

الموضوع الثاني: الآثار المحدودة و نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين**(التدفق الثنائي للاتصال)**

تمهيد: يقر الباحثون تاريخيا أن نظرية التأثير المباشر التي اتخذت مفاهيم عديدة مثل "الطلقة السحرية" أو "الحقنة تحت الجلد" لم تستقر طويلا في دراسات و بحوث الاتصال الجماهيري، و أصبح نموذج التأثير المحدود لوسائل الإعلام مرجعا نظريا في عدد كبير من النصوص والأدبيات ذات الاهتمام بالإعلام و الاتصال و العلوم السياسية التي أتت كرد على نظرية التأثير المباشر.

ففي الأربعينات و الخمسينات من القرن العشرين جددت السوسيولوجيا الوظيفية لوسائل الإعلام مسألة التجديد في اكتشاف عناصر وسيطة بين نقطة البدء و نقطة النهاية في سيرورة الاتصال الجماهيري، كما أعادت دراسات هذه المرحلة النظر في مبدأ "هارولد لاسويل" الآلي حول التأثير المباشر غير المكيف حسب الوضعيات الاجتماعية، و التدليل السطحي على التأثير الجمعي الحشدي للمجتمع الجماهيري، و قد شكل بحثان رائدان أساسا لظهور هذه النظرية الجديدة حول العناصر و المتغيرات الوسيطة بالاعتماد على المناهج التي تسمح بحصر آثار وسائل الإعلام الجماهيرية، و قد تمت صياغة نتائجها في إطار فكرتين أساسيتين هما: " الآثار المحدودة لوسائل الإعلام" و "الاتصال على مرحلتين" (انتقال المعلومات على مرحلتين).

1- فرضيات نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين: تنطلق هذه النظرية من افتراض مفاده أن

- المعلومات في مجال الاتصال الجماهيري تنتقل من وسائل الإعلام إلى الجمهور عبر مرحلتين هما:
- من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي الذين يتعرضون أكثر إلى الرسائل الإعلامية كمرحلة أولى.
- من قادة الرأي إلى الجمهور، و يلعب الاتصال الشخصي و شبكات العلاقات الاجتماعية دور مهم في انتقال المعلومات، و أن قادة الرأي لهم القدرة على التأثير فيه.

- **الدراسة الأولى:** حملت عنوان اختيار الشعب **The people's choice** نشرت سنة 1944 من طرف " بول لازارسفيلد **Paul Lazarsfeld** "، " برنارد بيرلسون **Bernard Berelson** " و " هازل جوديت **Hazel Gaudet** " الذين قاموا بدراسة تأثير وسائل الإعلام على الناخبين في مقاطعة آري كونتي بالولايات المتحدة الأمريكية، و قد ركز هؤلاء الباحثون على أهمية التعرف على الطرق التي تؤثر في تكوين الرأي العام و تغييره، و التعرف على دور وسائل الاتصال الجماهيرية في هذا المجال، إلى جانب الاهتمام بتأثير شبكات العلاقات الشخصية في تشكيل الآراء السياسية.

فقد حاول الباحثون في الدراسات التي قاموا بها بقياس تأثير الحملة الانتخابية الأمريكية لسنة 1940 بمساءلة عينة من الناخبين الممثلين للهيئة الناخبة على فترات منتظمة، و كانت تلك المقابلات التي يقومون بها تهدف إلى تحديد إلى أي مدى يمكن للتعرض لوسائل الإعلام تغيير السلوك الانتخابي لدى الأفراد.

توصل هؤلاء الباحثون إلى نتائج تنفي ما كان يروج له سابقا من تأثير مباشر و قوي لوسائل الإعلام خلال الحملات الانتخابية، و كان هذا على عدة مستويات هي:

- إن عملية تكوين الرأي الانتخابي ليست عملية فردية، بل هي عملية اجتماعية، يعبر الأفراد من خلالها على مشاعر و احتياجات مشتركة، و أن أكثر ما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام هو تأييد المواقف المسبقة للأفراد، أما في الحالات التي يذكرون فيها تأثيرهم بوسائل الإعلام، فيذكرون معها حديثهم مع الأقارب، فالأفراد ينتخبون حسب الجماعات التي ينتمون إليها، و توصلوا بذلك إلى نتيجة أن وسائل الإعلام لها تأثير محدود مقارنة بالعلاقات البين شخصية و الانتماءات الاجتماعية.

- إن الاتصال الشخصي كان العامل المؤثر في تكوين رأي الناخبين، و ليس وسائل الإعلام كما كان معتقدا.

- بروز و تجلي دور قادة الرأي من خلال تلقيهم الحقيقي لأخبار وسائل الإعلام التي يحرصون على متابعتها، و نقل مضمونها إلى باقي أفراد الجماعة التي ينتمون إليها.

- إن الأفراد المستجوبون يحصلون على معلوماتهم من خلال اتصالهم المباشر بقادة الرأي في الجماعات التي ينتمون إليها.

- أكدت هذه الدراسة الميدانية في النهاية أن تأثير وسائل الإعلام إن كان موجودا، إلا أنه ليس بالقوة التي كانوا يتصورونها، وأن عوامل عديدة تدخل في إحداث التأثير على الجمهور أو الحد منه، و أن الاتصال الشخصي يلعب دورا مهما في تكوين و توجيه الرأي العام بجانب وسائل الإعلام، و أطلقوا على عملية سريان المعلومات من وسائل الإعلام إلى الجماهير عبر قادة الرأي اسم تدفق المعلومات على مرحلتين.

- **الدراسة الثانية:** جاءت دراسة "روبرت ميرتون" لتأكيد النتائج التي توصل إليها "الزرسفيلد و زملائه"، مع إضافة نتيجة أخرى مؤداها أن هناك نوعان من قادة الرأي من حيث السلوك الاتصالي هما:

- قادة الرأي الذين تنحصر اهتماماتهم و اتصالاتهم بوسائل الإعلام ذات الطابع المحلي.

- قادة الرأي الذين تتجه اهتماماتهم إلى ما هو خارج النطاق المحلي، و يميلون إلى الاعتماد على وسائل إعلام خارجية بالنسبة للمنطقة التي يقيمون فيها.

- **الدراسة الثالثة:** قدم كل من "كاتز و لازرسفيلد" عرضا دقيقا لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين سنة 1955 في كتاب حمل عنوان "التأثير الشخصي، الدور الذي يلعبه الأفراد في تدفق وسائل الاتصال، **Personnal influence : the part played by people in the flow of mass communication** " تم فيه عرض نتائج دراستهم حول التأثير النسبي لكل من الاتصال الشخصي و الاتصال عبر وسائل الإعلام على قرارات الأفراد في مجالات متعددة، معتمدين على نتائج دراسات سابقة لدراسة سلوك المستهلكين في عالم الأزياء، و الترفيه و لا سيما المحددات التي تحكم اختيار الأفلام.

و تشير نتائج هذه الدراسة إلى تدعيم الدراسات السابقة بالنسبة لأهمية دور الاتصال الشخصي في تكوين الرأي العام، و كذلك بالنسبة لعملية سريان الاتصال على مرحلتين.

- **الدراسة الرابعة:** قدم "إليهو كاتز Elihu Katz" التصور العام لفروض انتقال الاتصال على مرحلتين في الدراسة التي أجراها عام 1956 كالآتي:

- إن قادة الرأي و الناس الذين يتأثرون بهم ينتمون إلى نفس الجماعة الأساسية، سواء كانت الأسرة أو الأصدقاء أم زملاء العمل.

- إن قادة الرأي و الأتباع يمكن أن يتبادلوا الأدوار في ظروف مختلفة، فقائد الرأي في المجال السياسي قد يكون تابعا في المجال الديني أو الرياضي مثلا.

- يكون قادة الرأي أكثر تعرضا و اتصالا بوسائل الإعلام فيما يتعلق بتخصصهم.

- تؤكد فرضية انتقال الاتصال على مرحلتين على اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة و وسائل اتصالية، و تمثل ضغوطا على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير و السلوك و التدعيم الاجتماعي.

-2 **أهمية نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:** ظهرت أهمية هذه النظرية في مجالين هما:

- إشارتها إلى كون أفراد الجمهور متصلين ببعضهم من خلال عدة قنوات، يتم من خلالها تبادل المعلومات و الإقناع من خلال المناقشات النشطة.

- اعتبار هذه الدراسة بداية لدراسات أخرى على التصويت الانتخابي و قادة الرأي و انتشار المعلومات بين الأفراد، و انتهت نتائجها إلى تأكيد تأثير الاتصال الشخصي أكثر من تأثير وسائل الإعلام.
- تأكيدها على أن تأثر الأفراد بقادة الرأي مرتبط بما يعرفه الفرد في الجمهور عن الفرد في موقع القائد، من حيث كفاءاته و موقعه الاجتماعي، و انه حتى قادة الرأي الذين يزيد تعرضهم إلى وسائل الإعلام يلجؤون أيضا إلى آخرين لطلب النصح و الإرشاد من خلال الاتصال الشخصي بزملائهم و أقرانهم.

3- النقد الموجه لهذه النظرية:

- رغم تأكيد هذه النظرية انتقال محتوى الإعلام على مرحلتين من خلال الاتصال الشخصي، إلا أنها لم تتف تماما انتقال المحتوى الإعلامي إلى النسب المتبقية من الجمهور من خلال وسائل الإعلام مباشرة.
- إن ما يتم تبادل من معلومات بين الأفراد يأتي أولا و بصورة رئيسية من وسائل الإعلام التي يتدفق منها جزء كبير من المعلومات و المحتوى الإقناعي خلال الحملات الانتخابية.
- إن تقسيم المجتمع إلى قادة للرأي و تابعين، ايجابيين و سلبيين لا يمثل الحقيقة لأن هناك أفراد آخرين لم يتعرضوا أو يسمعو من قادة الرأي أو غيرهم.
- إن وصف التدفق على مرحلتين لا يمثل الحقيقة، لأنه لا يمكن أن يكون هناك مرحلة واحدة للتدفق أو مرحلتين أو عدة مراحل.
- إن تدفق المعلومات على مرحلتين لا تصف بدقة تدفق التعلم في المجتمع، و لم يحدد بذلك "لازرسفيلد و زملائه" تدفق معين للتأثير.