**المحاضرة03**

**نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين**

**1 - نشأة النظرية:**

 لقد أتت هذه النظرية ردا على نظرية التأثير المباشر حيث صاغ كل من **كاتز** و **لازار سفيلد** نموذجا ينفي ذلك التأثير السحري لوسائل الاتصال بعد نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1940 عندما نجح **فرنكلين روزفلت** للمرة الثانية رغم معارضة الإسلام له بشتى أنواعه .هذه النتيجة استثارت 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 السوسيولوجية وقوة العلاقات الاجتماعية إذ هناك نوع من التسلسل فوسائل الإعلام تقوم في خطوة أولى ببث رسائل منظمة ليس نحو الجمهور مباشرة وإنما نحو وسيط هو الذي يقوم ببثها في خطوة ثانية نحو الجمهور وان قادة الرأي كان لهم الأثر الكبير في اتجاهات الناخبين أكثر من الأثر الذي كان متوقعا أن تحدثه وسائل الاتصال الجماهيرية وبخاصة الإذاعة والصحف لهذا فسر الباحثون نتائج الانتخابات الأمريكية بقولهم" أن الرسائل الإعلامية لم تكن ذات تأثير عبر متغير وسيط هو قادة الرأي ".

**2 - الفرضية التي قامت عليها نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:**

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 فقادة الرأي لهم القدرة على التأثير في أفراد وجماعات المجتمع وبالتالي فان المجتمع يملك نفس قوة التأثير التي تملكها وسائل الإعلام .

لكن من هم قادة الرأي ؟ هم الأشخاص الذين يملكون المواصفات الدينية أو السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الجسدية ... التي تمكنهم من زعامة المجتمع , ومن هذه المواصفات القدرة على الخطابة والإقناع ,القدرة على نسج علاقات اجتماعية حارة والمهم أن يكون قائد الرأي في المجتمع شخصية نموذجية يحتدى بها .

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