

المقاربات السيكلوجية والسوسيلوجية  
لنظرية الآثار الموحدة لوسائل الإعلام  
(دراسة نقدية)

أ.د. محمد علي القحاري

أستاذ الصحافة والفلسفة النظرية

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

د. أحمد كمال أحمد عبد الحافظ

مدرس بقسم الاعلام - كلية الآداب - جامعة حلوان

## ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة في الكشف عن أهم المقاربات السيكولوجية والسوسولوجية لنظرية الآثار الموحدة لوسائل الإعلام وفقاً لفلسفة ومنطلقات المدرسة الاميريكية ذات النهج الكمي التي قامت على مدخل التأثيرات المنطلق من علم النفس والمدرسة السلوكية، ومدخل الوظائف المطلق من علم الاجتماع والدراسات الاجتماعية.

وقد اعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل من المستوى الثاني بوصفه الأسلوب الأكثر شيوعاً في البحوث النوعية، والذي يشير إلى إعادة استخدام التراث العلمي للدراسات السابقة وذلك للإجابة على التساؤلات المنهجية ذات العلاقة بالبحوث الأصلية الذي يسمح بالتحليل النقدي المتعمق للتراث العلمي للمقاربات النظرية لنظرية الآثار الموحدة لوسائل الإعلام.

وقد توصلت النتائج أن افتراضات نظرية الآثار الموحدة قد قامت بصورة أساسية على افتراضات نظرية المنبة الاستجابة في علم النفس، ونظرية المجتمع الجماهيري في علم الاجتماع. اعتمدت على الأولى عندما رأت أن الأفراد تحركهم غرائزهم التي ليس بمقدورهم السيطرة عليها بشكل ارادي. واعتمدت على الثانية عندما رأت أن الأفراد في المجتمعات الحضرية هم مخلوقات سلبية معزولة عن بعضهم البعض، وبالتالي يصبحون فريسة سهلة لوسائل الإعلام نتيجة غياب الروابط والعلاقات الاجتماعية داخل المجتمعات الصناعية، وهو ما سارت عليه نظرية الآثار الموحدة، والتي تعد أول نظرية في مجال الإعلام والتي ظهرت في اعقاب الحرب العالمية الأولى حتى حدوث الانشطار النظري الذي أحدثته دراسة خيار الأمة عام 1940م.

## الكلمات المفتاحية:

المقاربات النظرية - المقاربات السيكولوجية - المقاربات السوسولوجية - نظرية الآثار الموحدة.

### تمهيد:

تعود جذور دراسة الاتصال إلى بداية القرن العشرين عندما حاول العديد من الباحثين تفسير الظاهرة الاتصالية من مقاربات نظرية من خارج علم الاتصال الذي كان في طور البناء والتشكل وافتقاره في بدايته الأولى إلى افتراضات نظرية توجه مساره البحثي، ومعرفة الأبعاد والدلالات الاتصالية داخل النظام الاجتماعي في أوروبا، والولايات المتحدة الذي بدأ يتغير بسرعة نتيجة تحول المجتمعات من الريف إلى الحضر، ومن المجتمعات التقليدية إلى المجتمعات الجماهيرية.

وتُعدُّ الآراء والتصورات التي قدمها علماء الاجتماع الأوروبيون ثم الأمريكيون أواخر القرن التاسع عشر حول مفهوم الاتصال باعتباره (عملية Process) مدخلاً مهماً لدراسة الاتصال الذي نشأ وترعرع في أحضان علم النفس، وعلم الاجتماع في بداياته الأولى، وقد تم تجاهل تلك المفاهيم والتصورات من قبل علماء الاتصال في الولايات المتحدة (\*) بسبب التوجه الشديد نحو "الامبريقية" التي تنظر إلى الاتصال على أنه فعل يسير في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل دون حدوث العكس، وبالتالي تحول مسار دراسات الاتصال إلى المنظور الخطي (one way) الذي أفرز نماذج أحادية الاتجاه ومبسطة إلى حد كبير، مثل: نماذج لازويل (Lasswell, 1924)، وشانون وويفر (Shannon & Weaver, 1942)، وشرام (Schramm, 1963)، وبيربلو (Berlo, 1972)، وغيرهم الذين قدموا نماذج خطية للعملية الاتصالية التي تسير في اتجاه واحد منطلقين في ذلك من نموذج "أرسطو" الأحادي التي سارت عليه دراسة الاتصال وتأثرت به لمدة تزيد على نصف قرن تقريباً. وبعد الحرب العالمية الأولى تحولت دراسات الاتصال إلى دراسة مجالين إثنين (القعاتري، 2019).

الأول: دراسة التأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، وكيفية حدوث مثل هذه التأثيرات منطلقين في ذلك من مدخل علم النفس.

الثاني: دراسة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع منطلقين في ذلك من علم الاجتماع.

(\*) مؤسسو علم الاتصال في الولايات المتحدة يطلق على أربعة من العلماء الأمريكيين هم على التوالي: هارولد لا زويل (1929م)، وبول لازرسفيلد (1940م)، و، كارل هوفلاندا (1950م)، وكورت لوين (1952م).

وقد واجه المدخل الوظيفي عدداً من العقبات جعلت خطاه بطيئة بسبب افتقاره في مراحل الأولى إلى افتراضات نظرية واضحة توجه مساره البحثي في الوقت الذي تمكن فيه مدخل التأثيرات من السيطرة على ميدان بحوث الإعلام لعدة أسباب، منها (حسن، 1993: 55-56).

- 1- فهم وإدراك الاتصال وفق المفهوم التقليدي للاتصال، وهو فهم ملائم تماماً لدراسة التأثيرات.
  - 2- تأثر اتجاهات بحوث التأثير بمصالح القوى السياسية والتجارية.
  - 3- تطور أدوات البحوث الامبريقية، واستخدام الأساليب الإحصائية؛ لاستقصاء تأثيرات الاتصال.
  - 4- تأثر دراسات التأثير بالتغيرات الاجتماعية التي شهدتها أوروبا، والولايات المتحدة.
  - 5- ارتباط دراسات تأثير وسائل الإعلام بالنظريات الاجتماعية والنفسية.
- وقد تم اختيار نموذج "شانون وويفر" باعتباره أبسط فهمًا، وأكثر ملاءمة لاهتمامات البحوث عند علماء الاتصال في الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي، وعندها انصب الاهتمام على استقصاء التأثيرات المباشرة لرسائل أحادية الاتجاه فضلاً عن ملاءمة النموذج للاستمرار في دعم الاتجاه البحثي الذي بدأ قبل ظهور نموذج "شانون وويفر"، والتي تمثله دراسات تحليل الدعاية عند "لازويل"، وبحوث الراديو عند "لازرسفيلد" (ماتيلار، ومشيليه، 2005: 37). وقد وصف روجرز (Rogers) نموذج "شانون" بأنه يعد أهم نقطة تحول في تاريخ علم الاتصال، فالكيفية التي تأثرت بها دراسات الاتصال بهذا النموذج (\*) عكست أزمة دراسات الاتصال في الولايات المتحدة خلال سنوات عديدة. وقد علل كامبل (Campbell) ذلك بأنه اكتشاف مهندس وليس عالم اتصال (حسن، 1993: 37).

(\*) كلود شانون ووارن ويفر، وهما مهندسان في شبكة الاتصالات الأمريكية (بل)، وقد تمكنا من اكتشاف شفرة الاتصالات للغواصات الألمانية في الحرب العالمية الثانية (1936-1946) وقد تمكنا أيضاً من إدخال فكرة التشويش على الاتصال بين الغواصات الألمانية، فظهر نموذجهما الرياضي الميكانيكي، والقائم أساساً على نموذج أرسطو وهارولد لازويل مضافاً إليهما عنصر التشويش، والذي استخدم بعد ذلك في الاتصال الإنساني على أوسع نطاق حتى اليوم.

وقد سارت دراسات الإعلام والاتصال في النصف الأول من القرن العشرين على مقاربات نظرية في نطاق العلوم الإنسانية الأولى ذات ارتباط بعلم الاجتماع، وهي: "نظرية المجتمع الجماهيري"، والنظرية الثانية مرتبطة بعلم النفس، وهي: "نظرية المنبه والاستجابة". وقد تولدت من هاتين النظريتين أول نظرية في الإعلام، وهي: نظرية الآثار الموحدة والتي نعرف على نطاق واسع بـ "نظرية الرصاصة". ولأهمية النظريات الثلاث في الدراسات الإعلامية، وظهور ما يسمى بالآثار الموحدة لوسائل الإعلام في النصف الأول من القرن العشرين (1914م-1940م) يتوجب في هذه الدراسة وفقاً لذلك عرض النظريات الثلاث بالنقد والتحليل لبيان الأهمية العلمية والتاريخية لدور علم الاجتماع، وعلم النفس في الدراسات الإعلامية عامة والنظرية الإعلامية خاصة حتى الوقت الحاضر.

#### أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من الاعتبارات الآتية:

- 1- أهمية المقاربات السيكلوجية والسوسيولوجية في دراسات الاتصال باعتبارها الأساس التي قامت عليها نظريات الاتصال والإعلام بعد ذلك.
- 2- الوقوف بالنقد والتحليل على المقاربات النظرية غير الإعلامية التي أسهمت في وضع اللبنة الأولى لعلم الاتصال ومداخله الفلسفية والنظرية.
- 3- سيطرة بحوث التأثير على دراسات الاتصال، وانكفاء الدراسات الوظيفية باعتبار مدخل التأثيرات أكثر ملاءمة لاتجاهات الباحثين في بدايات الاتصال المبكرة.
- 4- تحول الدراسات من دراسات الاتصال باعتباره عملية تفاعلية إلى دراسات الاتصال باعتباره فعل اتصالي أحادي البعد.
- 5- سيطرة المدرسة الكمية الامبريقية على دراسات الاتصال مقارنة بدور محدود للمدرسة النقدية.
- 6- لجوء الباحثين إلى اعتماد افتراضات نظرية قائمة على التكهن والتخمين بدلاً من التجريب والتحليل نتيجة غياب البعدين النظري والمنهجي في الدراسات الاتصالية

التي سادت في النصف الأول من القرن العشرين.

### مشكلة الدراسة:

وفقاً لأدبيات التراث العلمي لدراسات وبحوث مدرسة "شيكاجو" منذ بدايتها بعد الحرب العالمية الأولى وحتى وقتنا الحاضر، ووفقاً لأدبيات ومنطلقات الاتجاه الأميركي القائم على النهج الكمي، ولكون مدخل التأثيرات قد ارتبط بالدراسات السلوكية، ومدخل الوظائف بالدراسات الاجتماعية بسبب سيطرة علم النفس، ثم علم الاجتماع على ميدان بحوث الإعلام في النصف الأول من القرن العشرين، ولأهمية ذلك في الدراسات الإعلامية تسعى الدراسة إلى التعرف على دورها في الدراسات الإعلامية عامة، والنظرية خاصة من خلال تبيان المقاربات السيكلوجية والسوسيولوجية للنظرية الإعلامية بالتطبيق على نظرية الرصاصة.

### تساؤلات الدراسة:

تجيب الدراسة على التساؤلات الرئيسة التالية:

- 1- ما النظريات السيكلوجية التي اعتمدت عليها نظرية الرصاصة؟
- 2- ما النظريات السوسيولوجية التي اعتمدت عليها نظرية الرصاصة؟
- 3- كيف تأثرت نظرية الرصاصة بالنظريات السيكلوجية والسوسيولوجية؟
- 4- ما الأبعاد الفلسفية التي أدخلتها النظريات السيكلوجية والسوسيولوجية في علم الاتصال ونظرياته؟

### نوع البحث:

تتسم الدراسة للدراسات الوصفية التفسيرية التي تهدف إلى رصد التوجهات العامة للمقاربات النظرية في الدراسات الإعلامية، والكشف عن المنهجيات التي اعتمدها، والأدوات والنظريات العلمية التي استفادت منها مع التركيز على تحديد الملامح الرئيسة لمخرجات تلك الدراسات إلى جانب استقراء المداخل النظرية الموجودة من مصادر المعرفة

الخاصة بعلم الإعلام والاتصال، وتفسير الظواهر الإعلامية المعاصرة (الحيزان، 2010) وفقاً لاتجاهات المقاربات النظرية للدراسات الإعلامية.

### منهج البحث:

اعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل من المستوى الثاني (Secondary Data Analysis) الذي يسمح بالتحليل الكيفي المتعمق للتراث العلمي، وبرصد دلالة التغيرات التي تطرأ على الظاهرة خلال فترة زمنية معينة من حيث الأبعاد النظرية والمنهجية فضلاً عن الرصد الدقيق للتيارات والاتجاهات البحثية السائدة في تلك البحوث، ومدى تلبيتها لدواعي التراكم العلمي والتطوير النظري للنظرية الإعلامية.

### مجتمع البحث:

اعتمدت الدراسة على مسح التراث العلمي في المكتبة الإعلامية، وقد تم استخدام البحث المنشور كوحدة للتحليل الكيفي حيث تم إخضاع كل بحث للتحليل النقدي الكيفي، والذي يركز في استخلاص الإضافات المعرفية والنظرية في البحث، وتحديد مدى ما أسهم به في المقاربات النظرية للنظرية الإعلامية.

ووفقاً لأهداف الدراسة تتكون الدراسة من خمسة محاور رئيسة، يتناول الأول: المقدمة المنهجية للدراسة، ويعرض الثاني المقاربة السيكلوجية لنظرية الرصاصة، أما الثالث فيعرض المقاربة السوسولوجية لنظرية الرصاصة، ويتناول الرابع المقاربات السيكلوجية والسوسولوجية لنظرية الرصاصة، أما الخامس فيتناول المقاربات والتطبيقات النظرية لنظرية الرصاصة.

### أدوات جمع المعلومات:

اعتمدت الدراسة الحالية على التحليل البعدي (Meta-Analysis) بوصفه الأسلوب الأكثر شيوعاً في التقويم الكيفي المتعمق للمداخل والنظريات العلمية، وتستند الدراسة الحالية إلى أسلوب التحليل من المستوى الثاني الذي يعتبر إعادة لاستخدام تراث الدراسات السابقة للإجابة عن التساؤلات المنهجية ذات العلاقة بالبحوث الأصلية الذي يسمح

بالتحليل الكيفي المتعمق للتراث العلمي للمقاربات النظرية لنظرية الآثار الموحدة لوسائل الإعلام من حيث الأبعاد النظرية، والمنهجية.

### مصطلحات الدراسة:

المقاربات النظرية: هي الأوعية العلمية القريبة من المجال البحثي كعلم النفس، أو علم الاجتماع، أو علم السياسة، أو علم الإدارة وغيرها من العلوم الأخرى في نطاق العلوم الإنسانية.

المقاربات السيكلوجية: هي المقاربات النفسية التي تدرس الظاهرة الإعلامية من منظور نفسي، وتمثله في هذه الدراسة نظرية المنبه والاستجابة أحد أبرز النظريات السلوكية. المقاربات السوسولوجية: هي المقاربات الاجتماعية التي تدرس الظاهرة الإعلامية من منظور اجتماعي، وتمثله في هذه الدراسة نظرية المجتمع الجماهيري، التي تعد أحد أبرز النظريات الاجتماعية.

نظرية الرصاصة: هي أول نظرية إعلامية قامت في الأساس على فلسفات نظرية المنبه والاستجابة في علم النفس، ونظرية المجتمع الجماهيري في علم الاجتماع. ويطلق عليها عدة مسميات منها: نظرية (الرصاصة، القذيفة السحرية، الحقنة تحت الجلد).

### نتائج الدراسة

أولاً: المقاربة السيكلوجية لنظرية الرصاصة:

تعد نظرية المنبه والاستجابة (Stimulus - Response Theory) إحدى النظريات المهمة التي استندت إليها نظرية الآثار الموحدة لوسائل الإعلام (نظرية الرصاصة) عندما رأت أن المثير أو المنبه هو أحد العوامل التي تستثير استجابة معينة لدى الأفراد، وأن هذه الاستجابة ما هي إلا رد فعل الكائن الحي على المنبهات التي تثير سلوكه وتؤثر في جهازه العصبي، فرائحة الطعام - على سبيل المثال - تسيل اللعاب عند الجائع، والضوء الأحمر منبه يستجيب له سائق السيارة بالضغط على الفرامل لإيقافها.



وقامت هذه التفسيرات الأولية على نظريات "التعلم الكلاسيكي" التي اهتم أصحابها بدراسة المثيرات البيئية وعلاقتها بالسلوك الملاحظ، ورأوا أن الخبرة المكتسبة الناتجة من التعرض إلى هذه المثيرات وتعزيزها تقوم بالدور الأساسي في التعلم أكثر من غيرها (العوفي، 2012)، فالباحثون الأوائل في العملية الإعلامية يخططون لأعمالهم ويرسمون تفسيراتهم على أساس بناء العلاقة بين المثير والاستجابة، والتعزيز والمحاكاة، وغيرها من الأفكار الأولى التي قامت على أساس وصف الفرد في جمهور وسائل الإعلام على أنه فرد منعزل يستجيب أوتوماتيكياً لأي مثير تعود الاستجابة إليه دون تأثير عوامل أخرى. ورسما التفضيل والاهتمام بالوسائل الإعلامية ومحتواها على أساس العلاقة بين العائد والمتوقع (التعزيز) ، والجهد المبذول في التعرض إلى هذه الوسائل ومحتواها (عبد الحميد، 2004).

وقد تم اكتشاف نظرية التعلم الكلاسيكية (Classical Conditioning) على يد عالم النفس الروسي الشهير إيفان بافلوف (Pavlov) حيث ترى النظرية أنه بالإمكان اكتساب منبه صناعي لا يملك القوة والقدرة على إحداث الاستجابة المطلوبة عن طريق ربطة بمنبه آخر طبيعي يملك القدرة على إحداث هذه الاستجابة، ففي تجربته وجد "بافلوف" أنه عند تقديم الطعام للكلب (منبه غير شرطي) يسيل لعابه (استجابة غير شرطية) ، وعند ربط تقديم الطعام للكلب بدق الجرس عدة مرات (منبه شرطي) يبدأ سيل لعاب الكلب لمجرد سماعه صوت الجرس (استجابة شرطية). وتدّعي هذه النظرية أن قوة الاستجابة الشرطية تعتمد على عظمه التدعيم ، والذي يكون نتيجة للارتباط بين منبه شرطي وآخر غير شرطي متبوعاً باستجابة غير مشروطة (العوفي، 2012).

وقد وجد "هال" في علم النفس أن السلوك يبدأ بالتنبيه الخارجي أو بحالة العضوية وينتهي بالاستجابة، ولكنه أضاف إلى ذلك وجود متغيرات تتداخل قبل حدوث الاستجابة (عامود، 2001)، فيما ذهبت النظرية السلوكية إلى القول بأن جميع الظواهر السيكلولوجية يمكن أن توصف بلغة المثير أو المنبه والاستجابة له، فإذا كان المثير من القوة بحيث يحدث استجابة ما قيل إن المثير كاف، وإلا قيل إنه غير كاف.

وقد عني "بافلوف" بدراسة "الانعكاس الشرطي"، وقد كانت تجاربه في حقل الأفعال المنعكسة الشرطية هي الأساس الذي قامت عليه المدرسة "السلوكية" في علم النفس (القعاري، 2019).

وبناء على ذلك فقد أسهم علم النفس في تعريف الاتصال من خلال العلاقة بين (المنبه والاستجابة) عند الإشارة إلى قوة تأثير الاتصال المهادف أو المقصود الذي تقوم به وسائل الإعلام على المتلقي، فقد طور مؤسس المدرسة السلوكية الأمريكية واطسون (Watson)، نموذج المؤثر والاستجابة كمحاولة منه لإضفاء طابع موضوعي على علم النفس يفسر السلوك الإنساني على أساس العقل "المنعكس" من خلال فكرة المثير والاستجابة التي تبلورت في صيغة نظرية تعرف بنظرية "المنبه والاستجابة" النفسية (عامود، 2001).

ويتفق عالم النفس الأمريكي سكنر (Skinner)، مع "نظرية المنبه والاستجابة" في أن السلوك شيء يتم تعلمه من خلال الواقع إلا أن طريقة التعلم في هذه النظرية يختلف، فبينما تنظر النظرية الكلاسيكية لبافلوف إلى أن التعلم يتم عن طريق اقتران (المنبه الشرطي مع المنبه غير الشرطي) تقوم نظرية الارتباط بالنتيجة (Operant Conditioning) لسكنر بربط السلوك بالنتيجة حيث يتم التنبئ متى ما كانت النتيجة إيجابية أو مرغوبة. وفي حقيقة الأمر فإن سكنر لا يرفض النظرية الكلاسيكية تماماً، بل يؤكد على أن بعض التعلم قد يتم عن طريقها، لكن معظم التعلم يتم عن طريق الارتباط بالنتيجة (العوفي، 2012).

افتراضات نظرية المنبه والاستجابة وعلاقتها بنظرية الرصاصة:

مع هيمنة النظرية السلوكية (Behavioral Theory) على مجال علم النفس في بدايات القرن العشرين اهتم الباحثون في هذا الميدان بتفسير سلوك الفرد على أنه مجرد ردود أفعال على منبهات خارجية تأتيه من المحيط الذي يعيش فيه، فقد تكون ناتجة من المحيط الطبيعي كالشعور بالبرد أو الحرارة فتأتي ردة الفعل متمثلة بوضع ملابس ثقيلة أو خفيفة

بحسب طبيعة المؤثر، وقد تأتي المنبهات من المحيط الاجتماعي كأن يطلب منك خدمة ما فتقدمها.

يقوم الفرض الرئيس للنظرية على أنّ التعرض لحافز أو مثير من شأنه أن يزيد من الإثارة السيكلوجية للفرد، وهذه الإثارة يمكن أن تزيد من احتمالات قيام الفرد بسلوك تجاه المنبهات التي حركت فيه إثارة باتجاه معين. بمعنى آخر تعتمد النظرية على نقل الإثارة من خلال الاستجابات العاطفية المرتبطة بالمشاعر. وفي هذا الشأن يذكر "زيلمان" أنّ "الإثارة الناتجة من أي رد فعل عاطفي متحمس بشكل أساسي قادرة على التكيف مع أي رد فعل عاطفي متحمس آخر". وبالتالي تساعد هذه النظرية على فهم وشرح تقلبات الإثارة العاطفية، مثل: كيف يمكن نقل الخوف إلى الراحة، والغضب إلى البهجة؟ وما إلى ذلك، وكيف يمكن لرد الفعل على أحد المحفزات أن يكتثف التفاعل مع الآخر؟ (Zillmann 2006: 215-238).

كما تفترض النظرية أن "السلوك الفردي يخضع إلى حد كبير للميكانيزمات البيولوجية المتوارثة المعقدة التي تقع بين المثيرات (Stimuli) وبين الاستجابة (Response)، فالمؤثرات يمكن أن تصل إلى كل فرد على حدة في المجتمع عن طريق وسائل الإعلام، وأن كل فرد يمكن أن يدركها بنفس الطريقة العامة، أو أنه من الممكن أن تحدث استجابة متماثلة تقريباً من كل الأفراد (روكيتش، 1993).

ووفقاً لهذا المفهوم، فإن الاتصال يشير إلى العملية التي يقوم بمقتضاها القائم بالاتصال بإرسال مثير عادة يكون لفظياً؛ لإحداث تعديل أو تغيير على سلوك الآخرين مما يشير إلى ضرورة حدوث الاستجابة كردة فعل للمثير سواء كانت هذه الاستجابة مستهدفة أو غير مستهدفة بحيث يستشعرها المرسل أو القائم بالاتصال في شكل تغذية مرتدة أو راجعة، وهو ما يعرف في العملية الاتصالية بـ "رجع الصدى".

وبالتالي فإن الاتصال بهذه الرؤية يمكن وصفه بالعملية التفاعلية بين المرسل والمستقبل من خلال اتجاه المثير والاستجابة حيث يسير الاتصال في اتجاه دائري يبدأ بـ "منبه" من

المرسل إلى المستقبل، ثم "الاستجابة" من المستقبل إلى المرسل، وبذلك يمكن أن نقرر نظرياً أن علم النفس أسهم بشكلٍ مبكر في تفسير العلاقات الدائرية للاتصال كبديل عن العلاقة الخطية، ووضع الأرضية النظرية التي انطلق منها أنصار الاتجاه المنادي بقوة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، كقوة خارقة ذات تأثيرات سحرية على الأفراد والمجتمعات.

ويرى أصحاب هذا الاتجاه أنَّ الرسائل الإعلامية التي تنبها وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة هي بمنزلة منبهات خارجية، فالدعاية السياسية على سبيل المثال تعد منبهاً نفسياً مقصوداً لاستثارة الجمهور المتلقي، ودفعه لتحديد موقفه السياسي بالطريقة التي يرغب فيها المرسل، والإعلان التجاري أيضاً منبه خارجي يدفع المتلقي لاتباع سلوك أو نمط استهلاكي معين. ويشيرون إلى أن الناس لا يختلف بعضهم عن بعض في استجاباتهم للمؤثرات الخارجية، فهم عندما يستقبلون الرسالة، والتي هي مؤثر خارجي تقوم الميكانيزمات الداخلية المتوارثة بإحداث الاستجابة المناسبة (صلوي، 1996).

ويشكل عام، فإنَّ ما ساعد على ذبوع هذه النظرة لوسائل الإعلام وانتشارها هو نظرية المنبه والاستجابة، والتي ساعدت في تعزيز مفهوم القوة الخارقة لوسائل الإعلام؛ وبالتالي ظهور أول نظرية إعلامية عرفت بالقذيفة السحرية (Magic Bullet Theory) في وصف التأثيرات المباشرة لوسائل الإعلام (طابع، 2004).

#### ثانياً: المقاربة السوسولوجية لنظرية الرصاصة:

تعد نظرية المجتمع الجماهيري (Mass Society Theory) أولى النظريات الاجتماعية التي استندت إليها الدراسات الإعلامية في بداياتها المبكرة عندما ركزت على مفهوم جمهور الأفراد المنعزلين، ودور وسائل الإعلام في إخضاع أجزاء المجتمع المختلفة وتوحيده تحت سلطة النظام الاجتماعي وقوته (ماكويل، 2019). وقد تبلورت النظرية في مجال علم الاجتماع أواسط القرن التاسع عشر امتداداً لإسهامات نخبة من علماء هذا الحقل ممن أسهموا في تطوير هذه النظرية الاجتماعية، ومن أبرزهم: أوجست كونت، وفرديناند تونيس، وإميل دوركايم (مكاوي، 2006).

وتنطلق نظرية "المجتمع الجماهيري" من التغيرات الاجتماعية التي طرأت على حياة الأفراد والمجتمعات نتيجة الثورة الصناعية التي شهدتها أوروبا ، والولايات المتحدة الأمريكية التي صاحبت هذه المرحلة ، وترتب عليها انتقال الأفراد من المجتمعات الريفية إلى المجتمعات الحضرية حيث أصبح الأفراد يعيشون في مجتمع جماهيري أكثر تعقيداً تتسم العلاقة بين أفرادها بالعزلة، وانعدام المشاعر الشخصية ، والترابط مع الآخرين، والتحرر من الالتزامات الاجتماعية العامة بعد أن كانوا يعيشون في مجتمع بسيط يتسم أفرادها بالروابط الأسرية والاجتماعية (روكش، 1993).

وتسعى هذه النظرية لتفسير التحولات الاجتماعية التي واكبت ظهور الثورة الصناعية وتطورها خلال القرنين (18 - 19) للميلاد، إذ حطمت الثورة الصناعية تدريجياً التركيبة الاجتماعية التي كانت موحدة من قبل، والتي يطلق عليها تسمية المجتمع التقليدي (Traditional Society)، وأفرزت تركيبة اجتماعية جديدة أصبحت تعرف بالمجتمع الجماهيري (Mass Society)، والتي سيتعاضم فيها دور وسائل الاتصال الجماهيري. وقد استخدم علماء الاجتماع كلمة "اتصال" عندما أدركوا أنهم يستطيعون استخدام الكلمة لتطبيق عملية التفاعل الإنساني، إذ عرّف بعضهم الاتصال بأنه: العمليات التي عن طريقها يؤثر الأفراد فيمن حولهم، فيما اعتبر البعض الآخر المجتمعات بأنها نظم اتصال (رشتي، 1978)، وهم بهذا يؤكدون على عملية التفاعل الاجتماعي في عملية الاتصال، وكذلك تأثيرات السياق الاجتماعي على هذه العملية.

وأصبحت الفكرة التي تقول إن المجتمع عبارة عن كائن عضوي (Organsm) مؤلف من أعضاء يؤديون مجموعة وظائف محددة سلفاً، هي التي أوصت بالمفاهيم الأولى لـ"علم الاتصال" حينما عرّفه عالم النفس الاجتماعي كولي (Coolly) بأنه: الميكانيكية التي تنشأ عن طريقها العلاقات الإنسانية وتتمو (طلعت، 1995: 8).

وللوقوف على طبيعة التحولات التي شهدتها المجتمعات الأوربية بفعل الثورة الصناعية، وتأثيراتها المختلفة على الأفراد وحركة التغير في المجتمع، وفي أنماط الاتصال السائدة فيه،

والتي كانت دافعا قوياً لبلورة نظرية المجتمع الجماهيري يتعين هنا استعراض السمات الاجتماعية والاتصالية للمجتمعين التقليدي والجماهيري.

### 1- المجتمع التقليدي:

تتسم المجتمعات التقليدية بأنها مجتمعات ريفية تعتمد في الغالب على الزراعة أو الرعي أو الصيد أو الأعمال الحرفية الصغيرة، وتتسم بالاكتماء الذاتي ونسبة التبادلات محدودة جداً، وهي تعيش في إطار جماعات صغيرة نسبياً مثل: القرية أو العشيرة أو الأسرة الممتدة. وتلعب القيم والتقاليد والأعراف الاجتماعية دوراً مهماً في هذه المجتمعات؛ لعدم وجود قوانين ودساتير وسلطة مركزية فيها، وذلك من خلال متانة الروابط الحميمة بين أفراد المجتمع، وتلقائية التعامل فيما بينهم، بالإضافة إلى التجانس الكامل بين أفراد الجماعة الواحدة، والتشابه بينهم، وعدم وجود فوارق فكرية (ماكويل، 2019).

وتتسم المجتمعات التقليدية بعدم استقلالية الفرد الفكرية حيث يبدو ضرورياً التزام الفرد بآراء الجماعة، وموافقها، وقراراتها، وتوجهاتها ممثلة في مجلس القبيلة أو الشيخ أو كبار القوم مما يعني أن الفرد يذوب وينصهر في الجماعة، فيما تتكلم الجماعة بصوت واحد باسم الجميع.

ومن سماتها أيضاً التضامن الآلي (Mechanical Solidarity)، والذي يُعبر عن التآزر الاجتماعي الكلي بين أفراد الجماعة كما سماها عالم الاجتماع "دوركايم"، أو بعبارة "انصر أخاك ظالماً أو مظلوماً"؛ وذلك لضمان استمرارية الجماعة وديمومة بقائها في ظل واقع اجتماعي يتسم بالصراع بين الجماعات، وغياب السلطة المركزية أو ضعفها والتي يمكن الاحتكام إليها. وتتمثل الأنماط الاتصالية السائدة بين هذه المجتمعات التقليدية في الآتي:

- الاتصال المواجهي (Face to Face)، والذي يتم وجهاً لوجه.
- الاتصال الجمعي (Group Communication)، ويتم عادة في إطار الأماكن العامة كالمجالس، والأسواق، ودور العبادة وغيرها.

– أما الاتصال الجماهيري (Mass Communication) فقد كان شبه منعدم تماماً؛ لأن الصحف القليلة الموجودة وقتها لم تكن في متناول هذه المجتمعات بسبب تكلفتها المرتفعة، ونسبة الأمية العالية جداً.

واختفت هذه المجتمعات التقليدية في دول الغرب بعد قرنين من حدوث الثورة الصناعية، لكن بعض سمات هذه المجتمعات ما زالت موجودة في كثير من البلدان النامية، منها على سبيل المثال: اليمن، والهند، وأفغانستان، وباكستان، الخ. حيث لا تزال الانتخابات تجري فيها على أسس قبلية، والتي يطغى على جزء كبير من سكانها سمات المجتمع التقليدي حيث لا تزال القبيلة تمثل عنصراً فاعلاً في المجتمع، وفي مواجهة السلطة المركزية.

## 2- المجتمع الجماهيري:

كانت الثورة الصناعية في أوروبا السبب الرئيس في ظهور المجتمع الجماهيري من خلال تمركز المصانع الكبرى في أطراف المدن، واستقطاب أعداد ضخمة من الريفين الحاملين بحياة أفضل، وتكدس المهاجرين في "أحزمة الفقر" و"الضواحي القصدية" أو "مدن الصفيح"، وظهر نمط اجتماعي جديد يتسم أفراد بالآتي:

- عزلة الأفراد، واغترابهم فكرياً وعاطفياً، وغياب العلاقات الحميمة.
- الفردية المفرطة، والأنانية، والتنافس اللامحدود بدلاً عن التكاتف والتآزر.
- طبيعة العلاقات بين أعضاء المجتمع ذات طابع رسمي تعاقدى ومصالحى. (روكتش، 1993: 229)

وفي اتجاه موازٍ، ولذات السبب أيضاً ظهر نمط اقتصادي جديد يتسم هو الآخر بعدد من السمات منها: تقسيم العمل، وظهور تخصصات كثيرة في كل المجالات، وحتى في إطار المصنع الواحد يتخصص كل عامل في عملية محددة.

وتحدث هربرت سبنسر (Herbert Spencer) عن مفهوم التضامن العضوي في المجتمع الجماهيري (Organic Solidarity) الذي وصفه بأنه كائن حي نامٍ (عامود،

(2001) يتكون من أعضاء متخصصين في وظائف مختلفة ومحددة كالقلب والرئتين، لكنها تتعاون فيما بينها لتأمين استمرارية الجسد ككل؛ لأن ذلك يؤمن ديمومتها ذاتها (ماتيلار، ومتشيله، 2003).

ووفقاً لهذا المفهوم، فإنه رغم الاختلاف بين تخصصات أعضاء المجتمع الجماهيري (عامل القمامة، الطبيب، المهندس) إلا أنه يوجد تضامن عضوي بين أفرادها، فكل فرد يحتاج إلى خدمات الآخرين لتأمين استمرارية المجتمع ككل. وفي ضوء ما سبق نجد أن "أنماط الاتصال" السائدة في المجتمع الجماهيري تختلف عن أنماط الاتصال السائدة في المجتمع التقليدي، وتتصف بعدد من السمات والخصائص المميزة، ومن أبرزها:

- ضعف الاتصال المواجهي، فكل فرد منعزل ومنطوٍ على نفسه، ويقلل من العلاقات مع الآخرين طالما أنه لا توجد مصلحة في ذلك، ومثال ذلك طبيعة علاقة الجوار بالنسبة للأسر المقيمة في الأبراج والعمارات.
- زيادة هامش حرية الفرد في المجتمع الجماهيري بعد تحرره من سيطرة الجماعة والأعراف حيث إنَّ له حرية اتخاذ أي قرار طالما أنه لا يضر بالآخرين.
- فقدان الفرد كل المرجعيات التي كان يستند إليها في المجتمع التقليدي لتحديد مواقفه واختياراته كالأعراف والتقاليد.
- تقلص دور الاتصال المواجهي والجمعي مما أفقد الفرد وسائل مباشرة للحصول على المعلومات (القعاري، 2019).

وفي ظل هذه المعطيات الجديدة لسمات المجتمع وأفراده برزت الضرورة الملحة لتطوير وسائل اتصال جماهيري تعكس التحولات الكبيرة التي يمر بها المجتمع، وتلبي احتياجات أفراده بحيث تلعب في إطار المجتمع الجماهيري أدوار التنشئة، والضبط الاجتماعي الذي كان يلعبه الاتصال المواجهي، والأعراف، والتقاليد، والمشايخ، وكبار القوم في المجتمع



التقليدي، فالاتصال الجماهيري هو نتيجة حتمية للتحويلات الاجتماعية الكبرى التي برزت مع المجتمع الجماهيري.

افتراضات نظرية المجتمع الجماهيري وعلاقتها بنظرية الرصاصة:

تنطلق نظرية المجتمع الجماهيري من مجموعة من الافتراضات التي تتعلق بدور الإعلام في التغيير الاجتماعي حيث تفترض النظرية أن الأفراد في المجتمع الجماهيري ينتمون بالعزلة النفسية عن الآخرين، وبالتالي يسود انعدام المشاعر الحميمة عند التفاعل مع الآخرين، ويشعر الفرد بالوحدة، والقلق، والضيق، وفقدان المرجعيات، فيلجأ إلى وسائل الاتصال الجماهيري لتمنحه تعويضاً عما يفترقه من حميمية التفاعل مع جماعات الأهل والعشيرة القرية التي كان يشعر في إطارها بالاطمئنان، وأيضاً التخلص من التوتر (مكاوي، 2006)، فهي تحل محل العلاقات الشخصية من عدة نواحٍ: فهي تقدم التسلية والترفيه والإمتاع للأفراد، وتساعدهم على تضيئة الوقت والترويح عن النفس، كما تعمل دور المخدر لهموم الفرد اليومية، والضغوط النفسية التي يواجهها في حياته، والمسكن للشعور بالتوتر والقلق والإحباط في المجتمع الجماهيري، وهي أيضاً مصدر مهم للحصول على المعلومات في مختلف المجالات السياسية، والاقتصادية، والأمنية، والاجتماعية، والثقافية وغيرها، وتحل بدلاً عن مجلس العشيرة ومختار القرية كمرجعية للتوجيه والتنوير في كثير من القضايا، وتساعد أفراد المجتمع على حسم مواقفهم، واتخاذ القرارات المناسبة بشأنها.

وتؤكد النظرية على أولوية وسائل الإعلام واعتبارها السبب الرئيس في المحافظة على الشكل الاجتماعي، وفي تكون المجتمع من جماهير مضللة ومغترية حيث تقدم وسائل الإعلام للجماهير عالماً بديلاً لهم عن عالمهم الواقعي أو تقدم لهم عالماً أو بيئة زائفة (ماكويل، 1992).

وقد أكد باران ودافيس (Baran & Davis) أن نظريات "الازويل" و"لينبان" أكدت على فرضية مؤداها أن وسائل الإعلام قادرة على أن تلعب دورها كعنصر خارجي يمثل أداة في التأثير والتلاعب على المجتمع الجماهيري السليبي، وأن وسائل الاتصال تمتلك قدرات

دعائية تمكّنها من التأثير المباشر غير المحدود على الجماهير بما يهدد الديمقراطية (Baran & Davis, 2008).

وتتلخص فروض نظرية المجتمع الجماهيري في الآتي:

- 1- الإعلام عامل قوي في المجتمع وله القدرة على ترسيخ قيم ونظم، والتي بدورها تؤسس للنظام الاجتماعي. وللسيطرة على هذه القوة يجب أن يكون الإعلام تحت سيطرة أقلية نخبوية.
- 2- الإعلام قادر على التأثير بشكل مباشر في عقول عدد معين من الناس، ويسهم في تغيير نظرهم للنظام الاجتماعي.
- 3- كلما كان الإعلام قادراً على التأثير في طريقة تفكير الفرد فإنّ لذلك نتائج بعيدة المدى تؤثر بشكل سلب على المجتمع.
- 4- نسبة معينة من الناس تبقى هتّنة أمام قوّة الإعلام؛ لأنّهم في إطار المجتمع الجماهيري منعزلون عن المؤسسات التي كانت تحميهم في السابق من التلاعب.
- 5- إنّ الفوضى الاجتماعية التي قد تسبب فيها الإعلام يمكن حلّها من خلال تأسيس نظام اجتماعي شمولي.
- 6- وسائل الإعلام تؤدي لا محالة إلى التخفيف من أشكال الثقافة، وهذا سيؤدي إلى تراجع الحضارة، (Baran & Davis 2011:35-38).

ثالثاً: المقاربات السيكلوجية والسوسولوجية لنظرية الرصاصة:

تعد نظرية الآثار الموحدة أو ما اصطلح على تسميتها إعلامياً بنظرية الرصاصة (Magic Bullet Theory) (\*) أول نظرية إعلامية ظهرت في الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الأولى (1914-1918)، حيث ساد اعتقاد عام خلال الحرب بالقدرة الخارقة لوسائل الإعلام في التأثير على الجمهور ومواقفه، وقدرتها على تكوين رأي عام جماهيري

(\*) يطلق على النظرية عدة مسميات منها: التأثير المباشر، والقذيفة السحرية، وإطلاق الرصاصة، وسير نقل الحركة، والحقنة تحت الجلد، والمنبه الشرطي، والآثار الموحدة، والرصاصة التي تصيب الهدف .... إلخ.

وفقاً لوجهة النظر التي يرغب القائم بالاتصال في نقلها إلى الناس، فقد كانت وسائل الإعلام هي الوسيلة الوحيدة المثلى لتوجيه الرسائل إلى الشعب لاستنهاض همته نحو القتال، فقامت هذه الوسائل بحملات دعائية على مستوى كبير، وفي المقابل كان الجمهور يتلقاها بشغف ولا يشك في مصداقيتها، وكان متفاعلاً معها وغير عارف بأهدافها وغاياتها (مهنًا، 2002).

ومنذ تلك الفترة وحتى بداية الأربعينات من القرن الماضي أصبح ينظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها قوة عامرة ذات تأثير كبير على سلوك الأفراد (روجرز، 1993)، وأن الجمهور هدف مفتوح يمكن للرسالة الإعلامية أن تصيبه بسهولة وتؤثر عليه (روشي، 1978)، فكانت الفكرة الأساسية التي انطلقت منها نظرية الرصاصة على يد "هاورد لا زويل"، و"بول لازرسفيلد" أن الرسائل الإعلامية التي يتلقاها كل فرد من أفراد الجمهور تتم بطريقة مشابحة، وأن الاستجابات الفورية المباشرة تأتي نتيجة للتعرض لهذه المؤثرات عندما عبرا عن ذلك بالقول: "تقوم وسائل الإعلام ذات القوة المطلقة بإطلاق رسائلها من ناحية، فتتلقاها الجماهير المنتشرة والمنتظرة على الجانب الآخر دون أن يكون هناك حائل بينهما (نصر، 2001)، فيما وصف و"البورشرام" وسائل الإعلام بأنها رصاص سحري تنقل الأفكار والمشاعر من عقل إلى آخر، وأن الجمهور متلقٍ سلمي لهذه الأفكار فلا يستطيع الوقوف في وجهها والدفاع عن نفسه أمامها (حسن، 1987).

وقد أطلق جون بينتر "John Bittner" على الاستجابة المطلقة لوسائل الإعلام بنظرية "الرصاصة السحرية"، وهي إطار نظري ينظر لجماهير وسائل الإعلام كمجموعات من الأشخاص غير المعروفين لهم أنماط حياة منفصلة ويتأثرون بشكل فردي بمختلف وسائل الاتصال التي يتعرضون لها، أي أنّها تجربة فردية وليست جماعية، كما يعتقد دعاة هذه النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تتمتع بنفوذ قوي ومباشر وفوري على الأفراد، إذ لديها القدرة على حملهم على تغيير آرائهم واتجاهاتهم للوجهة التي يرغب فيها القائم بالاتصال (القعاري، 2019).

وقد بنى أصحاب هذا الاتجاه اعتقادهم بقوة وسائل الاتصال الجماهيرية في التأثير على الأفراد، وعلى بعض الافتراضات النفسية والاجتماعية المستمدة من علمي النفس والاجتماع السائدة آنذاك.

ففي المجال النفسي ساد اعتقاد بأن الأفراد إنما تحركهم عواطفهم وغرائزهم التي ليس بمقدورهم السيطرة عليها بشكل إرادي، فإذا ما استطاعت وسائل الاتصال "حقنهم" بمعلومات معينة (أخبار، ترفيه، نصائح...) تخاطب هذه الغرائز والمشاعر فإنهم سيتأثرون مباشرة بهذه "الحقنة الاتصالية" وسيستجيبون لها فوراً.

أما على المستوى الاجتماعي، فقد ساد اعتقاد أيضاً بأن الأفراد في المجتمعات الجماهيرية الصناعية هم مخلوقات سلبية ومعزولة عن بعضهم نفسياً واجتماعياً، ولا توجد بينهم روابط قوية تجمعهم في هذه المجتمعات؛ لذا فهم فريسة سهلة لا يوجد من يحميها أمام ما تمارسه وسائل الاتصال عليهم من تأثيرات غيابة هذه الروابط والعلاقات الاجتماعية (الدليمي، 2016). وقد انطلقت رؤية الباحثين في ذلك الوقت من:

1- أنّ الناس يستقبلون الرسائل الاتصالية بشكل مباشر وليس من خلال وسائل أخرى.

2- أنّ رد الفعل حيال رسائل الاتصال يتم بشكل فردي، ولا يضع في الاعتبار التأثير المحتمل لأشخاص آخرين. (Noura, 2015).

وعلى هذا الأساس فإن فلسفة نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية ( Magic Bullet Theory) تتلاءم بشكل واضح مع نظرية "المؤثر والاستجابة" التي طورها كل من واطسون (Watson)، وسكنر (Skinner) داخل المجتمع الأمريكي الذي ينطبق عليه مفهوم "المجتمع الجماهيري"، ففيه ظهر تيار التماثل في السلوك والاستهلاك، وبعض القيم خصوصاً بعد الحرب العالمية الثانية. وهذا التماثل كان قد سبقه تكاثر في وسائل الاتصال (بلغوات، 1996)، وبالتالي فقد استمدت النظرية جذورها من اعتبارين أساسيين هما:

الأول: حالة الغليان الاجتماعي للمصاحب للتصنيع داخل أوروبا والولايات المتحدة، والذي

أضعف كثيراً من حصانة الناس، فكان من السهل استمالتهم، وتزويدهم بخبرات جديدة، والتأثير عليهم بوساطة وسائل الإعلام. والسبب في هذه القابلية للتأثير هو أن عملية التصنيع عطلت وظائف الجماعات القديمة الأكثر استقراراً، والتي توفر للناس الإحساس بالولاء والانتماء، ولم تتمكن عمليات التصنيع تلك من إيجاد بديل وظيفي لتلك الجماعات.

الثاني: رؤية المدرسة السلوكية النفسية، والتي ظهرت في السنوات الأولى من القرن العشرين، وهي تشير إلى أن العقل الإنساني يصاغ وفقاً لانعكاسات شرطية لمثيرات خارجية بشكل نماذج سلوكية مستقرة يمكن تمييزها، ومن ثم فإن الفعل الاجتماعي ليس اختياراً شخصياً يبني على المعارف والمعتقدات المختلفة (دليو، 2003). ومما ساعد على ظهور هذه النظرية، وتعزيزها انتشار الدعاية بشكل كبير أثناء الحرب العالمية الأولى، والنتائج الإيجابية التي حققتها لممارسيها، كما أنها تعززت باتجاه الجمهور نحو شراء السلع بشكل كبير ومتنوع خاصة التي يعلن عنها في وسائل الإعلام (مكاوي، 2004).

وكان "لازويل" أحد رواد النظرية في ذلك الوقت يعتقد أن الأفراد غير الراشدين سوف يكونون أهدافاً سهلة للدعاية السياسية، وأن الدوافع أو الحواجز الداخلية يمكن استثارها من خلال الرموز الدعائية القوية (Davis, & Barn, 1983).

وقد استفاد "لازويل" في طريق بنائه لهذا المدخل النظري من الأفكار التي جاءت بها النظريتان السلوكية في علم النفس، والمجتمع الجماهيري في علم الاجتماع، وعليه فقد كان أول العلماء السياسيين الذين اعترفوا بجدوى النظريات النفسية، وكيف يمكن تطبيقها لفهم والسيطرة على السياسات عبر الإعلام. ويعتقد "لازويل" أن قوة الدعاية ليست نتيجة لقوة الرسائل الإعلامية؛ وإنما هشاشة الحالة الذهنية لنسبة من الجمهور المتلقي (Baran & Davis, 2011).

وفي ظل هذا المفهوم تبلورت نظرية الآثار الموحدة التي كانت السائدة في مجال الاتصال الجماهيري حتى قبل الحرب العالمية الثانية، إذ تؤكد أن لوسائل الاتصال تأثيرات قوية ومباشرة

على الفرد تكاد تبلغ حد السطوة والهيمنة. وهذه التأثيرات القوية والفاعلة تماثل تأثيرات الرصاصة في إصابتها للأهداف المباشرة دون خطأ.

وقد كانت أكثر المسميات شيوعاً لنظرية الآثار الموحدة: نظرية الرصاصة أو الطلقة السحرية (Magic Bullet Theory) في إشارة إلى قوة تأثير الرسالة الإعلامية على الأفراد. وقد شبهت بالطلقة النارية التي إذا صُوبت بشكل دقيق أصابت هدفها ولم تحطئه مهما كانت التحصينات، وكذلك نظرية الحقنة تحت الجلد (Hypodermic Needle)؛ لأن تأثير الرسالة الإعلامية يشبه مفعول المحلول الدوائي الذي يحقن في وريد الإنسان، ويصل تأثيره في ظرف لحظات إلى كل أطراف الجسم عبر الدورة الدموية.

افتراضات نظرية الرصاصة وعلاقتها بالنظرية الإعلامية:

تطلق نظرية الآثار الموحدة من مجموعة من الفرضيات التي تشير إلى أن المرسل يتحكم بشكل كلي في العملية الاتصالية، فهو الذي يضع الرسالة، ويقوم بتصميمها وبنائها، ويختار الوسيلة أو القناة الأكثر تأثيراً وانتشاراً، والتوقيت أو الظرف المناسب أيضاً.

كما تفترض النظرية أن الرسالة الإعلامية تصل إلى كل أفراد المجتمع بطريقة متشابهة (Uniform Reception)، أي أن كل فرد يستقبلها بنفس الطريقة، ولا توجد أي فوارق بين الأفراد من حيث استقبالهم للرسالة وتفاعلهم معها.

ووفقاً للنظرية، فالجماهير عبارة عن ذرات منفصلة، والفرد يتلقى الرسالة مباشرة من الوسيلة دون وسيط؛ وذلك لأن استقبال الرسالة هي تجربة فردية وليست جماعية (مكاوي، والسيد، 2006)، مما يعني أن الرسالة تصل إلى كل فرد بشكل مستقل وهو منعزل عن الآخرين.

كما تفترض النظرية أن المتلقي يستجيب دائماً وبشكل قوي للرسالة التي يتلقاها بما يحقق هدف القائم بالاتصال، فالشخص المتلقي للرسالة عنصر ضعيف جداً في العملية الاتصالية في حين أن المرسل هو العنصر القوي المتحكم في العملية الاتصالية.

وتنظر النظرية إلى الناس باعتبارهم مخلوقات سلبية يمكن التأثير المباشر فيهم بمجرد حقنهم بالرسائل الإعلامية، ومن ثم فإن المتصل يستطيع تحقيق أهدافه مباشرة بمجرد إرسال رسالته الإعلامية ليضمن استجابة فورية من الجمهور، إذ أعطت هذه النظرية للقائم بالاتصال قوة خارقة في القدرة على التأثير المباشر على الجمهور، كمن يطلق رصاصة فتصيب من ضحيته مقتلاً (أبو إصبع، 1999).

وبشكل عام يمكننا صياغة الفروض التي قامت عليها النظرية في النقاط الآتية:

- يعيش الناس في المجتمع الجماهيري منعزلين عن بعضهم بعضاً؛ لأنهم ينحدرون من أصول متباينة، ولا تجمعهم أطماع أو قيم ومعتقدات واحدة.
- يتولد لدى البشر مجموعة من الغرائز المتشابهة التي تحكم استجابتهم للعالم من حولهم.
- تصرفات الناس لا تتأثر بالعلاقات الاجتماعية، وإنما تتأثر فقط بالغرائز المتشابهة، فهم يستجيبون للأحداث، ومنها مضمون وسائل الاتصال بطريقة واحدة.
- طبيعة الإنسان الموروثة، وظروف العزلة الاجتماعية تجعل الناس يستقبلون رسائل وسائل الاتصال ويفهمونها بطريقة واحدة.
- تأثيرات وسائل الإعلام قوية ومباشرة، ويرجع ذلك إلى ضعف وسائل الضبط الاجتماعي مثل: التقاليد، والعادات المشتركة.
- تمر الرسائل الإعلامية عبر قنوات الاتصال مثل القذائف التي تضرب كل عين وكل أذن، وينتج عنها تأثيرات قوية وفورية على الفكر والسلوك، وهي تأثيرات مباشرة وموحدة (Delleur & Dennis 1996).

النظريات التي تأثرت بها نظرية الرصاصة:

- 1- نظرية المنبه والاستجابة في علم النفس: حيث تأثرت الآثار الموحدة، بهذه النظرية التي كانت شائعة في بداية القرن العشرين والمتعلقة بالمنبه أو المثير والاستجابة، والتي تفترض أن لكل فعل رد فعل، وأن كل منبه يحقق استجابة. واعتبرت وسائل الإعلام منبهاً يستجيب

له الجمهور، وعليه فإن الآثار الموحدة لا تنظر إلى العملية الاتصالية، وإنما إلى الفعل الاتصالي، والسلوك الإنساني الناتج من التعرض لوسائل الإعلام.

2- نظرية المجتمع الجماهيري في علم الاجتماع: ترى النظرية أن أفراد المجتمع الجماهيري يتسمون بالعزلة النفسية عن الآخرين، وتنعدم بينهم المشاعر الحميمة عند التفاعل مع الآخرين؛ فيشعر الفرد بالوحدة، والقلق، والضياع مما يجعله يلجأ إلى وسائل الاتصال الجماهيري لتعويض تعامله مع الجماعات، والتخلص من القلق والتوتر.

3- النظرية الفردية: ترى النظرية أن سلوكيات الفرد تنبع من اللاوعي واللاشعور، أو من العقل الباطن. وقد اعتبر أصحاب هذه النظرية أن الرسالة الإعلانية والدعائية تتوجه إلى لا وعي الفرد على سبيل المثال: ترويج سلعة معينة يتم ربطها بشخصية مشهورة يتمنى المتلقي في أعماقه التشبه بها.

### رابعاً: تطبيقات المقاربات السيكلوجية والسوسولوجية لنظرية الرصاصة

أ: تطبيقات نظرية المجتمع الجماهيري في الدراسات الإعلامية:

#### 1- التطبيقات البحثية للنظرية:

أثرت فكرة المجتمع الجماهيري لدى علماء الاجتماع في دراسات الاتصال في شقين: الأول: الشق المرتبط بقدرة وسائل الاتصال على التأثير في الجماهير خاصة في ظل تجربة هذه الوسائل إبان الحرب العالمية الأولى في عملية الدعاية، وهو الأمر الذي شجع على الاقتناع بقدرة وسائل الاتصال على التأثير المباشر في الجماهير بغض النظر عن محتوى الرسائل التي تحملها، ومدى عقلانيتها. وقد اتضح هذا الشق عند الحديث عن نظريات التأثير المباشر والموحد الذي مثلته نظرية الآثار الموحدة بعد الحرب العالمية الأولى إلى بدايات أربعينيات القرن الماضي.

الثاني: تمثل في تحديد هذا المدى التأثيري، والاقتناع بأن وسائل الاتصال لا تمثل وحدها العنصر الأهم، بل إنها تمثل عنصراً محفزاً لعدد من المتغيرات المطلوبة، وبالتالي فإن تأثير وسائل الاتصال يعد تأثيراً محدوداً في الإسهام في عمليات التغيير (الصبيحي، 2017). وقد اتضح



هذا الشق عند الحديث عن نظريات التأثير المحدود الذي مثلته نظرية الخطوتين عام 1940، ونظرية متعددة المراحل عام 1963م. ويذهب العديد من الباحثين إلى أن نظرية "المجتمع الجماهيري" وغير قابلة للدراسة العلمية الإمبريقية؛ لكونها تقدم أيديولوجية ضيقة أو قاصرة عن مسايرة العالم، ولتقدمها تفسيراً شمولياً وعماماً للعديد من الظواهر التي نود إخضاعها للدراسة، فالنظرية بنت تصوراتها على المزاوجة بين عناصر نقدية، وأخرى نابعة من الحنين الإنساني للعودة إلى الفترة الذهبية لحياة المجتمع المحلي الصغير. ويرجع "ماكويل" ذلك إلى أن نظرية المجتمع الجماهيري كنظرية إعلامية توضح بشكل قوي صور السيطرة والتحكم، والتوجيه الإعلامي. وتبين أن اتجاه التأثير الإعلامي فوقي، ويسير في اتجاه واحد من وسائل الإعلام إلى الجمهور دون حدوث العكس (ماكويل، 1993).

## 2- الانتقادات الموجهة للنظرية:

وصف "ماكويل" آراء النظرية عن المجتمع بأنها متشائمة جداً، وأنها تنظر إلى الجمهور بسلبية مطلقة، فهو غير مدرك لوعيه وذاته وهويته، وغير قادر على اتخاذ خطوات جماعية هادفة ومنظمة، ولا يستطيع أبداً التصرف لخدمة مصلحته بسبب العزلة المفرطة التي تحيط به (ماكويل، 1993). وقد كان لهذه الآراء دور مباشر في بلورة نظرية "الآثار الموحدة" التي ظهرت بعد ذلك. ولم يستقر مفهوم العزلة التي نادى به نظرية المجتمع الجماهيري، واعتمدته "الآثار الموحدة"، أو ما يعرف بنظرية الرصاصة كثيراً بعد إجراء العديد من الدراسات والبحوث التي ثبت فيها أن الفرد في جمهور وسائل الإعلام ما هو إلا عضو في جماعة اجتماعية يخضع في عملياته الإدراكية لمفهوم الجماعة والانتماء، واتخاذ القرارات وفق إطار المعايير الاجتماعية لهذه الجماعة، وهو ما أكدته دراسة "خيار الأمة" التي صاحبت الانتخابات الأمريكية عام 1940م (القعاوي، 2011).

ب: تطبيقات نظرية المنبه والاستجابة في الدراسات الإعلامية:

### 1- التطبيقات البحثية للنظرية:

انصب اهتمام الباحثين خاصة بعد الحرب العالمية الثانية بدراسة تأثيرات وسائل الإعلام على سلوك الأفراد سواء فيما يتعلق بأفلام العنف أم السلوك الانتخابي أم غيرها من أنواع السلوك، فما يفعله الناس بعد مشاهدتهم أو تعرضهم لرسالة إعلامية كالقيام بالعنف بعد مشاهدة فيلم عنيف، أو شراء منتج بعد مشاهدة إعلان يعتبر تأثيراً سلوكياً لوسائل الإعلام على الفرد.

وقد تأثرت بحوث الاتصال المتعلقة بتأثير وسائل الإعلام على المعارف بالنظرية السلوكية في علم النفس، ونتج عنها نوعان من النظريات: الأول ركز على الاتجاهات وكيفية تأثير وسائل الإعلام عليها إما بتغييرها أو تعديلها أو تدعيمها، والآخر ركز على مستوى المعرفة لدى الفرد و، كيف تقوم وسائل الإعلام بتشكيلها وزيادتها؟ (صلوي، 1996).

وقد أثرت النظريات السلوكية على منهج ، وطريقة هوفلاند (Hovland) ، وبحوثه على تغيير الاتجاهات التي بدأها مع الحرب العالمية الثانية، وتابعها مع بعض من زملائه في جامعة ييل (Yale) بعد نهاية الحرب، ثم خرجوا بعدة مجلدات حول تغيير الاتجاهات ، وبما أن هذه النظريات تهتم بالعوامل الخارجية، فقد ركز "هوفلاند" وزملاؤه على العوامل الخارجية التي تؤثر في العمليات الإقناعية، فتركزت دراساتهم حول كيفية كتابة الرسائل الإقناعية، وأهمية استخدام الرسالة ذات الجانب الواحد والرسالة ذات الجانبين ( One side and tow Sided messages)، وحول استخداماتها (الاستمالات العاطفية، والعقلية، والتخويفية) "Fear Appeals" ، وحول المرسل ، ومصداقيته (Source Credibility) . ويمكن تطبيق نظرية المنبه والاستجابة من خلال ما يلي:

– الربط بين منبه شرطي وآخر غير شرطي متبوعاً باستجابة غير شرطية، فنستطيع أن نربط بين شخص مشهور على سبيل المثال، وبين عمل تطالب الحملة الإعلامية بتحقيقه لنقل مثلاً: الاعتناء بصحة الأسنان بعد عدة مرات من التكرار نتوقع أن

يربط المتلقي بين هذا الشخص وبين العناية بالأسنان، وعليه سيقوم هذا المتلقي بالعناية بأسنانه، ويكون استخدام هذه النظرية كثيراً فيما نراه في الحملات الإعلانية.

— إطراء المتلقي وإعطائه الشعور بالأهمية، وأنه يستحق أن يحصل على كذا وكذا ليكافئ نفسه، وأيضاً كثيراً ما نلاحظ هذه الاستراتيجية في الحملات الإعلامية. (العوي، 2012).

## 2- الانتقادات الموجهة للنظرية:

— يؤخذ على هذه النظرية أنها همشت كل العمليات العقلية التي يمكن أن يأتيها الفرد؛ لأن كل ما يصدر عنه هو مجرد ردود أفعال على منبهات خارجية، فلا يقوم الفرد بأعمال إرادية، ولا يتخذ أي مبادرة.

— لم تهتم النظرية بالإنسان إلا من حيث أنه مجموعة من الاستجابات التي تنشأ للرد على المثيرات التي أدت إليها، أما قضية فهم المحددات الدينامكية فهي أمر غير وارد في أذهانهم.

— لم تتمكن النظرية من تحديد الإجابة بشكل دقيق عن كيفية استجابة الإنسان لمثير واحد ومحدد عدة استجابات مختلفة باختلاف الظروف.

— لم تتعد النظرية دراسة السلوك الظاهري للإنسان، ولم تسع إلى البحث في أعماق الإنسان لمعرفة العوامل المؤثرة على تحديد الاستجابة.

— فشلت نظرية "المثير والاستجابة" في تجاوز حدود وصفها بالنظرية الميكانيكية الآلية التي ينقصها الفهم العميق الذي امتلكته النظريات الديناميكية (القعاري، 2019).

ج: تطبيقات نظرية الرصاصة في الدراسات الإعلامية:

## 1- التطبيقات البحثية للنظرية:

ترجع أهمية نظرية الآثار الموحدة إلى أنها تمثل نقطة البداية للبحوث المبكرة لوسائل

الإعلام والاتصال، والتي لاقت رواجاً كبيراً خلال فترة ما بين الحربين العالميتين الأولى (1914-1918)، والثانية (1936-1946)؛ لأنها كانت متسقة آنذاك مع نظرية المجتمع الجماهيري في علم الاجتماع، ونظرية المنبه والاستجابة في علم النفس، وتوفر تفسيراً منطقياً لكل من يعتقد أن لوسائل الاتصال قوة خارقة وغير محدودة.

ومع تطور الاهتمام بوسائل الاتصال في بداية الثلاثينيات من القرن الماضي بدأ التحول من مجرد التكهن بآثارها إلى الدراسات المنتظمة لأثر محتوى الاتصال وعلى أنواع معينة من الناس، ونظراً لأن مجموعة متزايدة من أدوات البحث أصبحت متاحة، فإن الأفكار عن الاتصال الجماهيري كانت تختبر بدقة لمعرفة مدى صحة هذه الاكتشافات تجريبياً (روكتش، 1993).

ونتيجة للصورة التي خلفتها نظرية الآثار الموحدة، والتي يطلق عليها أيضاً بـ"النفذية السحرية" أو "الحقنة تحت الجلد" على وسائل الإعلام كان من الطبيعي لمشاريع البحث ذات الحجم الضخم أن تبدأ عملها، وكان أحدها برنامج لبحث إعلامي قام به عالم النفس "كارل هوفلاند" للجيش الأمريكي إبان الحرب العالمية الثانية. وقد صممت الدراسات الأولية لجامعة "ييل" بتحليل الفوارق في وسائل الإعلام، وتأثير الأنواع المتعددة لوسائل الإعلام والإعلاميين مع المدارس والوحدات العسكرية، وحصل "هوفلاند" على تأثيرات مهمة في دراسته العملية الثابتة، وكان هناك تشابه بين تجارب "هوفلاند"، وفكرة نظرية الآثار الموحدة (ادوين، وأولت، 1984).

وفي دراسات أخرى مولتها ونشرتها مؤسسة "باين" للدراسات بالولايات المتحدة الأمريكية عام 1933، وأعدتها مجموعة من الباحثين في العلوم المتصلة بالإعلام، مثل: عالم الاجتماع "هربرت بلامر" الذي بحث أثر الأفلام السينمائية على السلوك اليومي، و"هايسر" الذي بحث "العلاقة بين مشاهدة الأفلام، والنزوع للجريمة، وبيترسون وثورثون وقد بحثا أثر الأفلام السينمائية في تشكيل اتجاهات الأطفال نحو قضايا المجتمع. وقد جاءت هذه الدراسات في مجملها لتؤكد المقولات الأساسية لنظرية الآثار الموحدة، كما تؤكد المخاوف

العامّة من الآثار السلبية لتعرض الأطفال والشباب للأفلام السينمائية، وأعقب تلك الدراسات الرائدة عدد ضخم من الدراسات العلمية، والتي استهدفت وضع نظرية الآثار الموحدة موضع الاختبار البحثي من خلال التركيز على قياس أثر وسيلة إعلامية معينة أو مضمون إعلامي محدد على جمهور محدد (نصر، 2004).

## 2- الانتقادات الموجهة للنظرية:

اعتمدت نظرية الرصاصة بالدرجة الأولى على علم النفس، وعلم الاجتماع والتحليل النفسي، وأكدت أن الرسائل الإعلامية تؤثر فقط على الجوانب النفسية الشعورية واللاشعورية للأفراد، وتجاهلت كل العوامل السياسية، والثقافية، والاقتصادية التي يمكنها التأثير على العملية الاتصالية، ومثال على ذلك أن الدعاية النازية في عهد هتلر لم تؤثر على الشعب الألماني باستخدامها للاشعور فقط، بل لأنه استخدم الرعب والتقتيل لإخضاع الجماهير.

كما انتقدت النظرية من قبل أصحاب المؤسسات الإعلامية؛ لأنها تقوم بتحريض الرأي العام والسلطات الأمريكية ضدهم، وتدفعها لاتخاذ إجراءات تحد من حرية تصرفهم في اختيار المضامين التي تدر عليهم أرباحاً وفيرة مثل العنف، والإثارة، والجنس.

ومع الاهتمام المتزايد بالبحوث الامبريقية خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية تمت إعادة النظر في طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد، فقد رفضت فكرة أن الناس يواجهون وسائل الإعلام باعتبارهم جمهوراً سلبياً لا رابط بين أفراد، وحل محل ذلك تصور جديد بأن جمهور وسائل الإعلام هو مجموعة من الأفراد الذين يواجهون وسائل الإعلام باعتبارهم كائنات اجتماعية مرتبطة ببيئتها الاجتماعية، فالافتراضات التي قامت عليها نظرية الرصاصة السحرية تم رفضها مطلقاً، وكان من الطبيعي أن يتخلى عنها علماء الاتصال (مكاوي، والسيد، 2006). وقد ذهب بعض الباحثين إلى تبرير ذلك بقولهم إن نظرية التأثيرات الموحدة كانت ضعيفة جداً؛ لأنها تنظر إلى الناس كمتلقين سلبيين لرسائل الإعلام التي تنتزع آرائهم الشخصية بوساطة حقن رسائلها إلا أن الجماهير في واقع الأمر يتكونون من أفراد يختارون ويرفضون ويتفاعلون، وهو ما أدى بالتالي إلى التخلي عن هذه النظرية

وحدوث الانشطار النظري في دراسات الاتصال، وبروز نظريات جديدة محلها عرفت بنظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام. ويمكن حصر العديد من الانتقادات للنظرية من أبرزها:

- افتراض النظرية يعدُّ شكلاً مبسطاً من التأثيرات تبدأ من وسائل الإعلام وتنتهي عند الفرد الذي يتأثر أو يقتنع أو يتغير أياً كان نوع هذا التغيير.
- تُقلص من درجة الاهتمام بوسائل الاتصال وتأثيراتها فقط، والتأثيرات لا يمكن فهمها بمعزل عن المضمون.
- عدم أخذ النظرية فكرة تناقض تأثيرات وسائل الاتصال، بمعنى أن تأثيراً معيناً قد يتناقض مع تأثير آخر ويتصارع معه لدرجة أن يتغلب عليه ولا يصبح هناك تأثير نهائي.
- رؤية النظرية أن تأثيرات وسائل الاتصال عنيفة ومفاجئة على الفرد والجمهور.
- نظرة النظرية إلى الاتصال باعتباره يحدث تأثيراً للدرجة التي تحقق منها استجابة ملحوظة في المتلقي علماً بأن هناك بعض التأثيرات التي يصعب ملاحظتها.
- صعوبة تحديد الاستجابات التي تحدث نتيجة للاتصال؛ لأننا لا نتوقعها، فالمرسل يقدم رسالة وفي ذهنه هدف محدد، ومن الطبيعي أن ننظر إلى تأثيرات الاتصال (حمادة، 1999: 217).

#### إحياء نظرية الرصاصة وما تثيره من بحوث مستقبلية:

على الرغم من وجود اعتقاد عام في أوساط الباحثين بأن نظرية الآثار الموحدة أو ما يعرف بنظرية "الرصاصة" أصبحت من الماضي، ولا وجود لها في ضوء النظريات الحديثة للإعلام والاتصال إلا أن النظرية عادت بقوة مرة أخرى في الأوساط الأكاديمية، وذلك في ضوء وجود الإعلام الجديد، والشبكة العنكبوتية لعدة أسباب (منها):

- تميز وسائل الإعلام التقليدية (الصحف الورقية، والإذاعة، والتلفزيون) بمحدودية المكان والزمان، أما الآن وفي ضوء وسائل الإعلام الجديدة أصبحت وسائل

- الإعلام منتشرة بشكل كبير، وزاد عدد الجمهور المتفاعل مع وسائل الإعلام.
- اعتماد وسائل الإعلام الجديد على مفهوم القوة الناعمة (Soft Power)، وهو ما يعني القدرة على جذب الجمهور لتلقي مضمون رسالة معينة بدل التهديد أو الترغيب. وهذا يدل على أن وسائل الإعلام الجديد لها التأثير الفعال والنافذ في الجمهور (Chinenye , & Ebere. 2018: 1-10).
  - تمكن الإعلام الجديد من الجمع والمزج بين خصائص كلاً من (الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري)، حيث أخذ الإعلام الجديد من الاتصال الشخصي خاصية التغذية الراجعة والتأثير السلوكي، وأخذ من الاتصال الجماهيري خاصية سرعة الانتشار والتأثير المعرفي، وبالتالي قدرة الإعلام الجديد على حدوث التأثيرات بمستوياتها المختلفة (المعرفي- الوجداني- السلوكي) وهو ما يعني تقاطع خصائص الإعلام الجديد مع فرضيات نظرية الآثار الموحدة لوسائل الإعلام التي تنظر الى سطوة وقوة وسائل الإعلام. وبالتالي إعادة احياء النظرية من جديد (القعاري، 2018، 43).
  - يتسم المتلقي للإعلام الجديد بكثير من صفات المجتمع الجماهيري كما حددتها نظرية الحقنة تحت الجلد حيث تظهر عملية المؤشرات ذاتها: الانطواء في عزلة نفسية عن الآخرين، انعدام المشاعر الشخصية حيال التفاعلي الاجتماعي. وهو ما يمكن القول أن مستخدم الاعلام الجديد سلبي لأن الوسيلة تفعل به، تأسره تخلق له حاجات جديدة هو في غنى عنها ثم تقوي دوافعه إزائها وتنمي رغبته في اشباعها ، فهو يشكل رفقة غيره من المستخدمين جمهرة ، كتلة، أو حشدا الكترونيًا مجهول الهوية بالنسبة للوسيلة التي تحتزل فيها المرسل/الوسيط، والتي يبقى مشدودا إليها منبها بها، يقود هذا الانبهار من ناحية ،وغياب أرضية مشتركة للمعرفة من الوسيلة من جهة أخرى إلى تحفيض تفاعله الاجتماعي الفعلي، فهو لا يتبادل مع غيره الخبرة أو المشورة أذ تتوجه إليه الوسيلة كذرات

منفصلة عن بقية الذرات فيعبر عن تجربة ذاتيه لا جماعية مع الوسيلة (كبور، 2022، ص 53-54).

■ تأثر الجمهور الكبير المتعدد المتنوع بالكثير من القضايا والموضوعات المنتشرة على شبكات التواصل الاجتماعي، وانتشار العديد من الأخبار الزائفة فضلا عن تعرض العديد من الأشخاص ضحية للاحتيال يصب في فرضية نظرية الرصاصة من أن العديد من جماهير وسائل التواصل الاجتماعي الان تصله الرسالة بشكل مباشر ويتعرض لها ويتأثر بها بشكل فردي.

■ وعندما يدور نقاش افتراضي حول مضمون الرسائل الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي ذلك في الغالب إلى تدعيم التأثير بمحتوى الرسالة الاتصالية لان هذه المناقشات تدور في سياقات ما يسمى بغرف الصدي Eco Chambers حيث يتم مناقشة القضايا مع اشخاص يتبنون نفس التوجه فيتعرض الأفراد للمعلومات والآراء التي تدعم وجهات نظرهم وتتجاهل وجهات النظر الأخرى المعارضة ، وفي نطاق مثل هذه العزلة تصبح الأفكار أكثر ميلاً للتطرف بسبب ضعف الاتصال مع وجهات النظر الأخرى، ومن ثم يحدث الاستقطاب على شبكات التواصل الاجتماعي لأن الأفراد يميلون دائما لمناقشة القضايا السياسية والشؤون العامة مع الآخرين الذين لديهم نفس العقلية ونفس التوجهات الفكرية.(عواد، عبد الحافظ: 2018)، وهذا يمكن أن يفسر دور القوي للمشاهير والمؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي علي الجمهور من خلال القضايا التي يطرحوها ويتبنوها ويدور النقاش حول المتابعين لهم على هذه الشبكات.

■ أكدت العديد من النتائج ومنها دراسة (Chinenye, Ebere, 2018) التي فحصت أهمية نظرية الرصاصة السحرية في العصر الرقمي، وسعت إلى دراسة المبادئ الأساسية للنظرية، وتحليل الحجج ضدها، وتناولت الدراسة قضيتين



رئيسيتين نشرتهما وسائل التواصل الاجتماعي وبثت اخبار خاطئة حيالهما وهما - حادثة لقاح جذري القرد في أكتوبر 2017 وحادثة حمام المياه المالحة في أغسطس 2014 أثناء اندلاع فيروس إيبولا في نيجيريا في العام نفسه. أثبتت الدراسة أن نظرية الرصاصة السحرية لا تزال ذات صلة حتى اليوم حيث يتفاعل الجمهور بطريقة "سلبية نشطة" مع محتويات وسائط معينة، حيث كان الجمهور نشطاً جداً في الرد على رسالة خاطئة، ولكن سلبياً في اتخاذ الخيارات بشأن ما إذا كان كانت الرسالة صحيحة أو خاطئة. وتوصلت الدراسة إلى ما يمكن وصفه برد فعل "تأثير الزومبي" على محتويات وسائط معينة من قبل الجمهور، وأكدت الدراسة على أهمية النظرية على عكس الافتراضات القائلة بأن النظرية لم تعد ذات صلة في المجتمع المعاصر، واتفقت معها دراسة (Ahmed, et.all,2022) التي توصلت إلى أهمية إعادة تطبيق نظرية الرصاصة السحرية في أوقات الازمات فقد سعت الدراسة إلى التحقق من مدى استمرار قابلية التطبيق وأهمية النظرية بالتطبيق على جائحة كوفيد 19. وقامت الدراسة بعمل مسح على عينة من المواطنين في الأردن للتعرف على مواقفهم وسلوكياتهم في استخدام كل من وسائل التواصل الاجتماعي والوسائط التقليدية خلال جائحة Covid-19. ، وتوصلت الدراسة أن نظرية الرصاصة السحرية تظل ذات صلة كبيرة بتقييم سلوكيات المواطنين خلال أوقات الأوبئة والأزمات. وكشفت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي كانت آثارها الإدراكية على الجمهور أكبر من تأثيرات وسائل الاعلام الرسمية التقليدية. وأكدت الدراسة على استمرار أهمية نظرية الرصاصة في أوقات الأزمات مثل Covid-19.

■ أنه نتيجة لكل هذا نجد من يختزل الإعلام الجديد في فكرة الاستكشاف، وقد تعددت الدراسات في هذا المجال، وارتكزت بالأساس على دراسة التأثيرات ووضع المقارنات واستكشاف استخدامات الإعلام الجديد مقارنة بالإعلام القديم أو

التقليدي.

- النتيجة السابقة تناست امراً مهماً وهو ان تأثير تقنيات الاعلام الجديد قد بدأت تتضح على وسائط الاتصال التقليدية بذاتها مما جعل التمييز الواضح والمباشر بين ما هو جديد وما هو قديم اكثر صعوبة، ولا يثمر بشكل قوي في تمكين الدراسات المرتبطة بالإعلام الجديد على نحو ثابت ومستقر. وما يمكن اكتشافه من الدراسات النقدية والمقاربات الفلسفية للأطر المعرفية والنظرية للأعلام التقليدي وربطها بالإعلام الجديد وخصائصه الرقمية.
- وبهذا تكون نظرية الآثار الموحدة قد بُعثت من جديد في ضوء ظهور وسائل الإعلام الجديد، وأصبح هذا الإعلام ذا تأثير كبير في الجمهور حيث يستطيع تغيير اتجاهاته وقناعاته، وهذا يلقي بالعبء على البحوث الإعلامية من خلال تناول النظرية من جديد في ضوء المستجدات التقنية الرقمية الجديدة.

## مصادر ومراجع الدراسة:

### أولاً: المراجع العربية:

1. العبد، عاطف عدلي، (1997)، مدخل إلى الاتصال والرأي العام الأسس النظرية والإسهامات العربية، القاهرة، دار الفكر العربي.
2. أبو أصعب، صالح، خليل (2004)، خليل الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، عمان، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع ودار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
3. أبو أصعب، صالح، خليل، (1999)، الاتصال الجماهيري، ط1، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.
4. أرماند ماتيلار وميشيليه ماتيلار، (2005) تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين العياضي وصادق رابح، ط3، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
5. أرماند ماتيلار وميشيليه ماتيلار، (2003) نظريات الاتصال، ترجمة: أديب خضور، ط1، دمشق.
6. إسماعيل، محمود حسن، (2003)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع.
7. إيميري إدوين ووارن ك. أجي. فيليب هد. أولت، (1984) وسائل الإعلام، ترجمة: ميشيل تكلا، بيروت، مكتبة الوعي العربي.
8. بلغوات، محمد، (1996)، وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على المجتمعات الإسلامية، سلا، مطبعة ديريكو 1996.
9. حسن، حمدي، (1987)، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، القاهرة، دار الفكر العربي للطباعة والنشر.
10. حسن، حمدي، (1993) الاتصال وبحوث التأثير في دراسات الاتصال الجماهيري، ط1 القاهرة، حمادة للطباعة.
11. الحيزان، محمد، (2010)، البحوث الإعلامية، ط3، الرياض، مطبعة سفير.
12. الدليمي، عبد الرزاق محمد، (2016) نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط1. عمان، دار كتاب للنشر والتوزيع.
13. دليو، فضل، (2003) الاتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
14. رشتي، جيهان، (1978)، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، النهضة العربية.
15. روجرز، م. أفريت، (1993). الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ترجمة سامي ناشد، القاهرة.
16. الصبيحي، محمد سليمان، (2017)، المداخل النظرية في الدراسات الإعلامية، ط1، الرياض، مكتبة الملك فهد.
17. صلوي، عبد الحافظ، (1996)، تأثير وسائل الإعلام السعودية في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا

- الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والاعلام- قسم الاعلام- جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية.
18. طلعت، شاهيناز، (1995) وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، ط1، القاهرة، مكتبة الأنجلو.
  19. عامود، بدر الدين، (2001) علم النفس في القرن العشرين، دمشق، اتحاد الكتاب العرب.
  20. عبد الحميد، محمد، (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، عالم الكتب.
  21. العوفي، عبد اللطيف، (2012) حملات التوعية الإعلامية، ط1 الرياض، النشر العلمي جامعة الملك سعود.
  22. القعاري، محمد علي، (2011)، الإعلام والمجتمع من يؤثر في الآخر، ط1، صنعاء، مركز الإعلام الجديد.
  23. القعاري، محمد علي، (2019) نظريات الاتصال، رؤى فلسفية وتطبيقات عملية، ط1، الرياض، مكتبة الرشد للنشر والتوزيع.
  24. القعاري، محمد علي، التداخل النظري والمنهجي في النظرية الإعلامية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابع بحوث الإعلام ومنهجية التكامل المعرفي في إطار التحولات الدولية الراهنة وتداعياتها، المعهد الدولي للعالي للإعلام – القاهرة المنعقد في الفترة من 8-9/4/2019.
  25. ماكويل، دينيس، (1992) الإعلام وتأثيراته، ترجمة عثمان العربي، ط1، الرياض، دار الشبل للنشر.
  26. ماكويل، دينيس، (2019) نظرية الاتصال الجماهيري، ترجمة أيمن باجنيد وعبير خالد، ط1 الرياض، منتدى اسبار الدولي.
  27. مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين، (2006) الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6 القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
  28. مهنا، فريال، (2002)، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، بيروت، دار الفكر المعاصر.
  29. نصر، حسني محمد، (2001)، مقدمة في الاتصال الجماهيري المداخل والوسائل، ط1، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
  30. وروكيتش، ديفلير، (1999)، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤف، ط1، القاهرة، دار الفكر العربي.
  31. كبور، منال، (2022)، وظائف الإعلام الجديد؛ ما مدى الانحراف عن التقليد؟، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، مجلد 19، عدد 1، ص ص 41-55.
  32. عواد، وليد محمد الهادي، عبد الحافظ، أحمد كمال، (2018)، العوامل المؤثرة في الاستقطاب السياسي لدى الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الاعلام –جامعة القاهرة – العدد الرابع والستين – يوليو سبتمبر

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Zillmann, D. (2006) "Dramaturgy for emotions from fictional narration". In J. Bryant & P. Vorderer (Eds.), Psychology of entertainment (215–238). Mahwah, NJ: Erlbaum.
2. Alalawi ,Noura (2015). "A Research into the Fact That Media Have Direct Effects on People in Different Ways". Studies in Sociology of Science, No (6) 28–31.
3. Baran, S. J., & Davis, D. K. (2011). Mass Communication theory: Foundations, ferment, and future. Cengage Learning. 51.
4. Dennis K.Davis, Stanley J.Barn, (1983) Mass Communication and everyday life. A perspective on theory and Effects "California, wadsworth publishing" Company . 25.
5. Maluin l.delleur & Everette D, understanding (1996) Mass Communication: Aliberal art perspective Boston Houghton mifflin company. 540– 541.
6. Nwabueze, C, & Okonkwo, E. (2018). Rethinking the Bullet Theory in the Digital Age. International. Journal of Media, Journalism and Mass Communications (IJMJMC)Volume 4 (2), 1–10.
7. Stanley J. & Baran D. (2008) Mass Communication Theory Foundations, Ferment, and Future. Belmont: Wadsworth, (5th Edition), 93 .
8. Chinenye Nwabueze, Ebere Okonkwo, (2018) Rethinking the Bullet Theory in the Digital Age, International Journal of Media, Journalism and Mass Communications, Volume 4, Issue 2, Page No: 1–10.
9. Ahmad, A.K., et all, (2023). Covid-19 and the Resurgence of the Hypodermic Needle Theory Applicability in Times of Crises. In: Alareeni, B., Hamdan, A. (eds) Explore Business, Technology Opportunities and Challenges After the Covid-19 Pandemic. ICBT 2022. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 495. Springer,