

استنتاجات البحث:

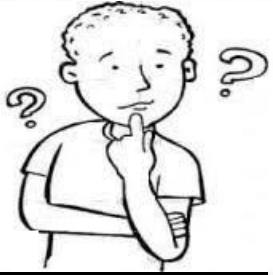
أشار البحث إلى عاملين مركزيين في عملية الاتصال الجماهيري ويشككان بقوة تأثير وسائل الإعلام.



فرضية سريان
المعلومات على
مرحلتين

التعرض
الانتقائي

التعرض الانتقائي



تعرض أفراد الجمهور لوسائل الإعلام بشكل انتقائي، كل فرد يختار لأية وسيلة إعلامية يتعرض ولأية مضامين. فمثلا يفضل الناخبون التعرض للحملة الانتخابية لحزبهم وليس للحزب المنافس.



وجد الباحثون أيضا أن الدعاية الانتخابية في وسائل الإعلام المختلفة يتلقاها الأشخاص المهتمون بالسياسة، الذين يستمعون لبرامج سياسيه في الراديو، ويقرؤون عن السياسة في الصحف والمجلات. بينما لم يهتم غيرهم بموضوع الحملة الانتخابية. هذا الأمر يؤكد عامل التعرض الانتقائي ويشكك في النظرة لوسائل الإعلام صاحبة قوى خارقة، الأمر الذي ساد في فترة الأبحاث السابقة.

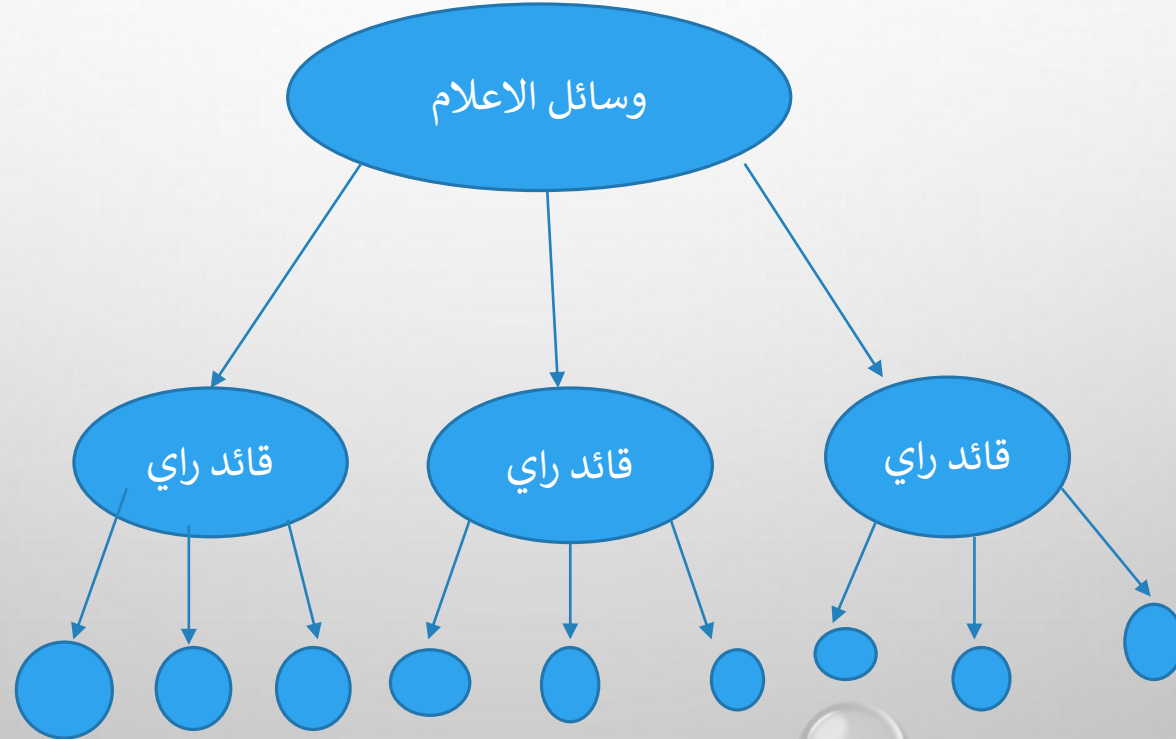
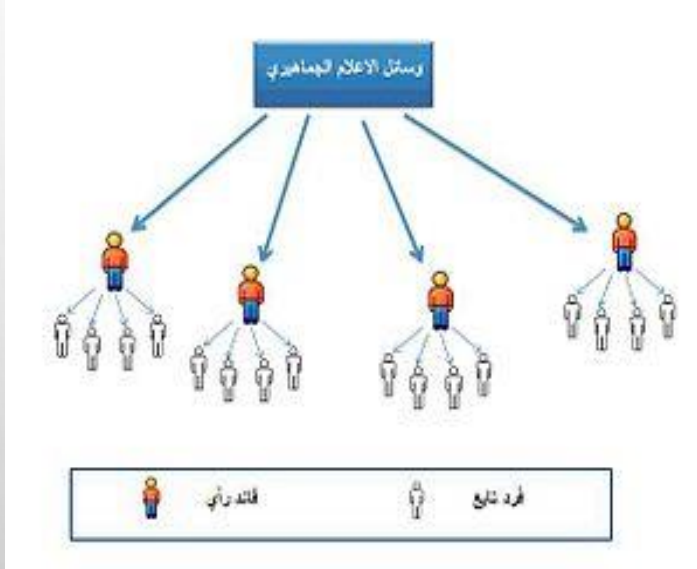


فرضية سريان المعلومات على مرحلتين

تدعي هذه الفرضية أن الأفكار والمعلومات تسري من وسائل الإعلام إلى أشخاص معينين, ومنهم إلى عامة الناس. فلذلك تأثير الإعلام هو تأثير غير مباشر, تضعف قوته بسبب تأثير هؤلاء الأشخاص الذين يسمون حسب هذه الفرضية "قادة رأي".

• يكون سريان المعلومات في مرحلتين:

● اشخاص لهم علاقة اجتماعية بقائد الرأي



التأثير على مرحلتين

1

المرحلة أولى : وسيلة الاتصال
تثبت محتوى
قد لا يجذبنا ولا يؤثر فينا

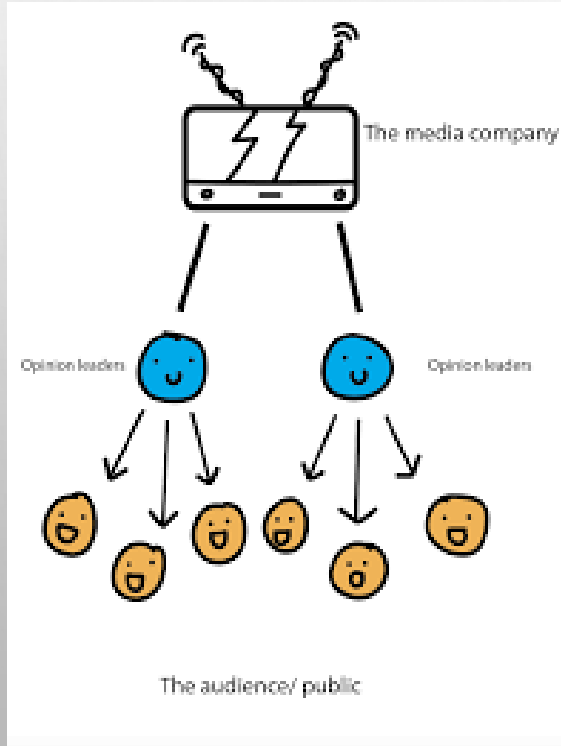
2

المرحلة الثانية : انتقال المحتوى
من قائد الرأي إلينا —
ينبهنا لما لم ننتبه له بأسلوب أكثر
إقناع من وسائل الإعلام ما يجعلنا
نتأثر بالمضمون أو جزء منه



مميزات قائد الرأي:

- تعرض كثيف لوسائل الإعلام.
- اطلاع واسع ومعرفة عامه في موضوع معين الذي يكثر قائد الرأي التحدث فيه بوضوح ودقه أكثر.
- يتبع لمجموعة اجتماعية معينة ومركزه فيها مساويا وليس أعلى من الآخرين.
- علاقاته الشخصية تشكل وسيلة لنقل آرائه داخل مجموعته.
- هنالك قادة رأي مختلفين في مجالات مختلفة (السياسة, الرياضة, الأدب, الفن...)



صفات الأشخاص الذين يتلقون المعلومات من قائد الرأي في مجال معين

- أنهم أشخاص لا يهتمون بموضوع معين ولا يكثرون التعرض لوسائل الإعلام حول هذا الموضوع. وإذا كانوا في حاجة لاتخاذ قرار له علاقة بهذا الموضوع فهم يتوجهون لقائد الرأي الذي يساعدهم بواسطة الاتصال البين شخصي وخاصة الوجهي . فمثلا يتوجه الأشخاص الذين لا يهتمون بالسياسة إلى أصدقائهم وأقربائهم قبل الانتخابات وبمساعدهم يمكنهم اتخاذ القرار لمن يصوتون.



هنالك عوامل عديدة تعزز قدرة قائد الرأي في التأثير على أفراد مجموعته

- لا يوجد لقائد الرأي مصلحة أو فائدة معينة من خلال كونه قائدا للرأي في مجال معين ولذلك يعتبر مصدرا للثقة.
- الاتصال الشخصي يمكن قائد الرأي ملائمة نفسه لمجموعته.
- وجود الرجوع الفوري بين قائد الرأي وأفراد مجموعته يمكن قائد الرأي من مكافأة الشخص الذي يوافقه الرأي ويظهر اهتماما بعبارات مثل "عرفت أنك إنسان ذكي", "عرفت أن لنا اهتمامات مشتركة".



أهمية وسائل الاعلام في تشكيل الرأي العام



- الشروط لتكوين الرأي العام حسب الباحث دان كاسبي
- موضوع مثير للجدل: فقط إذا كان هناك قضية مثيرة للجدل يمكن تشكيل الرأي العام.
- ارتباط وصلة الموضوع: يجب أن يكون الموضوع ملائمًا للجمهور المعرب عن رأيه
- التعبير عن الرأي من قبل جهات مهمة في المجتمع: جهات مهمة في المجتمع ، مثل السياسيين والقضاة المشاهير والمنظمات الكبيرة.
- الوعي الجماعي للجمهور: كل شخص يجب أن يشعر الجميع أنه جزء وينتمي الى جماعة.
- التعبير المكشوف\ التعبير العام: التعبير العام ، مثل المظاهرات وتقديم الالتماسات والإضرابات عن الطعام.