محاضرة حول دراسة اختيار الشعب " بول لازارسفيلد"

تمهيد:

دراسة "اختيار الشعب (The People's Choice) "التي أجراها بول لازار سفيلد وزملاؤه عام 1940، هي دراسة تأسيسية في علم الاجتماع السياسي والاتصال، أثبتت أن قرارات الناخبين تتأثر بالعلاقات الاجتماعية وقادة الرأي أكثر من وسائل الإعلام مباشرة. خلصت الدراسة إلى أن الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والدينية تحدد التوجهات السياسية، مقترحة نظرية "تدفق الاتصال على مرحلتين"

كان الاعتقاد الراسخ ان لوسائل الاعلام والاتصال الجماهيري الموجهة للأفراد المنعزلين والمتصلين بهذه الوسائل مباشرة خاصة وأنها اقترنت بالسياسة عن الطريقة التي تسيطر بها الوسائل على سلوك الجماهير وكيفية توجههم إلى تبني بعض الاتجاهات أو اتخاذ القرارات لبعض القضايا التي تحتاج إلى مشاركتهم السياسية حيث تؤكد "جوديت لازار" على أن تطور الصحافة ارتبط بالبعد السياسي فالصحف تطورت وتشكلت ببطيء في المجتمعات التي تميزت أنظمتها بالقوة المركزية (فرنسا، بريطانيا) في حين أن البلدان التي كانت فيها السلطة المركزية ضعيفة فإن الصحافة عرفت فيها تطورات سريعة (الولايات المتحدة الأمريكية) **(Judith & Armard , 1991)**

فجاء بول لازار سفيلد (1901-1976) عالم اجتماع نمساوي وأمريكي أسس مكتب البحوث الاجتماعية التطبيقية بجامعة كولومبيا وقام بدراسة الشعب في الأربعينات من القرن الماضي ولعب دوار هاما في التأثير على تقنيات وتنظيم البحوث الاجتماعية.

مدخل عام لدراسة " بول لازارسفيلد"

ان تراكم التغيرات الاجتماعية والثقافية في المجتمع إلى جانب العوامل السياسية ساعدت في تطور هذا النوع من وسائل الإعلام تلك المتعلقة بطبقة جديدة في المجتمع وهي الطبقة المتوسطة التي ظهرت بظهور الثورة

الصناعية، حيث يرى بول لازار سفيلد ان الراديو من الوسائل التي يمكن أن تصل إلى السكان بسهولة متخطية حواجز الأمية والحواجز الجغرافية ويستطيع أن يصل إلى جماعات خاصة مثل الأفراد كبار السن والأطفال والاقل تعليما والمتعلمين، وغير ذلك من الجماعات المختلفة التي قد يصعب الوصول إليها بواسطة وسائل الإعلام الأخرى ... أصبح الراديو هو الوسيلة التي تبقيهم على علم بما يحدث والرسالة المذاعة قد تكون أكثر فاعلية من الرسالة التي تنتقل بالاتصال المواجهي لأنه يمكن تقويتها بواسطة الموسيقى والتأثيرات الخاصة التي تترك انطباعا قويا، يذهب بعض الباحثين إلى أن الراديو من الوسائل القادرة على جعل الجماهير تحس بالمساهمة والاقتراب الشخصي. **(جيهان رشتي، 1978، صفحة 56)**

ويتشكل الرأي العام من خلال التأثير المباشر لوسائل الاتصال الجماهيري باعتبار أنه " الرأي العام هو حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات إزاء شأن من الشؤون تمس النسق الاجتماعي للأفراد وتنظيمات التي يمكن أن تؤثر في تشكيلها عمليات الاتصال التي قد تؤثر نسبيا أو كليا في مجريات أمور الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي والدولي. **(اسماعيل سعيد، 1975، صفحة 26)**

لكن الباحثين لم يعطوا اهتمام إلى تأثير العلاقات الإنسانية بين أفراد المجتمع عن نتائج لم تحققها المادة الإعلامية، لكن البحوث المنجزة في العقود الماضية أثبتت أن العلاقات المباشرة القائمة بين الأفراد المتصلون في الأسرة أو العمل قد تساعد أو تعيق الوصول لأهداف العملية الاتصالية وما هو ما يعرف بنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، "ولقد توصل لازار مؤلف كتاب اختيار الشعب Thepeople's Choice إلى نتيجة مفادها أن سريان مفعول مضمون المادة الإعلامية التي تحملها وسائل الاتصال كما كان والإعلام الجماهيرية قد لا يكون مباشرا أي في الشريحة الاجتماعية المعنية و من ثم ينتقل عن طريقهم الاخرين " **(هلال المزاهرة ، 2012، صفحة 84)**

لقد أظهرت الافتراضات الأولى للمفاهيم الخاصة بهذه المفاهيم سنة 1948 ذلك "كتاب اختيار الشعب " لبول لازار سفيلد واقترح فيه سريان مضمون وسائل الإعلام قد لا يكون مباشر كما يعتقد من قبل وافترض أن تأثير وسائل الإعلام قد يصل إلى قادة الراي الذين ينقلون بدورهم ما يتعرضون له الافراد الأخرين وأن هؤلاء الافراد حصلوا على معظم ما لديهم من معلومات عن الحملة الانتخابية من أناس أخرين تعرضوا مباشرة لوسائل الإعلام " وبدا البحث يصل إلى أن حركة المعلومات تسري عبر مرحلتين أساسيتين تتمثل الأولى في تعرض بعض الأشخاص لوسائل الإعلام بشكل مباشر، و في المرحلة الثانية يبدأ نقل المعلومات عبر قنوات الاتصال الشخصي الى افراد لا يعتمدون على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات قدر اعتمادهم على الأخرين. **(حمدي حسن، 1978، صفحة 69)**

تُعدّ دراسة «**اختيارالشعب** (The People's Choice) لبول لازار سفيلد من أبرز الدراسات الكلاسيكية في علم الاجتماع السياسي وبحوث الاتصال، وقد تناولت موضوع **السلوك الانتخابي للناخبين خلال الحملة الانتخابية الرئاسية الأمريكية**، ساعيةً إلى فهم الكيفية التي يتشكّل بها القرار السياسي لدى الأفراد والعوامل المؤثرة فيه. اعتمد لازار سفيلد في هذه الدراسة على **منهج المسح الاجتماعي الطولي(Panel Study)** ، حيث قام بمتابعة نفس العينة من الناخبين في مقاطعة إيري بولاية أوهايو عبر فترات زمنية متعددة أثناء الحملة الانتخابية، مما أتاح رصد تطور المواقف والاتجاهات السياسية بدل الاكتفاء بلقطة زمنية واحدة. أما من حيث الأدوات، فقد استُخدمت **المقابلات الميدانية المتكررة والاستبيانات** لجمع البيانات المتعلقة بالانتماءات الاجتماعية، والميول السياسية، ومصادر التأثير في القرار الانتخابي. وقد كشفت نتائج الدراسة أن السلوك الانتخابي يتأثر أساسًا بالعوامل الاجتماعية مثل الانتماء الطبقي والديني والمهني، وبشبكة العلاقات الاجتماعية، أكثر من تأثره المباشر بوسائل الإعلام. كما أبرزت الدور المحوري لما يُعرف بـ**قادة الرأي** الذين يتلقون الرسائل الإعلامية ثم ينقلونها ويعيدون تفسيرها داخل جماعاتهم، وهو ما قاد إلى صياغة نموذج

التدفق ذي المرحلتين للاتصال .وخلصت الدراسة في مجملها إلى أن وسائل الإعلام لا تُحدث في الغالب تغييرًا جذريًا في اتجاهات الأفراد، بل تقوم أساسًا بتعزيز القناعات القائمة، مؤكدةً أن الفعل السياسي هو نتاج سياق اجتماعي وتفاعلي أكثر منه استجابة فردية مباشرة للرسائل الإعلامية.

نتائج الدراسة:

أن عملية تكوين الراي الانتخابي ليست عملية فردية ولكنها عملية جماعية وتفسير ذلك أن الناس يعيشون أوضاعا اجتماعية متقاربة عادة مصالح ومشاعر واحتياجات مشتركة وينعكس ذلك على اتجاههم وأرائهم، ومنها ارائهم السياسية فيما يتعلق بالشخص أو الحزب الذي يؤيدونه في الانتخابات.

كشفت الدراسة عن وجود افراد يتميزون عن سواهم بكونها أكثر اتصالا بوسائل الاتصال الجماهيرية من صحف ومجلات وإذاعة وأنهم أحرص من غيرهم على متابعيها ونقل مضمونها إلى باقي أفراد الجماعة التي ينتمون إليها وأطلق على هؤلاء قادة الراي.

تبين من الدراسة ان غالبية افراد العينة لا يحصلون على معلوماتهم من وسائل الإعلام مباشرة، وإنما يحصلون عليها من خلال اتصالهم المباشر بقادة الراي في الجماعات التي ينتمون إليها.

لقد توصل الباحثون الا أن الاتصال الشخصي يلعب دوار مهما في تكوين وتوجيه الراي العام إلى جانب وسائل الإعلام وأن قادة الراي يمثلون عنصرا مهما في عملية الاتصال الشخصي ويلعبون دور الوسيط وأن " الاتصال الشخصي والإقناع المواجهي له دور أكبر في اتخاذ قرار التصويت من هنا كان الفرض الخاص بتدفق المعلومات على مرحلتين.

والذي ينتقل من الراديو والصحف الى "قادة الراي" ومن هؤلاء الى القسم الأقل نشاطا منهم في قطاعات الشعب وسمي بعد ذلك نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين وضح الباحثون بأن الوسيلة لا تؤثر مباشرة على الجمهور

النهائي تأثير وسيلة الإعلام يتم بواسطة قادة الراي الذين ينوبون عن أفراد الجماعات التي ينتمون إليها " **(فضة عباسي ، 2017، صفحة 69)**

وأشارت النتائج إلى تدعيم الدراسات السابقة بالنسبة لأهمية دور الاتصال الشخصي في تكوين الرأي العام وكذلك بالنسبة لعملية سريان الاتصال على مرحلتين:

وهكذا اقترح البحث حركة للمعلومات من خلال مرحلتين أساسيتين: **(جيهان رشتي، 1978، صفحة 92)** من وسائل الإعلام إلى أفراد ذوي إطلاع حسن نسبيا يولون عناية متكررة لوسائل الاعلام.

من هؤلاء الأشخاص ومن خلال قنوات اتصالهم بالأخرين تنتقل المعلومات إلى أفراد تعرضوا مباشرة بصورة أقل لوسائل الإعلام ويعتمدون على أخرين في الحصول على معلوماتهم وسميت عملية الاتصال هذه " التدفق ذو الخطوتين للإعلام " " وقد سمي من لديهم اتصال أكبر لوسائل الإعلام قادة الرأي إذ سرعان ما وجد أنهم لم يكونوا ناقلين محايدين للمعلومات بل كانوا يلعبون دوار هاما في تشكيل النوايا الانتخابية لدى من يمررون لهم المعلومات وسرعان ما أصبح هذا الشكل من التأثير الشخصي معروفا كعملية متداخلة هامة أخذت مجراها لدى الكثير من الناس فيما بين الرسائل الإعلامية والاستجابات لهذه الرسائل. **(ميلفين ديفليدا ، 1992)**

و منه نستخلص أن نظرية التأثير على مرحلتين و ما دار من دراسات تغيرات أساسية حيث أفرزت تصور جديد لعلاقة الفرد بوسائل الإعلام إلا أنها انساقت بقدر كبير وراء تأثير العلاقات الاجتماعية للفرد مقابل تقليص دور وسائل الإعلام و العوامل الخارجية الأخرى التي قد يلاحظ وجودها عند التأثير فيرى محمد الحميد " أيا كان النقد الموجه إلى بناء الفرض النظري لها ، فإنها بداية قد أثبتت أن الفرد في جمهور وسائل الإعلام ليس فردا منعزلا و لكنه ينتمي بشكل أو بأخر إلى شبكة من العلاقات الاجتماعية التي تؤثر في سلوكه الاتصالي مع وسائل الاعلام وقراره الذي يعكس تأثيره بمحتوى الإعلام من عدمه و سلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام بالتالي

أثبتت عدم فاعلية الفرض الخاص بالتأثير المباشر لوسائل الإعلام و نظريات الطلقة السحرية أو الحقنة تحت الجلد التي كانت سائدة وقت إذن. (**فضيل دليو، 2010، صفحة 106**)

خلاصة:

في ختام هذه المحاضرة، يمكن القول إن دراسة "**اختيار الشعب** "لبول لازار سفيلد تمثل نقطة تحول مهمة في علم الاجتماع السياسي وعلوم الاتصال، إذ قدّمت نموذجًا منهجيًا لفهم سلوك الناخبين وتأثير وسائل الإعلام على الرأي العام. أظهرت الدراسة أن القرارات الانتخابية ليست مجرد نتائج فردية مستقلة، بل تتأثر بالعلاقات الاجتماعية والشبكات المحلية، مما أبرز أهمية التفاعل الاجتماعي في عملية صنع القرار السياسي. كما سلّطت الضوء على دور الإعلام في تعزيز أو تعديل الاتجاهات السياسية، لكنها أكدت أن تأثيره غالبًا يكون محدودًا بالمقارنة مع تأثير المحيط الاجتماعي المباشر.

بالتالي، توفر هذه الدراسة إطارًا منهجيًا ونظريًا لفهم العلاقة بين الفرد والمجتمع والسياسة، وتبقى مرجعًا أساسيًا لكل الباحثين في ميادين السوسيولوجيا السياسية وعلوم الاتصال.