

المحور السابع: نظريات التأثير المحدود (الانتقائي).

1. نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.

تمهيد:

بعدما راجت أفكار نظريات التأثير القوي والمباشر لوسائل الإعلام على الجمهور، خلال فترة العشرينيات والثلاثينيات، ظهرت أفكار جديدة في الأربعينيات حول التأثير الانتقائي بفضل دراسات "لازار سفليد" و"كاتز"، والتي توصلت إلى أن الاتصال الشخصي يلعب دورا مهما في تكوين وتوجيه الرأي العام بجانب وسائل الإعلام، وأن قادة الرأي يمثلون عنصرا مهما في عملية الاتصال الشخصي، ويلعبون دور الوسيط بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأطلقوا على عملية سريان المعلومات من وسائل الإعلام إلى الجماهير عبر قادة الرأي اسم "انتقال المعلومات على مرحلتين".

1.1. الظروف التاريخية لنشأة نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:

جاءت هذه النظرية ردا على نظرية التأثير المباشر حيث صاغ كل من "لازار سفليد" و"كاتز" نموذجا ينفي ذلك التأثير السحري لوسائل الاتصال، وذلك بفضل نتائج انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 1940 بين "ويندل ويكلي" المرشح الجمهوري، والرئيس "فرانكلين د. روزفلت" المرشح الديمقراطي، والتي أسفرت عن نجاح الرئيس "روزفلت" في انتخابات الرئاسة للمرة الثانية رغم معارضة الصحافة له¹.

ولقد ساهمت نتائج هذه الانتخابات في استئثار التساؤلات حول الاعتقاد بقوة تأثير وسائل الإعلام وانفرادها في هذا المجال والبحث عن العوامل التي أدت إلى هذه النتائج رغم ما كان يعتقد حينئذ حول أسطورة تأثير وسائل الإعلام. ومن جهة أخرى أجريت العديد من الدراسات حول التأثير الانتخابي كان بدايتها دراسة "لازرسفيلد" و"بيرلسون" و"هازل غودي" المنشورة عام 1944 بعنوان "اختيار الشعب"، وكان الهدف من الدراسة التعرف على الطرق التي تؤثر في تكوين الرأي العام وتغييره والتعرف على دور وسائل الاتصال الجماهير في هذا المجال، حيث أجريت الدراسة على 600 ناخب من منطقة "ايري كاونتي" بولاية "أوهايو"، وكان موضوع الدراسة هو تحليل خطب الحملة الرئسية، وغيرها من الرسائل السياسية التي قدمتها الصحف والمجلات، حيث قام الباحثون بمتابعة آراء عينة من السكان على فترات قبيل وأثناء الحملة الانتخابية²، وقد خرج الباحثون بالنتائج التالية:

- إن عملية تكوين الرأي الانتخابي ليست عملية فردية، ولكنها عملية جماعية، وتفسير ذلك أن الناس يعيشون أوضاعا اجتماعية متقاربة، تجمعهم عادة مصالح ومشاعر واحتياجات مشتركة، وينعكس ذلك

¹. عماد حسن مكاي وليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998، ص250.

². أرمان وميشال ماتلار: تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة: نصر الدين لعايضي والصادق راجح، المنظمة العربية للترجمة، ط03، بيروت، ص59.

على اتجاهاتهم وآرائهم، ومنها آرائهم السياسية فيما يتعلق بالشخص أو الحزب الذي يؤيدونه في الانتخابات.

- لاحظ الباحثون إن أفراد العينة كانوا يشاركون الجماعات التي ينتمون إليها في المناقشات والحوار، وأن الاتصال الشخصي كان العامل المؤثر في تكوين رأي الناخبين وليس وسائل الإعلام كما كان معتقدا.

- كشف الدراسة عن وجود أفراد داخل كل جماعة يتميزون عن سواهم بكونها أكثر اتصالا بوسائل الاتصال الجماهيرية من صحف ومجلات وإذاعة وأنهم احرص من غيرهم على متابعتها ونقل مضمونها إلى باقي أفراد الجماعة التي ينتمون إليها، وأطلق على هؤلاء الأفراد "قادة الرأي".

- تبين من الدراسة أن غالبية أفراد العينة لا يحصلون على معلوماتهم من وسائل الإعلام مباشرة، وإنما يحصلون عليها من خلال اتصالهم المباشر بقادة الرأي في الجماعات التي ينتمون إليها.

وكانت النتيجة النهائية التي خلص إليها الباحثون هي أن الاتصال الشخصي يلعب دورا مهما في تكوين وتوجيه الرأي العام بجانب وسائل الإعلام، وأن قادة الرأي يمثلون عنصرا مهما في عملية الاتصال الشخصي، ويلعبون دور الوسيط. وأطلقوا على عملية سريان المعلومات من وسائل الإعلام إلى الجماهير عبر قادة الرأي اسم "تدفق الاتصال على مرحلتين"¹.

وفي عام 1955 قدما عالما العلوم السياسية "الياهو كاتز" و"لازار سفيلد" مفهوما عن تدفق الاتصال على مرحلتين في كتابهما "التأثير الشخصي: الدور الذي يلعبه الأفراد في تدفق وسائل الاتصال"، وقد بنيا النموذج على بحث سابق وجدا فيه أن المعلومات المقدمة من الوسائل الجماهيرية لا تصل كما ينبغي، ولا يكون لها اثر على المستقبلين كما تزعم وجهات النظر الساهية عن الاتصال، حيث شملت الدراسة 800 امرأة من سكان مدينة "ديكاتور" ولاية "إيلينوي" الأمريكية، وأظهرت الدراسة دور الفئة الأولى وهم "قادة الرأي" الذين هم على دراية كبيرة بما يجري بمحيطهم لأنهم يتعرضون أكثر من غيرهم لوسائل الإعلام، أما الفئة الثانية فيمثلها الأفراد الذين يتابعون وسائل الإعلام بدرجة أقل ويعتمدون على الآخرين في الحصول على المعلومات².

2.1. افتراضات نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:

قدمت الدراسات والبحوث التي قام بها كل من "لازار سفيلد" و"كاتز" خلال فترة الأربعينيات من القرن العشرين، العديد من الافتراضات عن نظرية انتقال المعلومات عبر مرحلتين، تمثلت في:

- الفرضية الرئيسية:

أن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تنتقل إلى الجمهور عبر مرحلتين من وسائل الإعلام على قادة الرأي، الذين يتعرضون أكثر إلى الرسائل الإعلامية كمرحلة أولى، ومن ثمة تنتقل من قادة

¹. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: مرجع سابق، ص252.

². أرمان وميشال ماتلار: مرجع سابق، ص59.

الرأي إلى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية وبخاصة من خلال الاتصال الشخصي أو عبر شبكات العلاقات الاجتماعية أو النسيج الاجتماعي لهذا فعادة الرأي لهم القدرة على التأثير في أفراد وجماعات المجتمع وبالتالي فإن المجتمع يملك نفس قوة التأثير التي تملكها وسائل الإعلام.

- الفرضيات الفرعية:

- إن قادة الرأي والأتباع ينتمون إلى نفس الجماعة الأساسية سواء كانت أسرة أو أصدقاء أو زملاء عمل¹.

- يمكن لقادة الرأي والأتباع أن يتبادلوا الأدوار في ظروف مختلفة.

- قادة الرأي الذين يتعرضون غالبا للرسائل الإعلامية ومن ثم تنتقل الرسالة من قادة الرأي إلى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية وبخاصة من خلال الاتصال الشخصي.

- الجمهور حسب هذه النظرية يتأثر بطريقة غير مباشرة، وهذا التأثير يرجع إلى تفسير قادة الرأي للرسالة الإعلامية أكثر من التفسير المقصود للرسالة من مصدرها الأصلي وهي وسائل الإعلام.

كما تؤكد فرضيات نظرية تدفق الاتصال عبر مرحلتين، على اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة ووسائل اتصالية تمثل ضغوطا على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي.

3.3. من هم قادة الرأي؟:

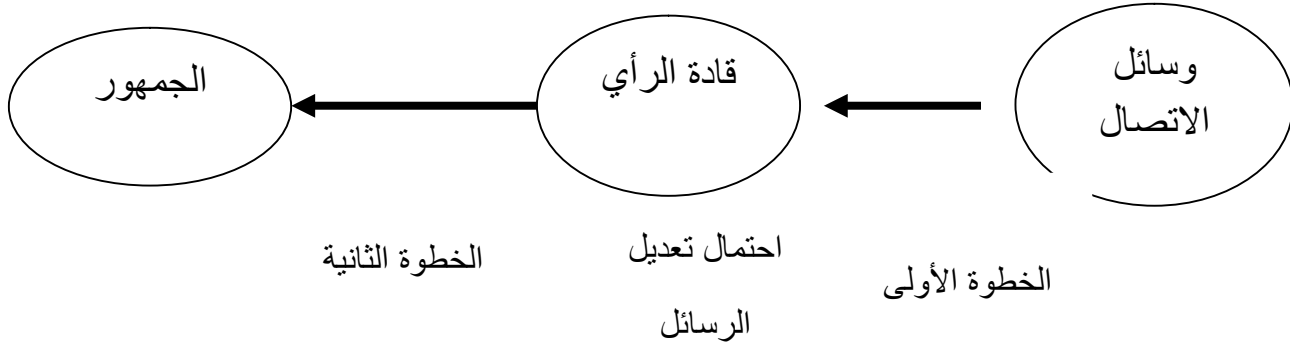
قادة الرأي هم الأشخاص الذين يملكون الموصفات الدينية أو السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الجسدية... التي تمكنهم من زعامة المجتمع، ومن هذه الموصفات القدرة على الخطابة والإقناع القدرة على نسج علاقات اجتماعية حارة، فالمهم أن يكون قائد الرأي في المجتمع شخصية نموذجية يحتذى بها، فهم أكثر متابعة للشأن العام، وأكثر استخداما لوسائل الاتصال²، فقد يكون قادة الرأي مثلا: سياسيين، كتاب، نواب، أحزاب رؤساء جمعيات.

إن قائد الرأي الأكثر تأثيرا من غيره هو الأقرب إلى ثقافة الجمهور المتوجه إليه، ويكون تأثيره مضمونا إذا أحست الجماعة أن هذا القائد هو النموذج الاجتماعي الناجح الذي يجب إتباعه لأنه ينتمي إلى ثقافة المجتمع وبلغ منها درجات عليا، "فالناس تتجذب لأشباهها" ويكون التماثل في الطبقات السوسيولوجية كالطبقة والمكانة الاجتماعية ودرجة التعليم والمستوى الاقتصادي وغيرها، كما يكون في الموصفات المورفولوجية كالجنس (المرأة تقنع المرأة) والسن (الشباب يقنع الشباب) وحتى الموصفات الفكرية والإيديولوجية فالعلماني مثلا لا يقنع سلفي وغير ذلك.

¹. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، 1978، ص 485.

². ملفين ديفلير وبول سندرا روكيتش: نظريات وسائل الاتصال، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 273.

ملاحظة مهمة: الحديث عن قادة الرأي يجرنا ضمناً الإشارة إلى دور حراس البوابة، ومن خلال التعرف على قادة الرأي نخلص إلى أن قادة الرأي يملكون فرص كبيرة لأن يصبحوا رواد المجتمع وصناع الرأي فيه.



- مخطط نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين -

4.3. العوامل المؤثرة في تماثل مضامين قادة الرأي:

توصلت دراسات وأبحاث "واين بريد" التي أجراها على صفح النخبة التي تعتبر قادة رأي، إلى فرية تقول بان هناك عملية شريانية من التأثير تتزايد من التشابه والتماثل بين الصحف الصادر في الولايات المتحدة الأمريكية، سببه تقليد الصحف الصغرى لأسلوب اختيار الأخبار في الصحف الكبرى، ليتوصل إلى أن هناك تماثل وتشابه في طرق معالجة وصياغة المواد الصحفية، ومن بين العوامل المسببة لتماثل المضمون الإعلامي بين المؤسسات الإعلامية ما يلي¹:

- اعتماد مختلف وسائل الإعلام الجماهيرية على خدمات نفس وكالات الأنباء التي تزويدها بنفس المواد الإعلامية، مما يسبب ظهورها في تلك الوسائل الإعلامية في وقت واحد.

- توزيع المواد الإعلانية والدعاية المتشابهة على نطاق واسع في وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية المختلفة.

- تركيز ملكية وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية في أيدي قلة من الأفراد، أو تبعيتها لإشراف إدارة مركزية واحدة.

- تشابه السياسات التحريرية المحافظة سياسيا في مختلف وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية، رغم استقلال المحررين في اختيارهم للمواد الإعلامية بناء على اعتباراتهم الذاتية.

5.3. الانتقادات الموجهة لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:

¹. فتحي حسين عامر: علم النفس الإعلامي، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2012، ص88.

لقد أفرزت نظرية التأثير على مرحلتين، وما دار حولها من دراسات، تغيرات أساسية، حيث طرحت تصور جديد لعلاقة الفرد بوسائل الإعلام، إلا أنها انسأقت بقدر كبير وراء تأثير العلاقات الاجتماعية في الفرد، مقابل تقويم دور وسائل الإعلام والعوامل الخارجية الأخرى التي قد يلاحظ وجودها عند التأثير، إلى حد أن هذه الأبحاث وقعت في إفراط معاكس.

في الحقيقة لا يمكن إنكار تأثير وسائل الإعلام وقادة الرأي على الجماهير، ولكن يبقى الفرد قادراً على أن يصنع لنفسه حصانة ذاتية وفق منظومة قيم ومعايير يحكم على أساسها على ما يصلح وما لا يصلح، فالإنسان ليس كائنًا سلبيًا يتقبل بتلقائية ساذجة كل ما يواجهه. ليختار لنفسه وأطفاله ما يصلح من الرسائل الإعلامية¹.

أما "محمد عبد الحميد" فيقول: "أيا كان النقد الموجه إلى بناء الفرض النظري لها، فإنها بداية قد أثبت أن الفرد في جمهور وسائل الإعلام، ليس فرداً منعزلاً، ولكنه ينتمي بشكل أو بآخر إلى شبكة من العلاقات الاجتماعية التي تؤثر في سلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام وقراره الذي يعكس تأثيره بمحتوى الإعلام من عدمه، وبالتالي أثبتت عدم فاعلية الفرض الخاص بالتأثير المباشر لوسائل الإعلام ونظريات الطلقة السحرية أو الحقنة تحت الجلد التي كانت سائدة وقتئذ"، ورغم ذلك ألا أنها تلقت العديد من الانتقادات أبرزها:

- لقد عملت النظرية على تقسيم المجتمع إلى فئات من فئة قادة للرأي وفئة التابعين، ولكن في الواقع لا يتماشى هذا التقسيم فليس بالضرورة لقادة الرأي أن يكون لديهم قوة مؤثرة في الإقناع الاجتماعي².
- أنها تتجاهل حقيقة مهمة، إن القدر الكبير من المعلومات يصل إلى الجماهير مباشرة وأن ما يصلهم عن طريق قادة الرأي أقل.
- أنها لا تميز بين أنماط نشر المعلومات وبين التأثير فقائد الرأي قد ينقلها ويؤثر وقد ينقلها دون أن يؤثر.
- تقول النظرية لأن قادة الرأي نشطون في البحث عن المعلومة وأن الجماهير سلبية، والواقع أن القادة في تغير مستمر ويختلفون من حيث القوة والقبول.
- تقول النظرية أن القادة يتلقون المعلومات من وسائل الإعلام فقط، والواقع أن المصادر أشمل.
- تقول النظرية أن انتقال المعلومات يكون على مرحلتين فقط والواقع أنه قد يكون مباشرة أو بمرحلتين أو بعدة مراحل.

¹ محمد بن عبد الرحمن الحضيف: كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، ط2، السعودية، 1998، ص22.

² عبد النبي عبد الله الطيب: فلسفة ونظريات الاتصال، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2014، ص111.