المبحث الثالث

المداخل النظرية لدراسات الرأي العام

نظرية دوامة الصمت

تُعـدّ هذه النظرية من أكثـر نظريات الإعلام علاقة بتكوين الرأي العام في المجتمع. هذه النظرية طورتها الباحثة الألمانية إليزابيـث نويل - نيومان Elisabeth Noelle – Neumann، وتشـير إلـى أن عمليـة تكوين الرأي العـام تتداخل فيها عوامل نفسـية واجتماعية وثقافية وسياسـية، إضافة إلى تأثير وسائل الإعلام في تكوين الاتجاه السائد حول القضايا المثارة في المجتمع[1].

(١) حسـن عماد مكاوي، وليلى حسـين السيد، الاتصـال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط١، ١٩٩٨، ص ٢٨٠.

obeikandl.com

والافتراض الرئيس الذي قامت عليه النظرية هو: أن وسائل الإعلام حين تتبنى آراءً أو اتجاهات معينة خلال فترة من الزمن، فإن معظم الأفراد سيتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام[١]. فعندما تتخذ وسائل الإعلام موقفاً معيناً من قضية أو شخصية، فإن ذلك يؤدي إلى تأييد معظم الأفراد للاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام، بحثاً عن التوافق الاجتماعي، ومن ثم فإنهم يلجؤون إلى الصمت، ويحجبون آراءهم الشخصية[٢]، ظناً منهم أن الإعلان عن رأيهم قد لا يحظى بتأييد الآخرين.

هذا الموقف هو ما يعبر عنه كثير من الباحثين بـ (الخوف من العزلة الاجتماعية Social isolation)، وهو اعتقاد فئة من الجمهور أن ما يتبنونه من رأي تجاه قضية معينة سيكون مخالفاً للاتجاه السائد الذي تؤيده وسائل الإعلام، ومن ثم يجعلهم يشعرون بعدم التوافق الاجتماعي، ويضعهم في خانة الأقلية. وبناء على هذا الإحساس من الجمهور، فإن تعريف نيومان للرأي العام يأتي متناغماً مع القلق الذي يشعر به الأفراد. تقول نيومان: إن الرأي العام هو تعبير الأشخاص عن رأيهم تجاه مواقف معينة

(١) المرجع السابق، ص ٢٨١.

(٢) المرجع السابق.

بطريقة لا تعرضهم إلى العزلة عن المجتمع[١]. وإن تعريف نيومان لـ (دوامة الصمت) يسير أيضاً في هذا الاتجاه، إذ تُعرف هذا المصطلح بأنه تعبير عن التوتر الذي يشعر به الفرد عندما يبوح برأيه أو وجهة نظره خوفاً من أن يكون من الأقلية المخالفة للاتجاه السائد الذي تتبناه وسائل الإعلام[٢].

نظرية دوامة الصمت ظهرت عام ١٩٧٣م على إثر نتائج الدراسات التي أجريت على الانتخابات السياسية في ألمانيا، وهي الحقبة الزمنية التي كانت تهيمن فيها وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة والإذاعة والتلفزيون) على تكوين الرأي العام وتشكيله في المجتمع. لكن الوقت الراهن يشهد متغيرات كبيرة في البيئة الاتصالية التي أوجدت بدائل للتعبير عن الرأي العام وتشكيله في المجتمع غير تلك الوسائل التقليدية، مثل شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، وتويتر، واليوتيوب، والمدونات، وغيرها). هذا المتغير الاتصالي المهم يفرض تساؤلات حول تطوير البناء النظري الذي أُسِّست عليه نظرية دوامة الصمت.

(1) Xudong liu and Shahira Fahmy. (Febraury , 2011). Exploring the spiral of silence in the virtual world: Individuals willingness to express personal opinions in online versus offline settings. Journal of Media and Communication Studies. Vol.32, pp 45- 57.

(٢) المرجع السابق.

obeikandl.com

التواصل في العالم الافتراضي عبر الإعلام الجديد (ومنه شبكات التواصل الاجتماعي) يطرح مشروعية إعادة اختبار الفروض التي قامت عليها النظرية في بيئة الإعلام التقليدي[١].

فإذا كان العاملان الرئيسان في النظرية، وهما الخوف من العزلة الاجتماعية ومناخ الرأي الذي يطلق أو يقيد حرية التعبير، فإن هذين العاملين لم يختبرا في النقاشات التي تدور بين الجمهور مباشرة عبر وسائل الإعلام الجديد Online discussion.

وعلى الرغم من أن الإنترنت يستخدم الآن بوصفه وسيلة عامة لحث المواطنين على مناقشة القضايا السياسية، إلا أن قلة من الدراسات العلمية حاولت التعرف إلى الكيفية التي يؤثر بها الاتصال الوسيط المباشر Online mediation effect في النموذج الذي قامت عليه نظرية دوامة الصمت [٢]، وبخاصة إذا علمنا أن الجمهور أصبح يعتمد كثيراً على الإنترنت في البحث عن المعلومات السياسية [٣].

(1) Xudong & Shahira, ibd, pp.4546-

(٢) المرجع السابق.

(3) Kaye B. , & J. (2001). online and the know: Uses and gratifications of the web for political information. Journal of Electronic Media, 46, (1), 54 -71.

ومن هذه الدراسات، الدراسة التي أجراها كل من Shahira وXudong، واللذين اختبرا مجموعة من الفروض العلمية، من بينها الشعور المتدني بالعزلة الاجتماعية للجمهور عندما يناقشون قضية اجتماعية معينة عبر التواصل المباشر من خلال الإنترنت[١]. ومن الدراسات الحديثة أيضاً دراسة Daniel Lemin التي حاولت التعرف إلى تأثير الاتصال الوسيط عبر الكمبيوتر Computer – mediated communication في تعبير الجمهور عن آرائهم، ومن ثم تكوين رأي عام حقيقي تجاه قضية معينة. وقد ركزت الباحثة على شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها اتصالاً وسيطاً وعلاقتها بتكوين الرأي العام[٢].

والخلاصة، أن نظرية (دوامة الصمت) طورتها الباحثة الألمانية اليزابيث نيومان. وتفترض أن وسائل الإعلام، حين تتبنى آراءً أو اتجاهات خلال مدة زمنية معينة، فإن الأفراد يتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام، ويؤيدونه؛ بحثاً عن التوافق الاجتماعي. أما المعارضون لهذا الاتجاه، فإنهم يتخذون موقف الصمت تجنباً للعزلة الاجتماعية أو

(1) Xudong & Shahira (2011) , ibid.

(2) Daniel Lemin. (2010). Public opinion in the social media era: Toward a new understanding of the spiral of silence. A master thesis. Gonzaga University.

لدواعـي الخـوف، ولذلـك يحجبـون آراءهـم الشخصـية ظناً منهم أن ما تعرضـه وسـائل الإعلام يعبر عن الرأي السائد في المجتمـع، ومن ثم يمكن القول: إن ما تعرضـه وسـائل الإعلام ليس بالضرورة هو الرأي الحقيقي للجمهور.

obeikandl.com

نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين

أول ظهور لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين The two-step theory هو ما بلورته نتائج الدراسة التي أعدها الباحثون في جامعة كولومبيا الأمريكية بول لازارزفليد Paul Lazarsfeld، وبيرنارد بيرلسون Bernard Berelson وهيلين جوديت Helen Gaudet بعنوان: اختيار الشعب The People's Choice التي أجريت على الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ١٩٤٤م. إذ كان من أهم نتائجها التي لفتت نظر الباحثين أن قادة الرأي كان لهم الأثر الأكبر في اتجاهات الناخبين أكثر من الأثر الذي كان متوقعاً أن تحدثه وسائل الإعلام الجماهيرية، وبخاصة الإذاعة والصحف[١]، وفسّر الباحثون هذه النتيجة بقولهم: إن الرسالة 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[٢]، ثم

(1) DeVito, Joseph A. (1985). P. 433.

(٢) ليس بالضرورة أن يكون التأثير وفق مراد القائم بالاتصال، وإنما قد يكون مخالفاً له، وموافقاً لتوجهات قادة الرأي، وقناعاتهم، ومن ثم يمارس قادة الرأي دورهم بناءً على هذه القناعات.

obeikandl.com

ينقلون هذا التأثير بدورهم إلى الجماهير عبر قنوات اتصالية متنوعة أهمها الاتصال الشخصي.

وبناءً على نتائج هذه الدراسة طور لازارزفليد Lazarsfeld وكاتز Katz عام ١٩٥٥م نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين التي قامت على الفرضية الآتية[١]: **أن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تُنقل إلى الجمهور عبر مرحلتين: قادة الرأي الذين يتعرضون غالباً للرسائل الإعلامية، ومن ثم تنتقل من قادة الرأي إلى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية** Informal Communication، وبخاصة من خلال الاتصال الشخصي Interpersonal Communication. فالجمهور إذن يتأثر بطريقة غير مباشرة، بل إن هذا التأثير غير المباشر ينسجم مع تفسير قادة الرأي للرسالة الإعلامية أكثر من التفسير المقصود للرسالة من مصدرها الأصلي (وسائل الإعلام)[٢].

ومنذ ظهور هاتين الدراستين (دراسة عام ١٩٤٤، وعام ١٩٥٥) حظي متغيرا الاتصال الشخصي وقادة الرأي باهتمام كبير من الباحثين المتخصصين في دراسات الاتصال

(1) Infante, Rancer, & Womack. (1997). P. 361.
(2) ibid.

السياسي، وبخاصة ذلك النوع من الدراسات الذي يتناول تأثير قادة الرأي في المشاركة السياسية الشعبية[١].

ولمـا كانت نظرية ترتيب الأولويات مـن أهم النظريات التي طبقها الباحثون في دراسـات الاتصـال السياسي[٢]، فقد عمد كثير منهـم إلى المزاوجة بين الفروض التـي قامت عليها هذه النظرية ونظريـة انتقال المعلومات على مرحلتين لمعرفة مدى تأثـر الجمهـور بأولويات القضـايا التي ترتبها وسـائل الإعلام لقادة الرأي، ففي دراسة بعنوان: (من يرتب الأولويات؟ نظرية ترتيب الأولويات على مرحلتين) اختبر كل من بروسس Brosius ووايمـان Weimann أربعة نماذج لانتقال ترتيـب الأولويات على مرحلتين أوضـح فيها الباحثان الدور الذي يقوم به قادة الرأي بوصفه متغيراً وسيطاً ومهمًّا في انتقال المعلومات عن الأحداث والقضايا بين وسائل الإعلام والجمهور.

وكان مـن أهم نتائج الدراسـة أن لقادة الـرأي دوراً مؤثراً، ليس فقط في نشـر القضـايا بين الجمهور، بل حتى التأثير في أولويات الوسائل الإعلامية نفسها[٣].

(1) Weimann, Gabriel. (1994) P. 181.

(٢) البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مرجع سابق، ص ٤٢.

(3) Brosius & Weimann, (1996), P. 561.

هـذه النتيجـة هـي مؤكدة لدراسـة سـاندرا بـول روكيتش Sandra Ball-Rokeach عام ١٩٨٥ التي أشـارت فيها إلى حقيقة أن الأشـخاص الناشـطين في بيئة الاتصال الشخصي يتأثرون سلباً أو إيجاباً برسائل الوسيلة الإعلامية، ثم ينعكس هذا التأثر على الجمهور[١].

إذن قـادة الـرأي هـم المتغير الوسـيط والأهم فـي التراكم العلمـي لنظرية انتقـال المعلومات على مرحلتيـن، وغيرها من نظريات التأثير الإعلامي التي زاوجت بين هذه النظرية وغيرها من النظريـات الإعلامية المعروفـة. وقادة الـرأي هم المتغير الوسـيط والأهـم، باعتبـار أن هناك أشخاصـاً آخريـن يمثلون متغيراً وسيطاً في انتقال المعلومة بين وسائل الإعلام والجمهور، لكنهم لا يرقون إلـى التأثير الذي يحدثه قادة الرأي، ولا تنطبق عليهم كثير من السـمات والأوصـاف التي ذكرهـا الباحثون في دراساتهم عن قادة الرأي[٢]، بل إن قادة الرأي أحياناً يوصفون بـ (الأشـخاص المؤثرين) Influentials في دراسات المتخصصين فـي بحوث الـرأي العـام تأكيـداً لتميزهم عن الأشـخاص غير

(1) 1985), P. 501) Ball-Rokeach.

(2) Wanta, W., & Wu, Y. (1992) Interpersonal Communication and the Agenda-Setting Process. Journalism Quarterly. 69, 856 - 867.

المؤثريـن الذين يكتفون بنقل المعلومة فقط دون محاولة تبنيها في نقلها للجمهور، أو إعادة تفسيرها، أو حتى رفضها[١].

وقـد حدد بعض الباحثين ثلاث سـمات رئيسـة لقادة الرأي المؤثرين، هي على النحو الآتي[٢]:

١- الصـفات الشخصـية لقـادة الـرأي، مثـل المكانـة الاجتماعية، والتعليم، وما شابهها.

٢- ثقافـة قادة الرأي عن القضـية أو القضـايا التي تثيرها وسائل الإعلام.

٣- القاعـدة الجماهيريـة لقادة الـرأي، وتعني قـدرة قادة الرأي على التواصل مع عدد كبير من الجمهور.

وإذا كان التمييـز بيـن قـادة الـرأي المؤثريـن وغيرهم من الأشـخاص الذيـن يمثلون وسـيطاً في نقل المعلومة بين وسـائل الإعـلام والجمهـور، وارداً فـي القضـايا العامـة التي تعرضـها وسـائل الإعلام، فإنه في مجال القضـايا السياسية يتأكد بشكل

(1) Wiemann, G. (1991). The Influentials: Back to the Concept of Opinion Leaders. Public Opinion Quarterly. 55, 267 - 279.

(2) Mattew,C. Nisbet and John E. Kotcher. (2009). A two-step flow influence: Opinion leaders campaigns on climate change. science Communication , 30.

obeikandl.com

أكبـر. ذلك أن قـادة الرأي السياسـي في المجتمع لهم سـمات وخصـائص تختلـف عن غيرهم مـن قادة الرأي فـي المجالات التنمويـة الأخـرى. فهذا النوع من القادة يؤثر في القضـايا التي تمثل الاهتمامات المجتمعية، وهي قضـايا تُعدّ قاسـماً مشـتركاً بين فئات الجمهور المختلفة، ولا تقتصر على فئة بعينها، كالذين لهـم اهتمامات بالمبتكرات الحديثة، أو القضـايا التنموية الآنية المحددة بأزمنة معينة[١].

وعلى الرغم من أن (قادة الرأي) مفهوم يكتنفه الغموض[٢]، إلا أن عدداً من الباحثين اقتحم الجدل، واستنتج منه تعريفات محددة ساعدت على تجلية الرؤية في ذلك، ومنهم ماكلين ديكل Mclean Deckle الذي أوضح أن قادة الرأي هم «الأشخاص الذين يعبـرون عن الاتجـاه العام في المجتمع تجاه قضـايا مُلحة»[٣]. وهذا المفهوم يتفق مع ما توصل إليه كل من ديانا وبيث وتشارلز Diana, Beth and Charles في وصـفهم لقـادة الرأي المؤثرين بأنهـم المدركـون للقضـية التي يريـدون الحديـث عنها، وهي

(1) Smith, K.A. (1987) Newspapers Coverage and Public Concern About Community Issues. Journalism Monograph. Vol. 101 - 134.

(2) Infante, Racer, Womack, ibid, P. 362.

(3) Mclean, Deckle. (2003). Determining what Constitutes Opinion. P. 34.

obeikandi.com

القضـية التي تمثل صدارة اهتمامات المجتمع[١]. وحديث قادة الرأي عن القضايا المجتمعية يأتي في سياق العملية التأثيرية، أي أن يقصـد بها إحداث أثر في الرأي العام لتحقيق مصـلحة عامة، بتعبير روبرت وزملائه Robert, etal [٢].

ويمكن القول: إنه ليس لقادة الرأي سمات دائمة تميزهم عن غيرهم في المجتمع؛ لأن قيادة الرأي ليست علامة ظاهرة يعرف بها أصـحابها، لكنها إدراك لدور معين في عملية الاتصـال[٣]، إذ يتبيـن أثرهم في التفاعل الاتصـالي داخل المجتمع[٤]، وإن ذهـب بعض الباحثين إلـى القول: بأن قـادة الرأي يمارسـون تأثيرهم في الآخرين بحكم وظائفهم الرسمية، أو ثقة الآخرين بهم، أو تمتعهم بمصداقية عالية[٥].

والخلاصة أن قادة الرأي في مفهوم نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين هم الأشـخاص المؤثرون في الرأي العام، الذين

(1) Silver, Diana; Weitzman, Beth & Brecher Charles. (2002). Setting an Agenda for Local Action: The Limits of Experts. P. 38.

(2) Buchalski, Robert M., Gibson, Jane Witney, & Tesone, Dana. (2000). The Leaders as Mentor. P. 41.

(3)Littlejohn, Stephen W. (1983). Theories of Human Communication. P. 274.

(4) Chan, Kenny K. & Misra, Shekar. (1990). Characteristics of the Opinion Leader: A New Dimension. P. 53.

(٥) تعريف الحزب الوطني الديمقراطي المصري *www.ndp.org*.

يمثلون المتغير الأهم في البناء المعرفي لهذه النظرية، بوصفهم يتلقون الرسالة من وسائل الإعلام، ثم ينقلونها إلى الجمهور وفقاً لرؤيتهم الشخصية وتفسيرهم لهذه الرسالة بقصد إحداث أثر معين قد يتفق مع الرسالة الأصلية أو يختلف معها. وليس لقادة الرأي في هذه النظرية سمات محددة متفق عليها، وإنما هم أشخاص يظهرون في سياق العملية الاتصالية بوصفهم مؤثرين في القضية التي يتحدثون عنها، ومؤهلين علميًّا ومعرفيًّا بطريقة تكسبهم المصداقية، وتساعدهم على إحداث الأثر المطلوب. وحيث إن هذه النظرية نشأت من خلال دراسات ذات طبيعة سياسية[1]، فإن وصف (قادة الرأي) ينصرف -غالباً- إلى (الرأي السياسي) في التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.

(١) تقدم الحديث عن ظروف نشأة نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين. انظر: دراسة لازارزفيلد وزملائه التي سبق ذكرها.