

الإجابة النموذجية: مادة مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال ، المجموعة 2.

أ. د لامية طالة

الجواب الأول: النظرية التي جاءت بها إليزابيت نويل نيومان Elisabeth Noelle-Neumann، مبدأها، وأهم الانتقادات التي تعرضت لها:

لؤلؤ أو دوامة الصمت: (4 نقاط)

بدأت إليزابيت نويل- نيومان بتشكيل نظريتها " لؤلؤ أو دوامة الصمت " في السبعينيات من القرن المنصرم، حيث دعت إلى اعتبار التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري في تأثيره على الجمهور المستقبل وبالتالي في تشكيل الرأي العام.

جوهر هذه النظرية قائم على الافتراض الأساس الذي يؤكد بأن وسائل الإعلام حين تتبنى آراء أو اتجاهات معينة، وخلال فترة محددة من الزمن، فإن القسم الأكبر من الجمهور سوف يتحرك في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام لما لها من قوة وتأثير على الجمهور، وبالتالي يتشكل الرأي بما يتناسب وينسجم في معظم الأحيان مع الأفكار التي تدعمها وسائل الاتصال لاسيما التلفزيون.

مبدأها: (6 نقاط)

فهي تؤكد بأن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري بشكل عام تنحاز أحيانا إلى جانب إحدى القضايا أو الشخصيات، بحيث يؤدي ذلك إلى تأييد القسم الأكبر من الجمهور للاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام، وذلك بحثا عن التوافق الاجتماعي، أما الأفراد المعارضين لهذه القضية أو تلك الشخصية فأنهم يتخذون موقف (الصمت) تجنباً لاضطهاد الجماعة الكبيرة المؤيدة، أو خوفاً من العزلة الاجتماعية، وبالتالي فإنهم إذا كانوا يؤمنون بآراء مخالفة لما تعرضه وسائل الإعلام، فإنهم يجربون آرائهم الشخصية، ويكونوا أقل رغبة في التحدث عن هذه الآراء مع الآخرين، أما الذين لديهم آراء منسجمة مع ما تبثه وسائل الإعلام فإنهم يكونوا أكثر نشاطاً وجرأة في الإعلان عن هذه الآراء والتحدث بشأنها للحصول على القبول الاجتماعي.

ذلك أن الأفراد يتجاهلون ما يرونه بأنفسهم، ويتمسكون بما تراه الجماعة خوفاً من عزلتهم عن الجماعة أو المجتمع، بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام تقوم بنشر وتعزيز وجهة النظر السائدة أو المهيمنة في الرأي العام، ويعني ذلك أن تعزيز وسائل الإعلام لوجهات نظر معينة تعكس الاتجاه السائد الذي يؤدي إلى تقليص الآراء التي تتبناها الأقلية.

وترى نيومان أن هناك عوامل عديدة تجعل الناس يحرصون على إبداء وجهات نظرهم والمشاركة بآرائهم منها:

- شعور الفرد بانتمائه إلى رأي الأغلبية.
- ميل الفرد للحديث والتخاطب مع من يتفق معه أكثر ممن يعارضه.
- الشعور بتقدير الذات يحث الفرد على إبداء رأيه.
- ميل الأفراد من الرجال، فئة البالغين وما فوق من الطبقة الوسطى والأعلى، إلى الحوار والمشاركة بسهولة.

- معظم القوانين تشجع الناس على التعبير عن آرائهم عندما يشعرون أنهم أكثر عدداً، ويمثلون الأغلبية. وفي غير هذه الحالات نجد أن الأفراد يميلون إلى التزام الصمت، ويزداد الصمت كلما زادت الضغوط لصالح الأغلبية.

الانتقادات الموجهة للنظرية: (4 نقاط)

لم يتم تقبل هذه النظرية دونما آراء مضادة، إذ وجهت لها انتقادات من قبل العلماء الألمان والأميركيين، وقد تركزت معظم هذه الانتقادات في النقاط التالية :

1. إن مفهوم "الأقلية الصامتة" غير دقيق، فكثيراً ما يقوم هؤلاء "الأقلية" بالنقاش والاعتراض وبشكل قوي رغم الاختلاف مع رأي الأكثرية.

2. لا يرجع "صمت" الأفراد بالضرورة إلى الخوف من العزلة الاجتماعية، وإنما يرجع إلى عدم الإلمام الكافي بالقضية المطروحة للنقاش، أو بجهلهم بها أصلاً .

3. الشك في افتراض التكرار والهيمنة والتسيير اللإرادي للفرد من قبل وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام، على الأقل في ظل الديمقراطيات الغربية، التي تتعدد فيها المصالح، ويصعب على وسائل الإعلام أن تتبنى اتجاهاً واحداً وثابتاً ودائماً من القضايا المثارة، ولفترة زمنية طويلة.

4. إن وسائل الإعلام لا تعبر بالضرورة عن رأي الأغلبية، بل تعكس أحيانا رأي "الأغلبية المزيفة" التي تروج لها.

5. من الصعب تفسير الرأي العام وتشكله بمعزل عن دور المعلومات والتجارب التي يحصل عليها الفرد من خلال البيئة السياسية والاجتماعية المحيطة به، وخاصة في القضايا المهمة التي تتصل بمصائر الشعوب. وقد أقرت إليزابيث نويل- نيومان بعض هذه الانتقادات، وأشارت إلى أن هذه النظرية تحتاج إلى المزيد من البحث التجريبي والمنهجي.

ومن هنا فإن بعض المنظرين في علوم الإعلام والاتصال الجماهيري والرأي العام يرفضون اعتبار ما قدمته نويل- نيومان نظرية، وإنما أنموذجا من النماذج المقدمة في علوم الاتصال لتفسير تأثير قوة وسائل الإعلام على الجمهور وعلى الفرد، بينما اعتبرها بعض علماء الاجتماع وحتى علماء النفس الاجتماعي واحدة من الأطروحات الديمقراطية المهمة في فهم الخطاب العام للمجتمع.

الجواب الثاني: النظرية التي أفرزتها هذه الحادثة وأهم مخرجاتها والانتقادات التي وجهت لها: نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين: (4 نقاط)

ترى هذه النظرية أن تأثير وسائل الإعلام في الجمهور يتم بشكل غير مباشر ويمر بمرحلتين وانتقال المعلومات كما ورد في الصياغة الأصلية للنظرية هو أسلوب آخر للحديث عن تأثير وسائل الإعلام في الناس، أو تأثيرهم بها، هذا التأثير الذي يحدث ابتداء من خلال تعرض الناس (للمعلومات) التي تبثها تلك الوسائل، والمعلومات هنا ليست شيئا محددًا، بل يدخل تحت هذا المسمى كل ما تعرضه وسائل الإعلام من برامج ترفيهية أو ثقافية أو حتى مواد إعلانية.

نشأة وفحوى النظرية: لقد أتت هذه النظرية ردا على نظرية التأثير المباشر حيث صاغ كل من كاتز ولازار سفيلد نموذجا ينفي ذلك التأثير السحري لوسائل الاتصال بعد نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1940 عندما نجح فرانكلين روزفلت للمرة الثانية رغم معارضة الإعلام له بشتى أنواعه. هذه النتيجة استتارت جملة من التساؤلات حول الاعتقاد بقوة تأثير وسائل الإعلام وانفرادها في هذا المجال والبحث عن العوامل التي أدت إلى هذه النتيجة من خلال الدراسة التي أجراها لازار سفيلد وزملاؤه بعنوان "خيار الأمة" عام 1940 ودراسة "التأثير الشخصي" عام 1955 ومن أهم نتائج تلك الدراسات أن تأثير وسائل الإعلام ليس تاما وقويا 100 % كما يدعي البعض بل هو مرتبط بدرجات كبيرة بالأبعاد السوسولوجية وقوة العلاقات الاجتماعية.

أيضا من أهم نتائج تلك الدراسة أن قادة الرأي كان لهم الأثر الأكبر في اتجاهات الناخبين أكثر من الأثر الذي كان متوقعا أن تحدثه وسائل الإعلام الجماهيرية وبخاصة الإذاعة والصحف في تلك الفترة، وفسر الباحثون هذه النتيجة بقولهم إن الرسائل الإعلامية لم تكن ذات تأثير مباشر في الناخب، وإنما يكون التأثير عبر متغير وسيط هو قادة الرأي.

فقادة الرأي يتعرضون لمضامين وسائل الإعلام ويتأثرون بها، ثم ينقلون هذا التأثير بدورهم إلى الجماهير عبر قنوات اتصالية متنوعة أهمها الاتصال الشخصي.

إن الأفراد من قادة الرأي في المجتمع يستقبلون المعلومات من وسائل الإعلام والاتصال، ويقوم هؤلاء بتمريرها على زملائهم أو أتباعهم، ومن المهم بأن ندرك من أن قيادة الرأي تتغير من وقت لآخر ومن موضوع إلى آخر وتبعا لتغيير المواقف.

فرضيات نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين: (6 نقاط)

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

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

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

3. إن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تنتقل إلى الجمهور عبر مرحلتين:

★ 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.

★ فالجمهور حسب هذه النظرية يتأثر بطريقة غير مباشرة، وهذا التأثير يرجع إلى تفسير قادة الرأي

للمرسلة الإعلامية أكثر من التفسير المقصود للرسالة من مصدرها الأصلي وهي وسائل الإعلام، كما تؤكد فرضية هذه النظرية اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة ووسائل اتصالية تمثل ضغوطا على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي.

لهذا يعتبر قادة الرأي المحطة التي يتوقف عنها دور وسائل الإعلام وتأثيرها حيث تقوم هذه الأخيرة

بإقناع قادة الرأي برسائلها وتوكل إليهم مهمة إقناع الجماهير، وطبعاً يتوقف ذلك على الآتي:

◀ **التماثل السوسولوجي والثقافي:** إن قائد الرأي الأكثر تأثيراً من غيره هو الأقرب إلى ثقافة

الجمهور المتوجه إليه، ويكون تأثيره مضموناً إذا أحست الجماعة أن هذا القائد هو النموذج الاجتماعي الناجح

الذي يجب إتباعه لأنه ينتمي إلى ثقافة المجتمع وبلغ منها درجات عليا، "فالناس تنجذب لأشباهها" ويكون

التماثل في الطبقات السوسولوجية كالطبقة والمكانة الاجتماعية ودرجة التعليم والمستوى الاقتصادي وغيرها،

كما يكون في المواصفات المورفولوجية كالجنس (المرأة تقنع المرأة) والسن (الشباب يقنع الشباب) وحتى

المواصفات الفكرية والأيدولوجية فالعلماني مثلاً لا يقنع سلفي وغير ذلك.

لهذا تعتبر هذه الأفكار المادة الأولى لعملية الإشهار التي تتخذ من قادة الرأي بؤراً لتأثير تؤثر عليهم كي

يؤثروا على الجمهور.

◀ **فكرة المؤامرة:** يقوم قادة الرأي أحيانا بما يسمى "حجز المعلومات" وهي عملية يقومون من خلالها

بإعادة ترجمة الرسائل التي استقبلوها من وسائل الاتصال الجماهيري بأسلوبهم الخاص مع الزيادة والنقصان

والتغيير حسب أغراضهم وأهوائهم الخاصة، لهذا فالمعلومات في طريقها من وسائل الإعلام إلى الجمهور

تتعرض لعدة عمليات حجز وسيطرة يقوم بها الوسطاء الموجودون في المحطات ما بين قطبي عملية الاتصال

سواء كانوا رجال اتصال أو قادة الرأي، ويمكن تفسير هذه الظاهرة بكون المعلومات سلاحاً قوياً كل من يملكها

له القدرة أو القوة بحكم ملكيته لكل المعطيات - وهو ما يمهد ضمناً لنظرية حراس البوابة- أي أن قادة الرأي

يملكون فرص كبيرة لأن يصبحوا رواد المجتمع وصناع الرأي فيه.

النقد الموجه للنظرية: (4 نقاط)

♦ أنها تتجاهل حقيقة مهمة، أن 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 أن 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 انه قد يكون مباشرة أو بمرحلتين أو

بعدة مراحل.