

## محاضرة رقم 9:

## نظرية الشخص الثالث Third Person Theory

## الأهداف التدريسية:

- فهم الأطر النظرية لتأثير الشخص الثالث

- تلقين الطالب لفروض نظرية تأثير الشخص الثالث

- تحديد آلية تأثير الشخص الثالث

ينظر البعض إلى نظرية الشخص الثالث Third Person Theory التي طرحها الأساسية Philips Davison 1993، وتعتبر النظرية منظورا مبتكرا وجديد في دراسات الرأي العام، كما تعد كذلك مدخلا رئيسيا لقياس تأثيرات وسائل الإعلام وهو ما جعلها تعتبر كواحدة من نظريات الاتصال الأكثر قوة في القرن الحادي والعشرين لاعتمادها على المنظور الإدراكي، لاسيما بعد التأكيد المتزايد لعلماء الاتصال وبحوث النظريات المعاصرة في الرأي العام على أهمية الأبعاد المعرفية في الوسائل الإعلامية<sup>1</sup>.

طرح عالم الاجتماع الألماني فيليب دافيسون Philip Davison فرضية مفادها أن هناك فجوة إدراكية لدى أفراد الجمهور في اعتقادهم حول تأثيرات وسائل الإعلام عليهم وعلى غيرهم، ذلك أنهم يعتقدون بعدم وجود تأثير كبير عليهم وعلى أقرانهم الذين يشبهونهم، عكس بقية الأفراد الذين لا يشبهونهم، وأطلق دافيسون على هذه الآلية من التأثير "تأثير الشخص الثالث" والتي تعكس حسبه ميلا بشريا لإدراك الذات بطريقة تجعل نظرنا إلى أنفسنا أفضل من النظرة إلى الآخرين، وعليه فإن "الأفراد يميلون إلى المبالغة في إدراك تقدير تأثير المواد الإعلامية على اتجاهات الآخرين وسلوكهم وهم في ذلك يتوقعون أن تأثيرات هذه المواد تكون أكبر على الآخرين منه على أنفسهم، مما يدفعهم إلى اتخاذ إجراء سلوكي لوقاية الآخرين من هذه التأثيرات السلبية"، غير أنه في حالة ما إذا كان تقييم الرسالة إيجابيا من حيث جودتها ومحتواها وإذا ما نظر إلى تلك الرسائل على أنها ذات صلة شخصية بنا، وإذا كان ينظر إلى التأثير على أنه مرغوب فيه اجتماعيا، فإن الاختلافات المدركة في تأثير هذه الرسالة على الذات وعلى الغير تقل ويتجه الأفراد في هذه الحالة أكثر إلى الإقرار بوجود تأثير لهذه الرسالة عليهم، ومن الممكن أن يخلق هذا النوع

<sup>1</sup> محمد فؤاد محمد الدهراوي، إدراك المصريين لتأثيرية الآخرين بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على جائحة كورونا- دراسة ميدانية، مجلة البحوث المصرية، العدد 56، 2021 ص 1577.

من الرسائل "تأثر الشخص الأول" والذي يتجه فيه الأفراد إلى تقييم الرسائل على أن لها تأثير أكبر على الذات أكثر مما هو على الغير<sup>1</sup>.

أشار **بيرلوف** أن الدافع الأساسي لدراسة تأثير الشخص الثالث يتمثل في أن الأفراد يميلون إلى الاعتقاد بأن الآخرين يتأثرون بالرسائل أو الصور بشكل أكبر منهم أنفسهم، وهذه نتيجة احتياجنا لتعزيز مشاعرنا بقيمة الذات، فعندما تكون الرسالة إيجابية فإن الأفراد يميلون إلى الاعتقاد بأنهم أكثر تأثراً من الآخرين، وهذا ما يسمى بالتأثير العكسي للشخص الثالث أو ما يسمى بتأثير الشخص الأول **First Person Effect** متلازماً مع تأثير الشخص الثالث **Third Person Effect** فيرى الأفراد أنهم أكثر تأثراً بالرسالة من الآخرين، ويحدث هذا في المواقف التي ينظر للرسالة الإعلامية على أنها إيجابية ولها نتائج مفيدة ومرغوبة اجتماعياً<sup>2</sup>.

يشمل مفهوم دافيسون لتأثر الشخص الثالث عنصرين أساسيين هما:

1. توقع الأفراد بوجود تأثير قوى للرسائل الإعلامية على غيرهم أكثر مما يكون عليهم.
2. التأثير المتوقع على الآخرين يمكن أن يؤدي إلى تنبؤات، ولا ترجع هذه التنبؤات لتأثيرات الرسالة الاتصالية على الاتجاهات والسلوكيات إلى الرسائل نفسها، ولكن إلى سلوك هؤلاء الذي يتوقعون استجابة ما وعليه فهم يتخذون إجراء سلوكي لوقاية الغير من هذا التأثير المتوقع.

يرى دافيسون أن النظرية تتضمن:

**الفرض الإدراكي:** ويعني أن الأفراد يدركون أن الرسائل الإعلامية ذات تأثير أكبر على الآخرين من تأثيرها على أنفسهم، ويعني تحيز الفرد لذاته عند تقدير مدى تأثيره بالرسالة الإعلامية في مقابل تأثر الآخرين بنفس الرسالة، وذلك على أساس أن الفرد يؤمن بأنه قادر على حماية نفسه من تأثير هذه الرسائل الضارة بينما الآخرون لا يملكون القدرة على حماية أنفسهم ويفسره دافيسون بأنه ينتج عن التقدير المبالغ فيه لتأثير الرسائل الإعلامية على الآخرين، بينما يأتي تقدير التأثير على الذات دقيقاً وموضوعياً ويحدث نتيجة لأحد هذه العوامل:

- التهوين من تأثير الرسائل الإعلامية على الذات.
- المبالغة في تقدير الرسالة على مدركات الآخرين.

<sup>1</sup> محمد لمين بوذن، المتلقي وقضايا الفساد السياسي في الصحافة الجزائرية -دراسة من منظور تأثير الشخص الثالث، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عمار ثلجي الأغواط، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2021/2020، ص ص 25، 26.

<sup>2</sup> محمد محمد عبده بكير، إدراك الشباب المصري لتأثيرات الواقع الافتراضي بفيدوهات التيك توك على الذات والآخرين في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث - دراسة مسحية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 59، 2021، ص 124.

- توليفة من المبالغة والتهوين في تأثير الرسائل الإعلامية على الذات والآخرين.

كما أرجع المبالغة والتهويل في إدراك تأثير الرسائل الإعلامية إلى ميل الفرد إلى تحيزه لذاته النابع من تقديره لشخصه وهذا الميل قد يؤدي إلى أن يتعبر الفرد نفسه يمتلك عقلا راجحا وبصيرة حادة تمنع عنه التأثيرات الضارة للرسائل الإعلامية، مما يؤدي إلى إدراكه بأن الآخرين معرضون بشدة للخطر نتيجة لتعرضهم لهذه الرسائل السلبية<sup>1</sup>.

**الفرض السلوكي:** لم يجد هذا الفرض اهتماما كبيرا من قبل الباحثين عكس الفرض الإدراكي، وفحوى هذا الفرض هو أنه من الممكن أن يؤدي بالأفراد إلى القيام بأفعال لتقليل التأثيرات السلبية المتوقعة على الآخرين ونتيجة لاعتقادات الشخص الأول عن تأثير المضامين الإعلامية عليه وعلى غيره، فإنه يسعى إلى اتخاذ إجراءات لحماية الآخرين من التأثيرات السلبية للمضامين الإعلامية مثل وضع قيود أو رقابة أو فرض رقابة على هذه المضامين، ويأتي الفرض السلوكي الذي يتجسد غالبا في تأييد فرض قيود على وسائل الإعلام أو المضامين الإعلامية ومراقبتها كشكل من أشكال التدخل الاجتماعي الأبوي، والذي يقوم على وجود رقيب كأنه أب يعمل بقصد لحماية الآخرين من الآثار السلبية للمضامين الإعلامية، ويتحقق الفرض السلوكي أحيانا في شكل تفسير قائم على الدافعية الوقائية والتي تعنى أن الحكم على مدى قابلية الشخص للتأثير بالتهديد المحيط به وتقييمه لقوة هذا التهديد قد يدفعه إلى اتخاذ سلوك وقائي للسيطرة على هذا الخطر أو التهديد، ويستنتج عبد الرحمان المطيري من هذا أن نظرية تأثر الشخص الثالث مفهوم له مدى يتدرج وفقا لمراحل التالية<sup>2</sup>:

- وسائل الإعلام لها تأثيرات قوية على الأفراد والثقافة.
- أحقية بعض الأفراد أو الفئات الاجتماعية في التصدي لمضمون وسائل الإعلام.
- المناعة الذاتية هي المساحة الفاصلة بين الذات والآخرين، بمعنى أن وسائل الإعلام تؤثر على الآخرين ولا تؤثر على الذات.
- الفعل الاجتماعي؛ حيث يرى أن بعض الأفراد أو الفئات الاجتماعية أن لديهم مسؤولية اجتماعية كيرة عن الآخرين في المدى الأول وفي نهاية المدى سوف تؤثر عليهم فيقومون بعملية استباقية لهذا التأثير.

**مراحل حدوث تأثير الشخص الثالث:** تحدث آلية تأثير الشخص الثالث وفق المراحل التالية<sup>3</sup>:

- يميل الأفراد إلى الاعتقاد بأن لديهم معلومات غير متوافرة لدى الآخرين، اعتقادا منهم بأن الآخرين ليست لهم معلومات كافية، مما يجعلهم أكثر عرضة لتأثير الرسائل الإعلامية.

<sup>1</sup> همت حسن عبد المجيد السقا، إدراك الشباب الخليجي لمخاطر وسائل التواصل الاجتماعي - دراسة في تأثير الشخص الثالث، ص 9

<sup>2</sup> محمد ملين بوذن، المرجع نفسه، ص 30.

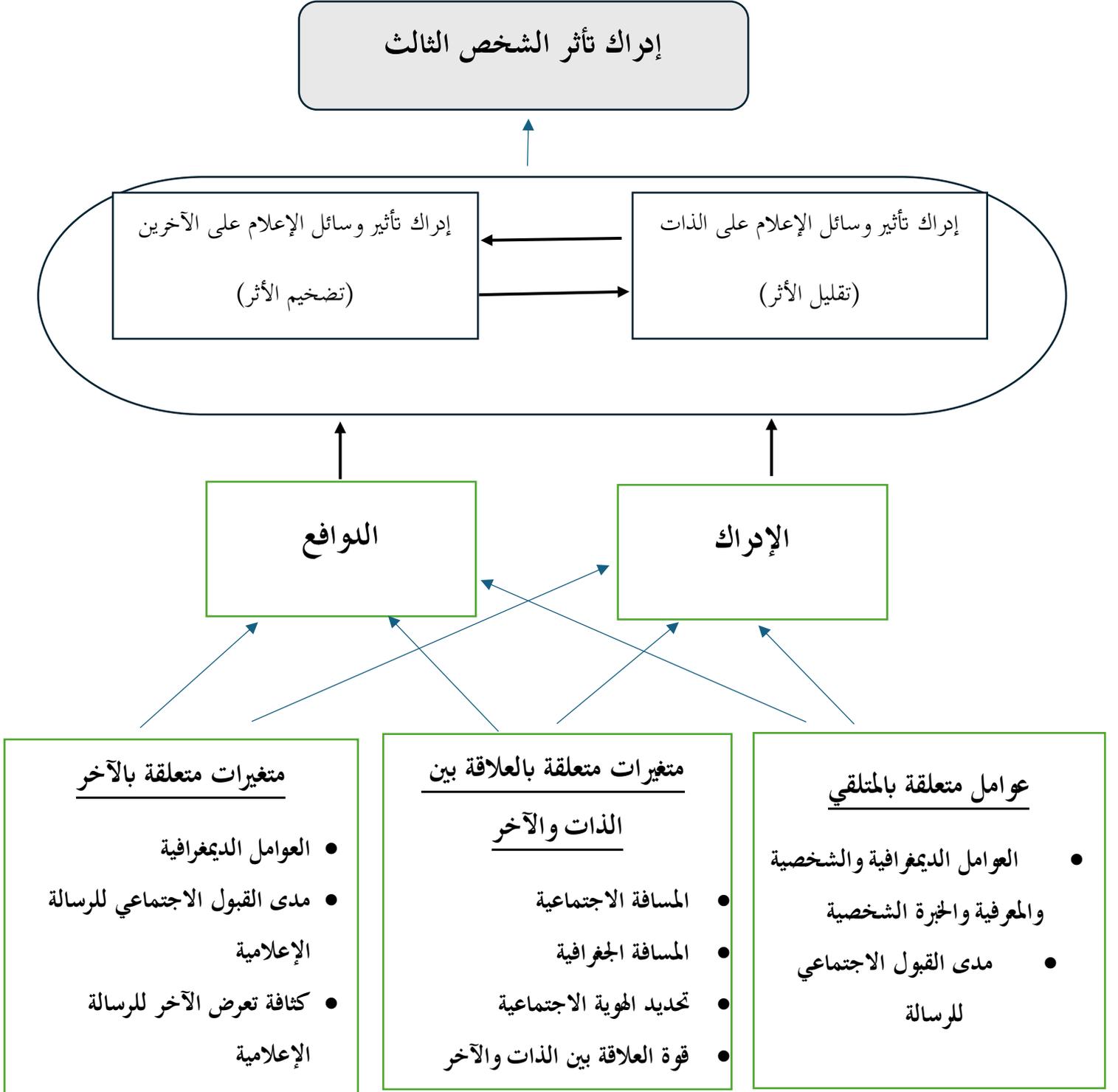
<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 31.

- يرى الأفراد أن الوسائل الإعلامية تكون منحازة ضد آرائهم واتجاهاتهم، وبالتالي قد تحدث تأثيرات غير مناسبة نتيجة هذه الوسائل لوجهة نظر معينة، حيث يرى هؤلاء الأفراد أنه من أجل تغطية متوازنة يجب أن تعرض وسائل الإعلام وجهة نظر متوازنة في عرض القضايا بعيدا عن التحيز.
- يحدث تأثير الشخص الثالث نتيجة لما يسمى بالتعزيز الذاتي Self-Enhancement يحدث هذا عندما يشعر الأفراد أن الرسائل الإعلامية غير مرغوبة لديهم، وبالتالي يكون غير مقتنع بما تعرضه الرسائل الإعلامية من مضامين، ويكون مقتنع بما يملكه من آراء واتجاهات.
- يمتلك الأفراد فهما محدودا من الأفكار والعمليات الإدراكية، ومن ثم فهم أقل تأثرا برسائل وسائل الإعلام، وخاصة الرسائل السلبية من وسائل الإعلام القوية، ومن ثم فإن الجماعات المرجعية التي ينتمون إليها أكثر تأثرا من وسائل الإعلام.

### العوامل المؤثرة في تأثر الشخص الثالث: تصنف هذه العوامل إلى<sup>1</sup>:

- **عوامل متعلقة بالمتلقي:** وتتمثل في العوامل الديمغرافية المتعلقة بالجمهور، ومستوى استغراق المتلقي في القضية واهتمامه بها ومكانته الاجتماعية وتمثيالاته لنفسه وللآخرين.
- **المستوى التعليمي:** يؤثر هذا العامل في إدراك الفرد لتأثيرات وسائل الإعلام عيه وعلى غيره وهو ما أثبتته دراسة Bengt Johansson التي توصلت إلى وجود تأثير عكسي لتأثر الشخص الثالث لدى المبحوثين من ذوي المستوى التعليمي العالي، في إدراكهم لتأثير وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهاتهم نحو الموضوعات السياسية عكس بقية المبحوثين.
- **عوامل تتعلق بالمصدر:** في حالة إدراك المتلقي لكون المصدر الرسالة موثوق أو أنه متحيز بشكل سلبي لموضوع معين، تزيد احتمالية حدوث تأثر الشخص الثالث والعكس صحيح.
- **عوامل تتعلق بالرسالة:** يتزايد تأثير الشخص الثالث عندما تتضمن الرسائل الإعلامية موضوعات ذات آثار سلبية أو غير مرغوبة اجتماعيا مثلما هو الحال بالنسبة للإعلانات التدخين والمشروبات الكحولية وغيرها.
- **المسافة الاجتماعية:** يعتبر هذا العامل من العوامل الأساسية في حدوث تأثر الشخص الثالث حيث إنه كلما زادت المسافة الاجتماعية المدركة بين الذات والآخرين يزيد تأثير الشخص الثالث فالأفراد عادة ما يتشابهون مع أعضاء جماعاتهم عن أعضاء الجماعات الأخرى.

<sup>1</sup> محمد لين بوذن، المرجع نفسه، ص 33.

شكل رقم (1): يوضح آلية تأثر الشخص الثالث<sup>1</sup><sup>1</sup> محمد أمين بوذن، مرجع سابق، ص 34