

- المحاضرة السادسة: نظريات التأثير المعتدل والانتقائي

حدث تحول عميق في تقييم تأثير وسائل الاتصال خلال الأربعينيات من القرن العشرين، فمع تطور اطر التحليلي النفسي والاجتماعي التي أعادت النظر في مسألة الآثار الموحدة الناتجة عن التعرض لوسائل الاتصال، ومن الاعتقاد بالتأثير القوي و اللامحدود للاتصال مع نظرية الرصاصة و الحقنة تحت الجلدية تبلورت نظريات تقول أن الاتصال الجماهيري لا يمثل تلك القوة الخارقة و أن المتلقي ليس ذلك الكائن الضعيف و السلبي الذي يستقبل الرسالة و ينفذ ما يرد فيها، بل التأثير محدود وانتقائي وتوجد عوامل أخرى كالفروقات الفردية ودور الأطراف الوسيطة كقيادة الرأي في تحديد درجة التأثير .

سوف نعرض فيما يأتي كيف تطورت أطر التحليل الاجتماعي والنفسي التي دفعت التفكير بعيدا عن نظرية التأثير القوي ووجهته نحو إعادة النظر في درجة هذا التأثير وطرحت بدائل نظرية أخرى توصلت إلى أن التأثير هو تأثير محدود معتدل وعلى مراحل ، سنشير إلى هذه النظريات وفق مداخل جديدة لدراسة هذا التأثير كمدخل الفروق الفردية ، مدخل الفئات الاجتماعية وما يعكسه من دلالات التغيير الاجتماعي ، وكذا مدخل السمات الشخصية في العوامل الانتقائية وتشمل : التعرض والإدراك والتذكر الانتقائي لوسائل الإعلام .

أ – مدخل الفروق الفردية

كان الاعتقاد السائد لدى علماء النفس و أصحاب النظرية السلوكية بالذات في أواخر القرن 19 و بدايات القرن 20 أن هناك تشابه كبير بين الأفراد في تفاعلهم مع المحيط ، فهي مجرد ردود أفعال متشابهة على منبهات خارجية ، أو سلوكيات مبنية على غرائز طبيعية Natural Instinct و تلبى الغرائز الاحتياجات الطبيعية الأساسية للفرد مثل :غريزة البحث عن الغذاء لتأمين البقاء

على الحياة ، غريزة الدفاع عن النفس و الالتقاء من المخاطر، غريزة الجنس لاستمرار السلالة ، و الغرائز متوارثة في الجينات لكل الكائنات الحية.

غير أن الدراسات التجريبية في القرن العشرين أثارت نقاشات واسعة حول مسألة التغير أو التفرد (Uniqueness) في الشخصية الإنسانية ، ونظرا لأن علماء النفس بدأوا الدراسات الخاصة بتعلم البشر والمؤثرات ، أصبح من الواضح بشكل مطرد أن الناس كلهم كانوا مختلفين في بيئتهم الشخصية ، وقد أثبتت هذه الدراسات أن الأفراد لا يتصرفون بشكل موحد و نمطي بناء على غرائزهم المتأصلة، بل هم مختلفون في بنيتهم النفسية ، وأشارت تلك الدراسات أن شخصية كل كائن حي مختلفة مثل بصمات الأصابع ، على الرغم من أن البشر يشتركون جميعا في أنماط السلوك الخاصة بثقافتهم ، إلا أن كل فرد له بنية إدراكية مختلفة من حيث : الاحتياجات والعادات الإدراكية والمعتقدات والقيم والمهارات...الخ³⁵

عالجت هذه الدراسات أيضا مسألة الخبرات والتجارب التعليمية المكتسبة من البيئة الاجتماعية و كيف تترك تأثيرات مستمرة على الفرد ، وقد تركزت اهتماماتهم بصفة خاصة على كيفية تكوين البنية الإدراكية (النظام السيكولوجي الداخلي الذي يكتسبه الفرد) وأنواع الاستجابات التي تصدر عن الشخص اتجاه بيئته الخارجية .

وقد كانت وسائل الإعلام قنوات يتم من خلالها نقل الأفكار إلى عدد هائل من البشر الذين صاروا جمهورا لتلك الوسائل ، وكان يبدو من الواضح أن هذه الأفكار سوف تحدث مجموعة من التغيرات في التركيب السيكولوجي لهؤلاء المتلقين للرسائل الإعلامية ، ومن المحتمل أن هذا التعليم قد غير بدوره سلوك هؤلاء الجماهير³⁶.

أثبتت بذلك الدراسات النفسية حول التعلم والاكتمساب أن تلك الفروقات الفردية التي يتسم بها الأفراد أيضا تظهر على صعيد الغرائز و ذلك من خلال عملية التعلم و التنشئة ، وتجربة كلب بافلوف (Pavlov) كانت الدليل التجريبي الأشهر الذي اثبت هذه النظرية ، فقد اثبت بافلوف من

³⁵ ديفلر، و روكيتش، مرجع سابق ، ص 246.

³⁶ حسن عماد مكاوي ، وليلى السيد ، مرجع سابق ، ص 231.

تجربة المثير- استجابة أن الفرد يمكنه تعلم ردود أفعال إضافية نحو مثيرات أو منبهات معينة من خلال التعلم و التنشئة ولا علاقة لذلك بعوامل الوراثة ، لذا اثبت أن كل الكائنات مختلفة عن بعضها البعض ، سيما بني البشر الذين يتمتعون بقدرات فكرية و عقلية عالية و إمكانيات كبيرة للتعلم ، فكل شخصية إنسانية متفردة، لأنها تفاعلت مع بيئتها الاجتماعية بشكل مختلف ، و هناك كميات كبيرة من المؤثرات التي تشكل ردود أفعال مختلفة و متباينة جدا بين الأفراد الذين ينتمون لنفس المجتمع .

أثبتت الدراسات التي أجراها علماء النفس أيضا أن الأفراد يستجيبون لمواقف معينة ليس فقط بدافع الغرائز بل أن هناك عناصر أخرى مهمة كالاتجاه (Attitude) والاستعداد المسبق (Prédiposition) كمحركات للسلوك البشري³⁷ ، والاتجاه كما عرفه العلماء هو العملية الإدراكية التي تحدد عند الفرد نشاطه المحتمل ، و هو أيضا ذلك الاستعداد المسبق الذي تم تعلمه و اكتسابه من قبل الفرد في صباه ، والذي يلعب دورا هاما في تشكيل سلوكه لاحقا ، فالطفل الصغير الذي يلاحظ أباه خلال صباه ثم مراهقته أنه يعامل الفقير بكل احترام و يمد له يد المساعدة ، سيترسخ لديه هذا الاتجاه و يتبلور عنده هذا الاستعداد ، و حينما تصادفه حالات حقيقية في حياته اليومية لاحقا سيؤثر هذا الاتجاه الذي اكتسبه سابقا في سلوكه الفعلي ، و سيساعد بالتالي الفقراء و يمكن أن ينظم إلى حركات اجتماعية خيرية أو جمعيات تطوعية .

لذا فوسائل الإعلام لا تؤثر تأثيرا سحريا على الأشخاص بنفس الدرجة وان هؤلاء الأفراد يتلقون هذه المضامين الإعلامية بصورة سلبية وعلى شكل قذائف أو طلقات سحرية ، بل العكس من ذلك فهم متميزون من الناحية النفسية كما تتميز أصابع اليد الواحدة ، كما تدخل عوامل أخرى مهمة أيضا في عملية استقبال المضامين الإعلامية كاتجاهات هؤلاء الأفراد واستعداداتهم المسبقة المكتسبة من خلال تنشئتهم الاجتماعية . نلاحظ إذن أن مدخل الفروقات الفردية ناقص في طرحه مسألة أن الأفراد متماثلون وأنهم فطريا جاهزون لتلقي مثيرات معينة تكون هي الأسس التي تحدد سلوكياتهم ، بل مدخل الفروقات الفردية ركز على جانب الفردانية وان الأشخاص

³⁷ديفلر ، وروكيتش ، مرجع سابق ، ص 254.

ليسوا متماثلين بل يستجيبون لمثيرات معينة بشكل مختلف كل على حسب اتجاهاته واستعداداته القبلية .

ب - مدخل العلاقات الاجتماعية

ثارت في حقبة ما سمي بالمجتمع الجماهيري افتراضات مفادها أن المجتمع مكون من ذرات منفصلة عن بعضها بعضا و أن الأفراد عبارة عن قوالب موحدة و متشابهة في المجتمعات الصناعية و الجماهيرية ، ولكن الأبحاث المسلمة بأساليب البحث الاجتماعي المتميزة والدراسات الميدانية المتقدمة كما أشار إلى ذلك (ميلفينديفلر) في كتاباته كشفت ببطء عن صورة مختلفة³⁸، فلقد أصبح واضحا أن الناس في المجتمعات الصناعية الحديثة ليسوا قوالب واحدة وأنهم ليسوا متشابهين ، بل انه بالإمكان ترتيبهم في تصنيفات اجتماعية محددة على الرغم من اشتراكهم في بعض الملامح مثل الطبقة الاجتماعية والدين والهوية العنصرية أو الطائفية ومكان الإقامة في الريف أو المدينة .

ساهمت الدراسات الامبريقية إذن في الكشف عن تغييرات اجتماعية كثيرة كالتحضر ، التحديث ، الهجرة من الريف إلى المدن ، والتوسع في التخصص وتقسيم العمل ، وزيادة تقسيم المجتمع إلى طبقات ، وازدياد حركة التنقل بين المجتمعات .

كان لهذه التغييرات الاجتماعية أهمية كبرى في التطورات النظرية الأخيرة في دراسة الاتصال الجماهيري ، وبتراكم المعارف المتعلقة بالتركيب المعقد للمجتمعات المعاصرة وتمايزها الاجتماعي واسع المدى ، ظهر من خلال العلوم الاجتماعية مفهوم مهم هو الثقافات الفرعية (subcultures) ، أي أن الجماعات التي تعيش في نفس الظروف وتكون لها خصائص متشابهة و قواسم مشتركة و أسلوبا مميزا في الحياة ، تمثل بذلك جماعة فرعية، مثل جماعات الأطباء أو جماعة الأساتذة ، أو مدمنو المخدرات..

³⁸Ball-Rokeach and DeFleur.(2003).Mass Communication Theory.[en ligne],<http://fly.hiwaay.net/~jmcmulle/314limited%20effects%20theories.htm>

من خلال استخدام أساليب بحثية جديدة (كالملاحظة بالمشاركة) المقتبس عن طرق الدراسات الميدانية في علم الأنثروبولوجيا ، واعتماد أسلوب الاستقصاء عن طريق العينات Questionnaire by sample³⁹ تبين وجود طبقات اجتماعية جديدة مبنية على المعايير المكتسبة في المجتمعات الصناعية ومجتمعات ما بعد الصناعية والتي أطلق عليها بعد ذلك بمجتمعات الإعلام ، هذه الجماعات الفرعية الجديدة وليدة التغييرات الاجتماعية التي حدثت كشفت تغييرات على مستوى سلوكيات الناس الإعلامية أيضا ، أي أن جماهير القراء والمستمعين المنتمين لفئات اجتماعية معينة كانوا على الأرجح ينتقون مضمونا مختلفا من وسائل الإعلام ، ويفسرون نفس الرسالة بطرق مختلفة عن أسلوب الفئات الاجتماعية الأخرى ، ويتذكرون الرسائل بطرق انتقائية ، ويتصرفون بطريقة مختلفة تماما كنتيجة لعرضها⁴⁰.

إن كل هذه النظريات و الدراسات بما فيها السيكلوجية التي ارتكزت على مدخل الفروق الفردية أو الاجتماعية التي ارتكزت على مدخل الفئات الاجتماعية ، كلها مهدت لظهور تيار جديد للاتصال كان بمثابة القطيعة الاستمولوجية لما سبق من نظريات التأثير القوي ، تيار يؤمن بالتأثير الخفيف ، المعتدل وعلى مراحل للاتصال على الأفراد والمجتمعات ، فيما يأتي نعرج على بعض هذه النظريات ، التي انتشرت سيما بعد النصف الثاني من القرن الماضي .

³⁹ حسن عماد مكاوي ، وليلى السيد ، مرجع سابق .
⁴⁰ ديفلر ، وروكيتش ، مرجع سابق ، ص 254.

المحاضرة السابعة - نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين

أجرى الباحثون لازرسفيلد وبيرلسون وجوديت Lazarsfeld, Berelson, Gaudet عام 1940 بجامعة كولومبيا بالولايات المتحدة الأمريكية دراسة بمحاظفة "أيري" ، أثناء الانتخابات الرئاسية و التي شارك فيها الرئيس السابق روزفلت (Franklin Roosevelt) ، كان هدف الدراسة كشف الدور الذي يلعبه الاتصال الشخصي في مجمل عملية الاتصال الجماهيري، ونشر الدراسة في كتاب حمل عنوان "اختيار الشعب" (Choice People).

كان الرئيس روزفلت آنذاك مريضاً و غير قادر على تحمل مسؤوليات الرئاسة لاسيما و أن البلاد مقبلة على فترة حرب عالمية ، اغلب وسائل الإعلام ناشدت الناخبين عدم إعادة انتخابه و كانت معادية له ، قرر لازرسفيلد إجراء هذه الدراسة ليتأكد من مدى قوة تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على الجمهور ، فإذا كانت كذلك فلن يصوت الناخبون الأمريكيون لصالح روزفلت و إذا كانت غير مؤثرة أو قليلة التأثير فسينجح روزفلت في الانتخابات ، حصل لازرسفيلد وزملائه على تمويل من مؤسسة Rockefeller و مجلة لايف (Life Magazine) لإجراء هذه الدراسة ، كون فريقا بحثيا كبيرا و اختار منطقة Erie بولاية أوهايو Ohio لإجراء الدراسة ، اختار عينة ممثلة من 600 شخص تمت مقابلتهم 7 مرات متتالية أي مرة كل شهر من مايو إلى شهر نوفمبر 1940 موعد الانتخابات⁴¹.

جاءت نتائج الانتخابات مخالفة لكل التوقعات ، حيث أعيد انتخاب روزفلت على عكس توجهات الإعلام ، لذا توصل لازرسفيلد وفريقه إلى أن وسائل الإعلام لم تكن العامل المؤثر في تحديد توجهات الناخبين ، بل توصل إلى أن هناك عوامل أخرى كالإتصال الشخصي ، إذ أكدت الدراسة أنه العامل المهم الذي اثر في تكوين رأي الناخبين (حوارات و نقاشات) و ليس الإتصال الجماهيري ، كما توصلت الدراسة إلى نتائج أخرى ، فبينت أن عملية تكوين الرأي العام الانتخابي

⁴¹Mc Quail, et autres, 1972 , opcit.

لا تتم على مستوى فردي بل في إطار جماعات تعيش أوضاعا اجتماعية متشابهة و تجمعهم مصالح و احتياجات مشتركة ، يعني أن المجتمع ليس مكونا من ذرات معزولة .

كما بينت الدراسة أيضا أن الرسائل الإعلامية لا تؤثر على الأفراد مباشرة ، ولكن تؤثر عادة من خلال قادة الرأي ، الذين ينتشرون بين مختلف فئات المجتمع ، وهؤلاء يشكلون الصيغة النهائية للرسائل الاتصالية ، ويقدمونها للأفراد بالطريقة التي تتماشى مع مبادئ الجماعة وقيمها ، وجماعة قادة الرأي تتميز عن سواها بكونها: أكثر متابعة للشأن العام، أكثر استخداما لوسائل الاتصال ، و أكثر انفتاحا على محيطها، أما الأغلبية التي تحصل على معلوماتها من قادة الرأي فسميت بالأتباع (Opinion Followers) ، لأنهم لا يحصلون على معلوماتهم من وسائل الإعلام بل من خلال اتصالاتهم المواجهي و المباشر بقيادة الرأي.

ليس فقط لازرسفيلد من أكد على دور العوامل الوسيطة (Facteurs médiateurs) في عملية الاتصال، جوزيف كلابر (Joseph Clapper) أيضا ، تحدث عن أن الاتصال الجماهيري يؤثر من خلال عوامل وسيطة⁴² ، وبالتالي فهو تأثير وظيفي لوسائل الاتصال ، وهذه الوسائل نادرا ما تعمل كوسائط وحيدة في عملية التأثير ، بل تعمل من خلال عدد من القوى الوسيطة ، وتتمثل هذه العوامل في العمليات الانتقائية كما سماها كلابر ، وقد كتب في إحدى دراساته أن قوة وسائل الإعلام وتأثيرها يجب أن ينظر إليها دوما من خلال العمليات الانتقائية .على أنها عوامل وسيطة في عملية الاتصال وتحد من تأثيرها ، وتتمثل هذه العوامل فيما يلي :

أ- التعرض الانتقائي

وسائل الاتصال تقدم كما كبيرا من الرسائل الإعلامية والمضامين يستحيل على أي فرد متابعتها و الاهتمام بها كلها، لذا فسيقوم بشكل تلقائي بالابتعاد عن المضامين التي لا يهتم بها

⁴²Daniel ,Dayan. (2000). À propos de la théorie des effets limités. Réseaux, (10). Paris : CNRS, Hermès, p94.

، أي أن الناس ينتقون ويختارون ما يرغبون فيه حينما يقرؤون أو يسمعون أو يشاهدون من مضامين إعلامية ، إذ يميل الناس للتعرض للاتصال الجماهيري الذي يتوافق مع أفكارهم واهتماماتهم ويتجنبون المواد التي لا يتعاطفون معها ، و يعتقدون أنها لا تلبي احتياجاتهم ولا تتلائم مع أذواقهم واختياراتهم ، وقد سعى ديفلر المضامين التي ينتقها الفرد أثناء تعرضه لوسائل الإعلام بالمرشحات العقلية ، أي تصفية كمية كبيرة من المعلومات ، وينحصر اهتمامهم في مجرد جزء محدود مما هو متاح⁴³ .

يعتبر جوزيف كلابر أن التعرض الانتقائي هو خط دفاعي أول يستخدمه المتلقي لتفادي المضامين التي لا يرغب فيها أو التي لا يستسيغها⁴⁴ .

ب - التصور والتفسير الانتقائي

يتمثل بتصور الناس وتفسيرهم للرسائل الإعلامية وفقا لذواتهم ومصالحهم ، إذ أن الرسالة الإعلامية محكومة بماذا يريد أن يتصور أو يدرك المرء ، أو ما هي فائدة الرسالة الإعلامية له أو ما هي توقعاته للجزء الاجتماعي أو المادي نتيجة لتصوراته و ادراكاته .
لأن كل فرد سيقراً الرسالة و يعطي لها معنى بطريقة تتناسب مع تركيبته الفكرية و مخزونه المعرفي و مصالحه و ذلك انطلاقاً من إطاره الدلالي ، فليس من الضروري أن يفسر المتلقي الرسالة بنفس المعنى الذي أراده المرسل.

⁴³ ديفلر ، و روكيتش ، مرجع سابق ، ص 277 .

⁴⁴ Joseph, Klapper .(2008). The Effectiveness of mass communication[en ligne] ، <http://www.sou.edu/polisci/hughes/Media/Klapper.html>

ج- التذكر الانتقائي

يرتبط التذكر بالعملية السابقة ، فالإنسان يتذكر ما يتصوره ويدركه أو يحب تصوره أكثر من تذكره مما لا يرغب فيه أو لا يحبه⁴⁵. لذا فإن وسائل الإعلام لا تعد المؤثر الوحيد على الجمهور من خلال ما تبثه وتنشره ، بل تدخل العوامل والمؤثرات الوسيطة كطرف مهم لإحداث التأثير في المتلقين .

انطلاقاً من تصور التذكر الانتقائي اعتبر جوزيف كلابر أن المتلقي ليس ذلك الكائن الضعيف المغلوب على أمره و عرضة لكل التأثيرات و التلاعب بل يتمتع بأساليب دفاعية قوية و أن وسائل الاتصال مهمشة و ضعيفة⁴⁶.

80، ص 2004مجد ، الهاشي.(2004). تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري . القاهرة : ⁴⁵

⁴⁶Joseph ,Klapper, Op.cit.

ولقد ساهمت 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 له. ساهمت نتائج هذه الانتخابات في استثارة 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 وبيرلسون وجوديث" 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 وقد أجريت الدراسة في 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 الانتخابية وقد خرج الباحثون بالنتائج التالية:

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

2- 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.

3- 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".

4- تبين من الدراسة أن غالبية أفراد العينة لا يحصلون على معلوماتهم من وسائل الإعلام مباشرة، وإنما يحصلون عليها من خلال اتصالهم المباشر بقيادة 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، وان 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).

وفي عام 1955 قدما عالما العلوم السياسية (الياهو كاتز) و"بول لازار سفيلد" مفهوما عن تدفق الاتصال على مرحلتين في كتابهما "التأثير الشخصي"، 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.

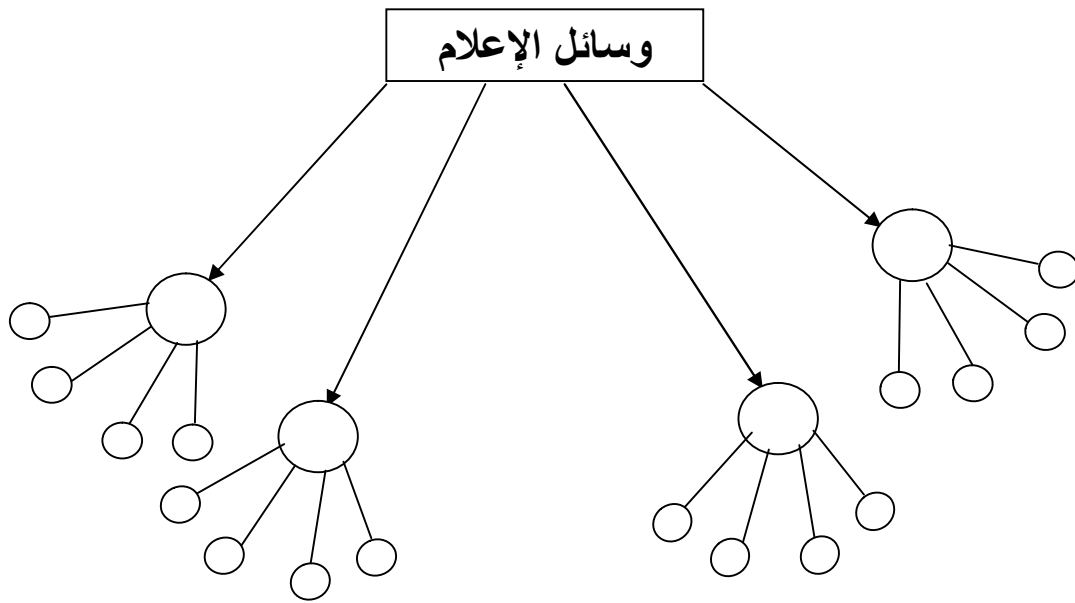
فقد قام الباحثان في كتابها "التأثير الشخصي" بدراسة شملت 800 امرأة من سكان مدينة "ديكيتور" بولاية "باينوى" الأمريكية، واستهدفت الدراسة التعرف على التأثير النسبي لكل من الاتصال الشخصي، والاتصال عبر وسائل الإعلام على القرارات التي يتخذها أفراد العينة في موضوعات خاصة شملت: التسويق، والأزياء والشؤون العامة، واختيار الأفلام السينمائية، وشملت الدراسة كذلك بحث الفروق الجوهرية التي يتميز بها قادة الرأي في المجالات الأربعة موضوع البحث من غيرهم. وأشارت النتائج إلى تدعيم الدراسات السابقة بالنسبة لأهمية دور الاتصال الشخصي في تكوين الرأي العام، وكذلك بالنسبة لعملية سريان الاتصال على مرحلتين.

لقد أفرزت نظرية التأثير على مرحلتين، وما دار حولها من دراسات، تغييرات أساسية حيث طرحت تصور جديد لعلاقة الفرد بوسائل الإعلام. إلا أنها انساقت 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 لذلك الذي سبق نشر تلك الأحداث. أما محمد عبد الحميد فيقول: "أيا كان النقد الموجه إلى بناء الفرض النظري لها، فإنها بداية قد اثبت أن الفرد في جمهور وسائل الإعلام، ليس فردا منعزلا، 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 اثبت عدم فاعلية الفرض الخاص بالتأثير المباشر لوسائل الإعلام ونظريات الطلقة السحرية أو الحقنة تحت الجلد التي كانت سائدة وقتئذٍ.

وفيما يلي نموذج يوضح هذه النظرية.

نموذج نظرية تدفق المعلومات على مرحلتين



○ : قادة الرأي.

○ : الأفراد في اتصال اجتماعي مع قادة الرأي.