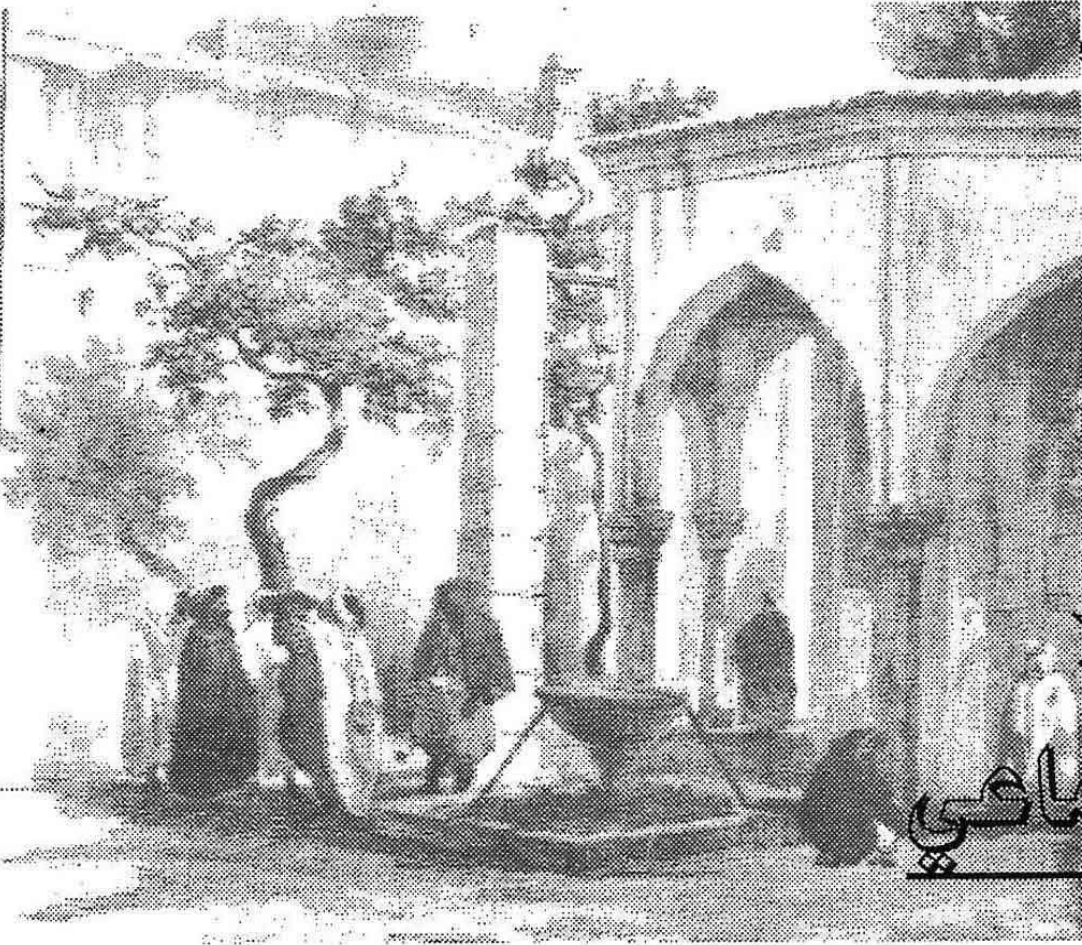




التأثير

الاجتماعي

الأستاذ : الحسين حماش

أستاذ بمعهد تقصير اين- وحدة علم النفس

إن رغبة الإنسان في الحصول على الاستحسان الاجتماعي و على عطف الناس و حبهم و كذا على الطمأنينة في حياته تدفعه إلى أن يحاول دائما الاتفاق مع الجماعة في آرائها و تقاليدها و مثلها العليا. أما إذا خالفها فهذا يعني أن - الفرد - سيحرم من عطف أفرادها و حبهم و تقديرهم له و في بعض الأحيان قد يعرضه ذلك إلى الطرد النهائي من الجماعة. و لهذه الأسباب نجد الأفراد عادة ما يحاولون الانسجام مع رأي الأغلبية و يتحاشون معاكسته أو مخالفته.

إن التأثير في المعنى الواسع للكلمة، يعني أي شكل من أشكال السلوك الصادر من قبل الشخص " أ " المؤثر و الممارس بطريقة فعالة على الشخص " ب " المتأثر و بهذا المعنى يمكن القول أن مفهوم التأثير ينتمي إلى علاقات السلطة - التبعية.

1- تطور مفهوم التأثير الاجتماعي:

بدأ ظهور مفهوم التأثير الاجتماعي في القرن 19 مع ظهور دراسات على مفهوم " الاقتراح " " la suggestion " ، ففي سنة 1866 اقترح " Lieblaut " مفهوم لاقترحية " La suggestibilite "

و في سنة 1900 عمل " BIMET " على توضيح مفهوم " الاقتراحية " أكثر فأكثر، حيث أكد أن الطفل يكرر و يعيد إجابة الشخص الكبير ، فإذا كانت هذه الإجابة قريبة و مشابهة فهذا يعني حدوث ما يسمى بالتأثير الموجه " Lenfluence directive " أما إذا

الذي سمح بتمييز فئة من الظواهر ذات خصائص معينة، بحيث أن سيرة الفرد تكون مشابهة و مطابقة لما يراه شخص آخر، و ذلك يحدث شفاهيا عن طريق أمر مباشر أو غير مباشر. الأمر الذي يفترض من الفرد الهدف تحليل مجال الانتباه، و استثارة القدرات التي تسمح بالنقد.

الأفراد ، أين كل طرف يميل إلى أن يعطي أهمية أكثر لنموذجه في التفكير ، ويؤكد على وجهات نظره بمقابل وجهة نظر الآخرين ، فالصراع بين الأعضاء يعني انقطاع الاتصال ، ابتعاد المشاركين و انغزالهم ، و عدم قدرتهم الوصول إلى الهدف الذي التزموا من أجل تحقيقه ، من أجل هذا فإن إعادة أو بعث التوافق و التفاف بين الأفراد يفترض مفاوضات بين الأطراف المعنية ، فتحدث حينئذ عملية التأثير قصد الوصول إلى الهدف المشترك.

III - العوامل الاجتماعية

1- الاتصال المباشر و غير المباشر :

يظهر حاليا أن الظروف التي يكون فيها الفرد وجها لوجه مع الآخرين و يستقبل مباشرة الإجابة المرسله تكون أكثر إرغاما و إكراها من تلك التي ترسل بطريقة غير مباشرة أو بطريقة لا شخصية مبهمه .

بلاك و أولستيد Black and olmstead 1995 تأكد في بحث لهما و من خلال عملية إحصائية أن 51% من الإجابات كانت ممثلة مع الإجابات المرسله مباشرة في وضعية وجها لوجه و 43% في حالة ما إذا كان الأشخاص يسمعون الإجابات بوسائل أخرى كالسماعات الهاتفية أو الرسائل البريدية مثلا . نستطيع أن نستنتج من هذا أن الوجود الجسدي للأعضاء في وضعية وجها لوجه هو عامل لا يجب إهماله إذ له تأثيرات على الطريقة التي يدرك بها الأفراد تلك الوضعية الموجودين فيها .

2- الأفراد الآخرين و المهمة :

يمكن القول عامة أن الموافقة على آراء الآخرين يتوقف على مدى الثقة و المصادقية التي يتحولون بها عندنا ، فكفاءة الآخرين كعامل هام لظاهرة التأثير في ميدان المهمات ، لم يدرس إلا عن طريق ثنائية النجاح أو الفشل

II - العوامل الشخصية

1- تأثير السن و الجنس : من خلال الدراسات التي قام بها كلا من : بروندا LUCHINT 1955 - 1950 BERENDA

LUCHIN على تأثير السن و الجنس ، في عملية التأثير الاجتماعي ، تؤكد أن النساء تظهرن أكثر اقتراحية من الرجال ، بينما الأطفال يظهرون أكثر قابلية للتأثر و قبول التأثير من الكبار .

2- تأثير الذكاء : إن بحوث كل من 1956 1958 NAKAMURA ، RUBINSTEIN تبين أن الشخص الذكي أو عامل الذكاء له علاقة مضادة فيما يتعلق بالليل لتقبل إجابات الآخرين و الخضوع لهم .

3- تأثير السمات المرغوبة : يبدو أن للجمال تأثير هام على الجاذبية بين الأفراد اتجاه الجنس الآخر في بداية العلاقة ، و واحد من الدراسات التي تمت في هذا الموضوع قامت بها عالمة النفس إلين والستر حيث زاجت بين أفراد من الطلبة بطريقة عشوائية للحضور في موعد راقص و لم يعرف مسبقا كل فرد من التي سيرافقها .

و وجدوا أن الجاذبية الجسمانية (كما حددها المراقبون الذين يستلمون من الأفراد تذاكر الحفل الراقص) ، كانت أفضل من الذكاء و الشخصية و الاتفاق في الحاجيات كمقياس للتنبؤ بالثنائيات التي سيعجب كل منهما بالآخر و يتمنون الحصول على ميعاد آخر . إلا أن من الطريف ، أنه حينما سئل هؤلاء الأفراد عن الأشياء التي يقيمونها فيما يتعلق بهذه المقابلات ذكروا الذكاء ، الصداقة ، الإخلاص ، و لم يذكروا الجمال .

4- عمليات التأثير لها علاقة لإزالة الصراع :

إن تعرض الأنظمة كثيرا ما ينتج عنه خطرا العرقلة السريعة للعلاقات بين

كانت بعيدة غير مشابهة فإن الشخص الكبير يتدخل لاقتراح الإجابة المشابهة وهذا ما يعني بالتأثير التناقضي influence contradictoire L و على أساس هذا استطاع بييني أن يقيس مقاومة الفرد للاقتراحات المعتادة من طرف شخص آخر في إطار روائز و امتحانات نفسية متعاقبة .

بعد بييني و جدت البحوث التجريبية مبعثرة في الزمان و المكان و هي بذلك منعزلة و قليلة جدا ، هذه البحوث قللت من استعمال مفهوم الاقتراح suggestion و تتحدث كثيرا عن التأثير الاجتماعي .

فدراسة شريف sherif 1935 تظهر أنه عندما يكون المثير المدرك غير مهيكّل بوضوح فإن التقديرات الفردية لجماعة من الأشخاص تتقارب الواحدة تلوى الأخرى ، بحيث يكونون إطار مرجعي مشترك يوحد و يثبت الأحكام الصادرة من طرفهم على عكس آش ash 1951 - 1956 الذي أكد أن الشخص لا يخلص بصفة عمياء ، و لكنه يحاول أن يفهم جيدا الوضعية لإعطاء احسن إجابة ممكنة ، و هو بذلك أعطى أهمية أكثر لإحساساته و لمعتقداته الشخصية عندما تمارس عليه الضغوط الاجتماعية لتقبل الشيء المغاير ، فالتجربة هنا تركز على إخضاع الفرد للضغوط الاجتماعية للجماعة التي تقدم بالأغلبية نفس الإجابة الخاطئة في حين أن المثير القيم واضح جدا .

ما يمكن قوله في هذا الصددان تاريخ مفهوم التأثير الاجتماعي تطور بتطور علم النفس خصوصا في البحوث الذي تناولته حيث كان قبل مفهوم بسيط و لكن بعد التحليل العميق أصبح مفهوم معقد و هام يجب أن يأخذ بعين الاعتبار ، و الفكرة هنا هو أن الفرد يتصرف بصفة لا عقلية إذا دخلت علاقاته الاجتماعية في سلوكه ، و بالتالي فالتأثير يفترض علاقة سيطرة - خضوع .

الماضي للعضو كما تبينه البحوث التي أجريت على شروط التعزيز 1953 Houland , Janis , Kelley ، والفرد يميل إلى الموافقة على إجابات الآخرين عندما تكون معترف بها أو عندما يكون الفرد قد لاحظ نجاحها في الماضي.

3- الأصدقاء والأجانب: ثيبو و ستريكلان Thibaut et Strickland 51 - 1956 بينا أن الأفراد يمثلون أكثر إلى إجابات الأغلبية في الجماعات المتكونة من أعضاء يعرفون بعضهم بعض و يتعاطفون فيما بينهم من الجماعات المتكونة من أعضاء لا يعرفون بعضهم. وقد عزز هذا الرأي فيستينجر Festinger حين قال أن علاقات التعاطف والمودة تأتي بتشابه وتمائل كبير في الأحكام بسبب علاقات الانجذاب في الجماعة و توافق و توحيد وجهات النظر.

4- الترابط ، التوافق ، والالتكال المتبادل: علاقات التضامن تظهر أنها أكثر تحديدا لفهوم التأثير ، و في هذا الإطار جرارد و دوتش Deutch et 1951 - 1955 Gerard تحققا في تجربتين بخصوص هذا الموضوع:

أ - وضعية ترابط أين يكون إنجاز المهمة مرتبط بمكافأة تعطى لخمسة فرق تتحصل على أحسن العلامات بحيث أن إجابة كل فرد لا تعتبر فقط جزء هام لنجاح الفريق (تفاعل لتحقيق المهمة) و لكن مكافأة كل واحد على حدى متوقف على النجاح الجماعي (الترابط في حالة النجاح أو الفشل).

ب - وضعية لا يوجد فيها ترابط أين يكون فيها كل مشارك ملزم بإجابة شخصية و صحيحة. النتائج بينت أن الأخطاء الصادرة من الأغلبية أكثر مرتين في وضعية الترابط (بمعدل 47 على 24 محاولة) من وضعية لا ترابط (بمعدل 24.92 على 24 محاولة).

III - أهداف و فوائد التأثير الاجتماعي

1- التأثير الاجتماعي و وضعيات التفاعل الاجتماعي :

إن الأفراد المستعملين للتأثير الاجتماعي يوصفون بأنهم من الأغلبية و بهذا يمثلون قوة و يكسبون كفاءات عالية من المتوسط أما الأقلية فهم يعتبرون كهدف للتأثير (cible) أو مستقبلون له. و بهذا فالأقلية ليس لها الموافقة أو الرفض للاقتراحات المقدمة من طرف الأغلبية: في حالة الرفض لا يمكن لهؤلاء الأفراد إلا أن يكونون منحرفين أو مستقلين و العقاب الوحيد هو العزل من بقية أفراد الجماعة.

2- التأثير الاجتماعي و تعزيز المراقبة الاجتماعية:

عن طريق التأثير المستعمل في المراقبة الاجتماعية يستطيع الأفراد أن يكونوا الجماعة و في هذا الصدد أكد مجموعة من الباحثين: Ash , Deutch , Milgram , Kelly , Gerrard أن الطريقة التي تحتفظ بها الجماعة على تناسقها و آرائها و قيمها تكمن في توجيه الاتجاهات نحو هذه الآراء و القيم و الذي يؤمنه الأفراد ذوي القوة على التأثير، فإذا ما ظهر أي انحراف أو تصرف مضاد للقيم

المعترف بها سرعان ما يحارب، و على هذا الأساس يبعد و يقصى كل اختلاف يمكن أن يؤدي إلى انشقاق و انهيار الجماعة و من جهة أخرى يعزز كل تصرف يمكن الجماعة من التماسك و الاتزان أكثر.

3- التأثير الاجتماعي و علاقته بالشك و الريب:

يهدف التأثير إلى إقصاء كل شك أو ريب موجود عند فرد أو أقلية معينة

بخصوص موضوع معين، و هذا الشك الموجود له مصدرين: الأول خارجي يتمثل في درجة الغموض المتعلقة بالواقع، المواضيع، الأحداث. الثاني داخلي يتعلق بالقلق، نقص التجربة أو عدم الثقة. فامتثالية الشخص تكون أكبر عندما يكون في حالة الشك و القلق و التأثير يمارس عليه بفاعلية عندما يكون المثير أو الموضوع غير واضح في شكله و مضمونه.

و لتجنب الشك المقلق للفرد و الجماعة، يعملون هؤلاء على الامتثال للمعلومات المقدمة من طرف الآخرين و يسلكون طبقا للتوجيهات و يخضعون للأوامر.

المراجع

- 1- مدخل علم النفس، ط2 ، تأليف لنډال دافيدوف، درا ماكجريهيل للنشر، دون سنة،
- 2- علم النفس في حياتنا اليومية، محمد عثمان نجاتي 1983.

- 3- Influence sociale. Phenomene, facteurs et Theories, Germain Montmollin. P.U.F 1977.
- 4- Introduction a la psychologie sociale : sous direction de Serge Mascouici. Librairie Larousse.

القواميس

- 1- المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة د. سليم حداد، د. و. ج الجزائر. 1986.
- 2- قاموس المنهل، تأليف سهيل إدريس و جبور عبد النور.
- 3- دار الأدب بيروت، دار العلم للملايين