

المحاضرة الحادية والعشرون: الأبعاد النفسية الاجتماعية في عملية

الاتصال الجماهيري.

الأبعاد النفسية الاجتماعية في عملية الاتصال الجماهيري

إن الأبعاد النفسية في عملية الاتصال تتمحور حول دافعية الفرد، وانتقاه من بين عدة بدائل متاحة أمامه وأخيراً إدراكه.

مما يتعلق بالدافع، هو شعور وإحساس داخلي يوجه سلوك الفرد بهدف تقليل التوتر الناتج عن النقص في إشباع حاجة أو حاجات معينة⁽¹⁾.

أما الانتقائية فهي الاختيار من بين البدائل المتاحة أمام الشخص، إذ قد يختار الشخص رسائل أو برامج معينة ويرفض أخرى لا تتفق مع اتجاهاته أو معتقداته.

أما الإدراك، فيمكن القول إذا ما انتقى شخص ما، ماذا يقرأ أو يسمع أو يشاهد فإنه قد ينتقى ما يخطئ باهتمامه، فالذي يحدث في نطاق الإدراك إن الشخص لا يستمع أو يلمس ما هو موجود وإنما هو يدرك ما يريد أن يستوعبه،

(1) شعور الفرد بالجوع يخلق عنده حالة من التوتر تدفعه إلى ضرورة توجيه سلوكه في مسلك يتمثل في الحصول على الطعام وإذا ما تم الحصول قلت حالة التوتر. لكن السلوك الإنساني ليس مدفوعاً بغرائزه وليس هدف سلوكه إشباع الغرائز وخفض التوترات الفسيولوجية فحسب إنما أيضاً تحقيق حاجات الجماعة وذلك يتم عبر عملية التنشئة الاجتماعية التي تسهم في تعديل الغرائز وتحويلها إلى دوافع اجتماعية، فالمجتمع يوجه الغرائز ويحدد إشباعها وتحويلها إلى سلوك مقبول اجتماعياً ومرغوب فيه. وتوجيه سلوك الفرد من حيث إشباع الحاجة يتم في ضوء العناصر الثقافية والاجتماعية السائدة للمجتمع. أن الحاجات تفرض على الإنسان القيام بالجهود والأعمال وتتخذ هذه الأعمال أنماطاً من السلوك تفرضها الحاجة فتتحول إلى عادات اجتماعية مستندة إلى دوافع بايولوجية وتنتقل تلك العادات بمراحل التنشئة الاجتماعية، بمعنى أن الثقافة تلقن من جيل إلى آخر بوصفها مجموعة من الاستجابات المتعلمة وفي كل نمط من الأنماط السلوكية الموجهة ثقافياً نجد دافعاً يؤدي إلى فعل ويقضي الفعل في النهاية إلى حالة من الطمأنينة والرضى. فهناك دوافع أساسية تستند إلى حاجات مثل الطعام والشراب بدافع من الجوع والعطش هذه تقابلها استجابات ثقافية، فالجوع حاجة استجابته التغذية، والتنازل حاجة استجابته تكوين أسرة... الخ.

وهكذا فإشباع الحاجة له استجابة تحدد ثقافياً وتنتقل سمات الثقافة إلى الإنسان عبر عملية التنشئة الاجتماعية. وأن طبيعة وشدة الحاجات تعتمد على خبرة الفرد وسماته النفسية والاجتماعية والثقافية وعلى مقومات ومعطيات البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها وعلى القوى والمؤثرات الخارجية المحيطة بالفرد وأخيراً المرحلة الحضارية التي يمر بها المجتمع.

ويحدث ذلك بشكل يتوافق مع حاجاته وقيمه وعواطفه وخبراته السابقة. يتضح مما تقدم أن الإدراك يعتمد على الانتقاء، والأخير بدوره يعتمد على الدافعية ويدل ذلك على ترابط العناصر الثلاث في التعرض للاتصال واستيعابه.

أما البعد الاجتماعي في عملية الاتصال فهو يتمحور حول علاقة الأنا بالآخر. بمعنى آخر أن البعد الاجتماعي يهتم بأثر الاتصال على الناس وعلاقاتهم الاجتماعية من حيث وكونهم يشغلون أدوار اجتماعية معينة ويمثلون مراكز اجتماعية معينة أيضاً. أي أن الاتصال لا يمكن أن يحدث إلا داخل ومن خلال نسق اجتماعي.

نظرية الجماعة المرجعية

فقد أوضحت التجارب التي أجراها "مظفر شريف" "وأش" احتمال وجود ارتباطات معينة بين الإدراك وعلاقة المدرك بالبناء الاجتماعي، فالأفراد يميلون إلى الموافقة على أحكام الآخرين في الجماعة سواء كانت هذه الأحكام صائبة أو غير صائبة فإجماع الجماعة أو اتفاقها يمكن أن يقف كإطار مرجعي لأحكام الأفراد.

فضلاً عن إن "مظفر شريف" "ونيوكمب" "وميرثون" وآخرين يطبقون نظرية الجماعة المرجعية ((على العمليات التي ينتمي الناس من خلالها إلى جماعات ويرجعون بسلوكهم إليها)).

فالجماعة لا تقدم معياراً للسلوك فحسب ولكن الجماعة الأولية هي الأكثر أهمية إذ أنها تعلم الفرد قيمها الخاصة وتصوغ قيم الفرد وفقاً لمعتقداتها. لقد بدأ استخدام تلك النظريات وتطبيقها في مشكلات الاتصال الجماهيري، ووجدت المعالجات التقليدية للاتصال الجماهيري. كما اتضح من

قبل أنه من المفيد ومن المثمر تصنيف الأفراد وفقاً لأماكن إقامتهم في النواحي المختلفة من البلاد أو وفقاً للأنواع المختلفة من الجماعات أو طبقاً للمكانة الاقتصادية والاجتماعية داخل المجتمع. من ناحية أخرى أزداد إدراك القضية التي مؤداها أنه إذا كانت قيم المتلقي تشكل من خلال الجماعات الأولية التي تنتمي إليها فإنه من الأفضل فهم استيعابه للرسالة واستجابته لها في حدود علاقته بهذه الجماعات الخاصة وقيمتها.

وقد لوحظ، وفقاً لبعض الدراسات أن إحدى نتائج ميل الفرد إلى تبني الجماعة كمصدر للتوجيه تتمثل في تطور التجانس بدرجة ملحوظة بين أعضاء الجماعة في المواقف والقيم.

من جانب آخر أخذ "نيوكمب Newcomb" في تطوير نظرية تضع ذلك التجانس في الاعتبار شرح كيف أن أعضاء الجماعة أثناء عملية التفاعل يشعرون بالثواب أو الجزاء عندما تتحد مواقفهم أو تتفق ومن ثم يميلون إلى التأثير على بعضهم البعض ليصلوا إلى مواقف متشابهة.

ومن المهم أن نعرف أن الفرد لا ينتمي إلى جماعة واحدة بل هو ينتمي إلى جماعات متعددة وربما تطغى جماعة على أخرى. وإذا كانت قيم هذه الجماعات متفقة أو متصالحة فإننا نتوقع غياب الصراع أو انعدامه، أما إذا كانت هذه القيم في حالة صراع وتنافر فإن الفرد حينذاك يكون في موقف صراع أو ضغوط متعارضة.

ويمثل استخدام نظرية الجماعة المرجعية نقطة البدء لاكتشاف البناء الاجتماعي الذي يكمن وراء التباين الكبير في استيعاب الأفراد واستجاباتهم لرسالة الاتصال الجماهيري بل ويعمل على تكامل هذا التباين.

فغالباً ما يقرر الفرد أن يشتري شيئاً، أو يدلي بصوته لصالح حزب أو مرشح أو يشاهد برامج تلفزيونية متأثراً بأناس يثق بهم. كما أن إدراك الفرد واستيعابه واستجاباته تشكل جزءاً من نمط تفاعله مع أعضاء جماعته. وتركيز الضوء على وضع المتلقي في إطار ذلك النمط إضاءة نظرية الجماعة المرجعية الطريق لتطوير المعالجة التقليدية في اتجاه نظرة سوسيولوجية أكثر رحابة.

إذ أن النظرة التقليدية تركز على انتقال الرسالة من المرسل إلى المستقبل، أما النظرة السوسيولوجية فإنها تضع في الاعتبار الجماعات المرجعية - الأولية التي تساهم في صياغة قيم الفرد وتحديد سلوكه.

أن الباحثين في الاتصال والهادفين نجاحه أصبحوا يهتمون بمفهوم الجماعة* المرجعية مع الاهتمام بقضايا أخرى هامة مثل - الكيفية التي ترتبط بها رد فعل المستقبل بعضويته في جماعة أولية واحدة - كيف يتباين رد الفعل هذا وفقاً لمشاعره السلبية أو الإيجابية نحو أعضاء الجماعة -؟ كيف يحدث التباين وفقاً لموافقته على قيم الجماعة أو معارضته لها؟ وكيف يكون تأثير الجماعات المرجعية على ردود فعل العضو لأنماط المختلفة من الاتصالات؟ وكيف ستكون الاستجابة حين يرتبط رد الفعل بأدواره العديدة بوصفه عضو في جماعات مرجعية متعددة أو متصارعة؟ كيف أن استجابته تتباين تبعاً للأهمية النسبية للجماعة بالنسبة له. وكذلك تبعاً لدرجة مشاعره الإيجابية أو السلبية نحوها وما ذلك.

* طرح الأمثلة التطبيقية عن أهم وأقوى الجماعات المرجعية في المجتمع العربي بصورة عامة والمجتمع العراقي بصورة خاصة هما جماعة العشيرة وجماعة الدين.