاج إنساني لتفاعل إجتماعي بين أفراد المجتمع، حيث توفر أنماطا إجتماعية عامة ومقبولة يستجيب الأفراد في ضوئها لحاجاتهم الأولية والإجتماعية والثقافية، وتوفر للفرد صورة السلوك والتفكير والمشاعر التي ينبغي أن يكون عليها والمعاني والمعايير التي يميز في ضوئها بين الأشياء والأحداث، والثقافة المشتركة تنمي في الفرد شعورا بالإنتماء والولاء، فتربطه بالأفراد الآخرين في شعور واحد وتميزهم جميعا عن الجماعات الأخرى.

في عام 1970 قدم الباحث ديفلور نظرية تدعى " نظرية المعايير الثقافية " وتضمنت فكرة أن وسائل الإعلام من خلال عروض منتقاة، ومن خلال التركيز على مواضيع معينة تستطيع أن تخلق إنطباعا لدى جمهورها بأن المعايير الثقافية المشتركة المتعلقة بالموضوعات المختارة يتم تركيبها أو تحديدها بطريقة معينة، ولما كان سلوك الفرد توجهه عادة هذه المعايير الثقافية بالنسبة لموضوع معين أو إعتبار معين أو إعتبار محدد، فإن وسائل الإعلام تساهم بطريقة غير مباشرة في التأثير على السلوك .

وتعتبر نظرية المعايير الثقافية أحد النماذج الأساسية في عملية التأثير حيث تقوم على أساس إرتباط ما تقدمه وسائل الإعلام، وما تؤكده عليه من أفكار بالمعايير الثقافية السائدة أو النماذج التي يلتزم بها الجمهور لموضوع معين أو مركز معين، ذلك أن السلوك الفردي أيضا، يسترشد عادة بهذه المعايير أو النماذج، ومن هنا يتضح إتجاه كل من وسائل الإعلام والجمهور إلى تبني الموضوعات والنماذج التي ترتبط بهذه المعايير.

إن إدراك المعايير الثقافية ومدى التمسك بها يقدم دليلا على الإنتماء الإجتماعي للفرد، وبالتالي توافر مقومات الجمهور المتلقي المتفاعل والنشط، وهذه المعايير ليست ثابتة نتيجة تواصل المجتمع وأفراده مع المجتمعات والثقافات الأخرى، ونتيجة لتغيير الظروف السياسية والإجتماعية والإقتصادية، لدى فإن دراستها والتغيير فيها يفرض أهمية كبيرة لإرتباط بالإعلام كعملية إجتماعية بهذه التغيرات ومظاهرها، وتباين الأفراد والجماعات في قبول هذه التغيرات لإختلافهم في درجات الإرتباط بالثقافات الجديدة والإختلاف في درجات قابلية التغيير.