

قيادة الرأي في المجتمع السعودي

دراسة وصفية استقرائية في ضوء نظرية

انتقال المعلومات على مرحلتين

د . محمد بن سعود البشر

قسم الإعلام - كلية الدعوة والإعلام

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

ملخص البحث :

تتناول هذه الدراسة موضوع قيادة الرأي في المجتمع السعودي ، و تحاول اكتشاف سماتهم و خصائصهم في ضوء التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي الاستقرائي في النظر إلى التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين واستخلاص الحقائق المتعلقة بالسمات العامة لقيادة الرأي المؤثرين و من ثم محاولة تطبيقها على ما يمكن وصفهم بقيادة الرأي في المجتمع السعودي . وقد توصل الباحث إلى سمات ثلاث تستند إلى حقائق علمية وشواهد من الواقع المعاش يمكن أن تكون من أهم سمات قيادة الرأي المؤثرين في المجتمع السعودي :

الصفة الأولى : هي الصفة الدينية وهي أبرز سمات قيادة الرأي في المجتمع السعودي .

الصفة الثانية : هي الثقة والقبول الاجتماعي .

الصفة الثالثة : هي التعرض لوسائل الاتصال المختلفة من أجل الحصول على المعلومات

الضرورية التي يقومون بصياغتها وتفسيرها ومن ثم نقلها إلى الجمهور المراد التأثير فيه .

تمهيد :

يشهد المجتمع السعودي تغييرين أساسيين: الأول مرتبط بالانفتاح الإعلامي، والآخر بتوجه القيادة السياسية نحو الإصلاح في كل مجالات الحياة المجتمعية، ومنها حرية الرأي والتعبير والمشاركة السياسية للمواطن. فالأول قاسم مشترك بين المجتمعات المعاصرة، إذ أصبحت وسائل الإعلام عاملاً رئيساً في صياغة الرأي والتوجهات العامة بعد الذي حققته من نقلة كبيرة في صناعة المعلومة، وتخطيها لحواجز السياسة والجغرافيا، وتعدد قنوات الاتصال والمعلومة. والتغيير الثاني مرتبط بالحراك السياسي والاجتماعي في المجتمع السعودي، إذ صاحب الانفتاح الإعلامي العالمي توجه محلي حقيقي ملموس نحو الإصلاح السياسي، ومن ذلك إعادة النظر في طبيعة عمل المؤسسات الإعلامية، ومنحها المزيد من حرية الرأي والتعبير، ورفع الجزئي للرقابة الحكومية على المضامين الإعلامية، وتوسيع دائرة المشاركة السياسية للمواطن - بصفة محلية.

هذان التغيران يفرضان حقيقة جديدة على صناعة الرأي العام في المملكة، ويفتحان المجال للمتخصصين لدراسة العوامل المؤثرة على صياغة الرأي العام، واكتشاف فئة المؤثرين على هذا الرأي، ومعرفة سماتهم وخصائصهم، والشروع في إجراء الدراسات العلمية التطورية التي تؤسس لتراكم علمي معرفي متخصص عن هذه الظاهرة الاجتماعية التي أصبحت واقعاً ملموساً يعيشه السعوديون بكل فئاتهم الاجتماعية.

هذه الدراسة تتناول موضوع قادة الرأي في المجتمع السعودي، وتحاول اكتشاف سماتهم وخصائصهم في ضوء التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين. قسم الباحث دراسته إلى تمهيد، ومقدمة منهجية تشمل على

مدخل إلى موضوع الدراسة، ثم أهمية الدراسة، فاستعراض للدراسات السابقة، ثم تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها ومنهجها، ثم ثلاثة مباحث رئيسة. يتناول المبحث الأول البناء المعرفي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين ومفهوم قادة الرأي في هذه النظرية. ويعرض المبحث الثاني لمفهوم قادة الرأي في المجتمع السعودي. أما المبحث الثالث فيكتشف سمات قادة الرأي في المجتمع السعودي.

ثم ختمت الدراسة برؤية علمية تؤسس لدراسات مستقبلية في الظاهرة موضوع الدراسة.

* * *

مقدمة منهجية :

أولاً: مدخل إلى موضوع الدراسة :

حتى عام ١٩٥٥م ، كان الباحثون المتخصصون في نظريات التأثير الإعلامي يتبنون الاتجاهات البحثية التي تؤيد التأثير المباشر لوسائل الإعلام ، وما يؤيدها من نظريات ، مثل نظرية (المجتمع الجماهيري) ، ونظرية (الرصاصة)^(١) ، ولكن هؤلاء الباحثين توقفوا عن تأييد هذا النوع من الاتجاه البحثي الذي يأخذ بالرأي القائل إن وسائل الإعلام لها تأثير مباشر على معتقدات الجماهير وآرائهم ومواقفهم بعد الدراسة التي أجراها لازارزفيلد وزملاؤه عام ١٩٤٤م بعنوان اختيار الشعب *The People's Choice* واستغرقت عشر سنوات ، حيث نشرت نتائجها عام ١٩٥٥ في الكتاب الذي أعده كاتز *Katz* ولازارفيلد *Lazarsfeld* بعنوان : التأثير الشخصي *Personal Influence* . هذا الجهد العلمي الذي بذله الباحثان عدّه المتخصصون اتجاهاً جديداً في دراسات التأثير الإعلامي ، يركز على قادة الرأي ، وطبيعة تكوينهم ، وسماتهم ، وأساليب تأثيرهم على الجمهور. قادة الرأي هؤلاء يمثلون المرحلة الثانية في تدفق المعلومات التي يتعرض لها الجمهور من وسائل الإعلام^(٢) .

وإذا كانت دراسات التأثير المباشر لوسائل الإعلام في صياغة المواقف والاتجاهات قللت من أهمية الاتصال الشخصي كمتغير بحثي في عملية التأثير ، إلا

(١) McQuail, Denis.(1987). *Mass Communication Theory: An Introduction* . PP. 252-254

(٢) Lowery, Shearon A. & DeFleur, Melvin L. (1988). *Milestones in Mass Communication Research* P. 165

أن الدراسات التي تلت دراسة لازافيلد وكاتز أسهمت في تعزيز هذه المتغير وزيادة فاعليته في التأثير على الجمهور^(١) وبخاصة في القضايا ذات الصبغة السياسية. ومن هذه القناعة التي أكدتها دراسات الباحثين ، ولأن المجتمع السعودي يعتمد بشكل كبير على الاتصال الشخصي بوصفه قناة من أهم قنوات التأثير على جمهور وسائل الاتصال و المستوى الاتصالي الأبرز في فهم عملية التفاعل بين أفراد المجتمع السعودي وما ينتج عنه من تبلور رأي عام تجاه القضايا المطروحة في المجتمع ، تأتي هذه الدراسة التي تتناول موضوع قادة الرأي في المجتمع السعودي الذين يمثلون المرحلة الثانية في نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين ، المبنية على الفرضية العلمية التي تقول : إن تدفق المعلومات من وسائل الاتصال الجماهيري يستقبلها قادة الرأي في المجتمع و من ثم ينقلون هذه المعلومات بدورهم إلى الجمهور^(٢).

ثانياً: أهمية الدراسة :

تنبق أهمية الدراسة الحالية من الاعتبارات التالية :

- ١ - أهمية الاتصال الشخصي في العملية الاتصالية ، حيث يتجاوز فيه قادة الرأي مهمة نقل الرسائل التي تبثها وسائل الاتصال إلى الجمهور إلى تفسير هذه الرسائل ، بل وإلى تقديم وجهات نظر أخرى مخالفة لهذه الوسائل ومغايرة لها^(٣) ، وهو ما يلاحظ في المجتمع السعودي بشكل ظاهر . فخصائص أفراد الثقافة ، وتكوينه البنيوي الاجتماعي يمنح

(١) حمدي ، حسن. الاتصال و بحوث التأثير في دراسات الاتصال الجماهيري ، ص ٦٠

(٢) البشر ، محمد بن سعود. مقدمة في الاتصال السياسي ، ص ٤١

(٣) المرجع السابق ، ص ٤٢

قادة الرأي فيه الثقة والمصداقية التي تُعد " أهم سمات قادة الرأي المؤثرين " (١) .

٢- أن المجتمع السعودي يشهد انفتاحاً إعلامياً لم يكن مألوفاً عند السعوديين إلى وقت قريب ، وحركة الإصلاح السياسي التي يشهدها المجتمع منحت وسائل الإعلام المحلية قدراً من حرية الرأي والتعبير ، وهو ما يسهم في بلورة رأي عام (غير رسمي) تجاه القضايا العامة التي يعيشها المجتمع ، وهو ما يعزز - بدوره - ظهور قادة رأي مؤثرين في اتجاهات ومواقف أفراد المجتمع .

٣- أن هذه الدراسة تُعد - حسب علم الباحث - من الدراسات التأسيسية في موضوعها ، فلم يتناول المتخصصون موضوع قادة الرأي في المجتمع السعودي بدراسة مستقلة ، وهو ما يمثل توجهاً جديداً في معرفة قادة الرأي المؤثرين في اتجاهات الرأي العام في المملكة العربية السعودية ، ويفتح المجال للمتخصصين لإجراء دراسات مماثلة تنقد هذه الدراسة ، أو تؤيدها ، أو تضيف إليها .

ثالثاً: الدراسات السابقة :

كثيرة هي الدراسات الأجنبية التي تناولت موضوع قادة الرأي في المجتمع ، سواء في الرسائل العلمية أو الدراسات المنشورة في الدوريات العلمية المحكمة ، ولذلك فإنه من المتعذر حصر هذه الدراسات جميعها ، وإنما سنعرض إلى أهمها ، وبخاصة ماله صلة وثيقة بموضوع هذه الدراسة ، وهو سمات قادة الرأي المؤثرين . ومن هذه الدراسات الدراسة التي أعدها كل من تشان ومسرا (Chan &

(١) Lowery & DeFleure, ibid, P. 169

1990 Misra) بعنوان : سمات قادة الرأي ، إذ استعرض الباحثان التراكم العلمي المنبثق من نظرية انتقال المعلومات ثم استخرجا عدداً من سمات قادة الرأي التي تكررت في الدراسات السابقة وأجريا مسحاً ميدانياً لعينة بحثية قوامها ٣٧٦ مبحوثاً لمعرفة آرائهم حول ترتيب هذه السمات حسب أهميتها . وأكدت نتائج الدراسة أن المصدقية والثقة، والمكانة الاجتماعية، والتعرض المستمر لوسائل الإعلام تأتي في طليعة سمات قادة الرأي المؤثرين^(١).

وأكد روبرت وزملاؤه (Robert, etal. 1991) في دراستهم بعنوان: الكاريزما في قيادة الرأي، على السمات الشخصية للأشخاص المؤثرين في المجتمع التي من أهمها اقتناع قادة الرأي أنفسهم بالقضايا التي يتحدثون فيها إلى الجمهور إذا كانوا يرومون التأثير في معتقداتهم وسلوكهم. وحدد روبرت وزملاؤه مستويات ثلاثة للسمات الشخصية الناجحة لقادة الرأي . الأول يتعلق بالصفات الشخصية، والثاني العلاقة بين قائد الرأي وجمهوره، والمستوى الثالث يتعلق بمكانة قائد الرأي المعتبرة في المجتمع^(٢). وأجرى وايمان (Wiemann, 1991) دراسة عن الأشخاص المؤثرين في المجتمع بعنوان : المؤثرون ، عودة إلى مفهوم قادة الرأي ، اعتمد فيها على المنهج الاستقرائي في استعراض سمات قادة الرأي من خلال التراكم العلمي للدراسات السابقة^(٣). كما أعد وايمان (Wiemann, 1996) دراسة أخرى بعنوان : من يرتب الأولويات ؟ ترتيب الأولويات في نظرية

(١) Chan, Kenny K. & Shekhar, Misra (1990). Characteristics Of opinion Leaders: A New Dimension

(٢) Robert, House J., Spangler, William D., & Woycke, James (1991), Personal Influence and Opinion Leadership."

(٣) Wiemann, G.(1991). "The Influentials: Back to the Concept of Opinion Leaders."

انتقال المعلومات على مرحلتين^(١) . حاول وايمان في دراسته أن يمزج بين اتجاهين بحثيين أساسيين في دراسات التأثير الإعلامي ، وهما ترتيب الأولويات والتأثير الشخصي لقادة الرأي . وخلص الباحث إلى نتيجة رئيسة مفادها أن جمهور وسائل الإعلام ليس جمهوراً سلبياً *Passive* ، وأن من بين هذا الجمهور أشخاص ناشطون *Active* في تلقي المعلومة من وسائل الإعلام ومن ثم إعادة نشرها إلى الجمهور من جهة أو إلى وسائل الإعلام نفسها من جهة أخرى لتعيد هذه الوسائل ترتيب اهتماماتها وفقاً لتوجهات قادة الرأي .

وأما الدراسات العربية فإنها تعاني من ندرة في البحوث المتخصصة في موضوع الدراسة ، ومعظمها يتعلق بقضايا عامة ، مثل الرأي العام ، والعوامل المؤثرة في الرأي العام والدراسات التطورية للرأي العام في المجتمعات العربية. وما اطلع عليه الباحث - على قلته - يتناول جزئيات قادة الرأي في مجتمعات معينة وفي موضوعات معينة . ومن هذه الدراسات دراسة عرفة (١٩٩٢) التي تناولت الاتصال الشخصي وقيادة الرأي العام في مجال تنظيم الأسرة.^(٢) حاول الباحث في دراسته أن يتعرف على العوامل التي تسهم في تكوين قيادة الرأي في ريف مصر في مجال تنظيم الأسرة ، وقياس مصداقية قادة الرأي في هذا الموضوع ثم الوصول إلى مجموعة من العوامل التي يمكن أن تزيد من فاعلية الاتصال الشخصي تجاه هذه القضية الاجتماعية . أما مختار أبو الخير (١٩٩٢) فقد أجرى دراسة مشابهة تناولت أثر الاتصال الشخصي في تكوين العقل العام لتنمية الإنسان بالريف

(١) Brosius, Hans-Bernd & Wiemann, Gabriel.(1996) " Who Sets the Agenda? Agenda-setting as a two-step flow". Communication Research, Vol. 23, no. 5. 561-580

(٢) عرفة، محمد. الاتصال الشخصي وقيادة الرأي في مجال تنظيم الأسرة: دراسة نظرية و تطبيقية. مجلة بحوث

الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن، ديسمبر ١٩٩٢، ص ص ١١ - ٣١

المصري.^(١) تناولت الدراسة أثر قادة الرأي في الاتصال الشخصي لإيجاد وعي عام يؤمن بأن التعبير عن الرأي هو حق أساس متكافئ لكل أفراد المجتمع ، وذلك لهدف أساس سعت له الدراسة وهو تقرير مدى إمكانية استخدام الاتصال الشخصي في تكوين العقل العام .

وفي مجال الدراسات المحلية التي أجريت في المجتمع المملكة العربية السعودية لم يعثر الباحث على دراسة تتعلق بسمات قادة الرأي في المجتمع السعودي ، وما هو موجود يمثل رسائل علمية تناولت موضوع الاتصال الشخصي في المجتمع السعودي ، ولم تتعرض لمتغير قادة الرأي في مناهجها البحثية .

رابعاً: مشكلة الدراسة :

من خلال استعراض الدراسات العلمية ذات العلاقة بموضوع الدراسة ، و في ضوء المنهج العلمي الذي اعتمده الباحث فإن هذه الدراسة تسعى إلى استقراء أبرز سمات قادة الرأي المؤثرين من خلال التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين و من ثم تطبيق هذه السمات على ما يمكن تسميتهم بقادة الرأي في المجتمع السعودي وفق الشواهد الواقعية و الخصوصية الثقافية للمجتمع السعودي من أجل صياغة توجه علمي يؤسس لدراسات مستقبلية في الظاهرة موضوع الدراسة.

خامساً: تساؤلات الدراسة :

١- ما البناء العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين ؟ و ما مفهوم

قادة الرأي في هذه النظرية؟

٢- ما مفهوم قادة الرأي في المجتمع السعودي؟

(١) أبو الخير، مختار محمد فواد. الاتصال الشخصي بين التلقين و خلق العقل الواعي لتنمية الإنسان بالريف: دراسة تجريبية على قريتين مصريتين . مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن، ديسمبر ١٩٩٢، ص ص

٣- ما سمات قادة الرأي في المجتمع السعودي في ضوء التراكم العلمي
 لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين و الخصوصية الثقافية
 للمجتمع السعودي؟
 سادساً: منهج الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي الاستقرائي وهو منهج يبدأ في تأمل جزئيات التراكم العلمي لموضوع معين ليصل منه إلى وصف عام للظاهرة المدروسة.^(١) وقد وصف براور وهنتر Brewer & Hunter المنهج الاستقرائي بأنه ذلك النوع من المناهج الوصفية الذي يعتمد على البحث عن حقائق النظرية الإعلامية وتطبيقاتها في مجتمع معين بحيث يفسر معطيات الواقع المدروس وفقاً لحقائق البناء المعرفي للنظرية.^(٢) ويؤكد الباحثان أن هذا المنهج العلمي لا يساعد على بناء نظرية جديدة ، وإنما يساعد على (صياغة توجه علمي) يؤسس لدراسات مستقبلية. وقد عمد الباحث في هذه الدراسة إلى استخدام هذا المنهج في استقراء التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين ، واستخلاص الحقائق المتعلقة بوصف قادة الرأي المؤثرين وسماتهم العامة ومن ثم محاولة تطبيقها على ما يمكن وصفهم بقادة الرأي في المجتمع السعودي .

ويُعدّ المنهج الاستقرائي من أهم المناهج البحثية التي تساعد الباحث على الإبداع إذ يُعمل الباحث عقله في قراءة الجزئيات ومن ثم ينتقل إلى صياغة كليات تقوم على استقراء المعرفة وتحليلها وربطها بالواقع ، أو الظاهرة موضوع الدراسة .

(١) عمر ، محمد زيان. البحث العلمي: مناهجه وتقنياته ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠٢م ص ٤٨
 (٢) Brewer, John & Hunter, Albert. (1989). Multimethod Research: A Synthesis of Styles. P. 30

المبحث الأول: البناء الهوفي لنظرية 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 لازارزفلد 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 متوقعا أن تحدثه وسائل الإعلام الجماهيرية ، وبخاصة الإذاعة والصحف^(١) ، وفسر 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 ، ثم ينقلون هذا التأثير بدورهم إلى الجماهير عبر قنوات اتصالية متنوعة أهمها الاتصال الشخصي . وبناءً على نتائج هذه الدراسة طور لازارزفلد Lazarsfeld وكاتز Katz عام ١٩٥٥م نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين التي قامت على الفرضية التالية^(٢) :

أن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تنقل 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

(١)De Vito, Joseph A. (1985). P. 433

(٢)Infante, Rancer, & Womack. (1997). P. 361

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).^(١)

ومنذ ظهور هاتين الدراستين (دراسة عام ١٩٤٤ ، وعام ١٩٥٥) حظي متغيرا الاتصال الشخصي وقادة الرأي باهتمام كبير من الباحثين المتخصصين في دراسات الاتصال السياسي ، وبخاصة ذلك النوع من الدراسات الذي يتناول تأثير قادة الرأي في المشاركة السياسية الشعبية.^(٢)

ولما كانت نظرية ترتيب الأولويات من أهم النظريات التي طبقها الباحثون في دراسات الاتصال السياسي^(٣) ، فقد عمد كثير منهم إلى المزاوجة بين الفروض التي قامت عليها هذه النظرية ونظرية انتقال المعلومات على مرحلتين لمعرفة مدى تأثير الجمهور بأولويات القضايا التي ترتبها وسائل الإعلام لقادة الرأي ، ففي دراسة لهما بعنوان : (من يرتب الأولويات ؟ نظرية ترتيب الأولويات على مرحلتين) اختبر كل من بروسس Brosius و وايمان Weimann أربعة نماذج لانتقال ترتيب الأولويات على مرحلتين أوضح فيها الباحثان الدور الذي يقوم به قادة الرأي كمتغير وسيط وهام في انتقال المعلومات عن الأحداث والقضايا بين وسائل الإعلام والجمهور . وكان من أهم نتائج الدراسة أن لقادة الرأي دور مؤثر

(١) ibid

(٢) Weimann, Gabriel. (1994) P. 181

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

ليس فقط في نشر القضايا بين الجمهور ، بل حتى التأثير في أولويات الوسائل الإعلامية نفسها. ^(١)

هذه النتيجة هي مؤكدة لدراسة ساندرنا بول روكيتش -Sandra Ball-Rokeach عام ١٩٨٥ التي أشارت فيها إلى حقيقة أن الأشخاص النشطين في بيئة الاتصال الشخصي يتأثرون سلباً أو إيجاباً برسائل الوسيلة الإعلامية ثم ينعكس هذا التأثير على الجمهور. ^(٢)

إذن قادة الرأي هم المتغير الوسيط والأهم في التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين ، وغيرها من نظريات التأثير الإعلامي التي زاوجت بين هذه النظرية وغيرها من النظريات الإعلامية المعروفة . المتغير الوسيط والأهم باعتبار أن هناك أشخاصاً آخرين يمثلون متغيراً وسيطاً في انتقال المعلومة بين وسائل الإعلام والجمهور ، لكنهم لا يرقون إلى التأثير الذي يحدثه قادة الرأي ، كما لا تنطبق عليهم كثير من السمات والأوصاف التي ذكرها الباحثون في دراساتهم عن قادة الرأي ^(٣) ، بل إن قادة الرأي أحياناً يوصفون بـ (الأشخاص المؤثرين) Influentials في دراسات المتخصصين في بحوث الرأي العام تأكيداً لتمييزهم عن الأشخاص غير المؤثرين الذين يكتفون بنقل المعلومة فقط دون محاولة تبنيها في نقلها للجمهور ، أو إعادة تفسيرها ، أو حتى رفضها. ^(٤)

(١) Brosius & Weimann, (1996), P. 561

(٢) Ball-Rokeach (1985), P. 501

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

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

وإذا كان التمييز بين قادة الرأي المؤثرين وغيرهم من الأشخاص الذين يمثلون وسيطاً في نقل المعلومة بين وسائل الإعلام والجمهور وارداً في القضايا العامة التي تعرضها وسائل الإعلام ، فإنه في مجال القضايا السياسية يتأكد بشكل أكبر. ذلك أن قادة الرأي السياسي في المجتمع لهم سمات وخصائص تختلف عن غيرهم من قادة الرأي في المجالات التنموية الأخرى . فهذا النوع من القادة يؤثر في القضايا التي تمثل الاهتمامات المجتمعية ، وهي قضايا تُعد قاسماً مشتركاً بين فئات الجمهور المختلفة ولا تقتصر على فئة بعينها ، كالذين لهم اهتمامات بالمتكررات الحديثة ، أو القضايا التنموية الآنية المحددة بأزمة 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 يعبرون عن الاتجاه العام في المجتمع تجاه قضايا ملحة".^(٣) وهذا المفهوم يتفق مع ما توصل إليه كل من ديانا وبيث وتشارلز Diana , Beth and Charles في وصفهم لقادة الرأي المؤثرين بأنهم المدركون للقضية التي يريدون الحديث عنها ، وهي القضية التي تمثل صدارة اهتمامات المجتمع.^(٤) وحديث قادة الرأي عن القضايا المجتمعية يأتي في سياق العملية التأثيرية ، أي أن

(١) Smith, K.A. (1987) Newspapers Coverage and Public Concern About Community Issues. Journalism Monograph. Vol. 101, 1-34.

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

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

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

يقصد بها إحداث أثر في الرأي العام لتحقيق مصلحة عامة ، بتعبير روبرت وزملائه Robert, etal. ^(١) ويمكن القول إنه ليس لقادة الرأي سمات دائمة تميزهم عن غيرهم في المجتمع ، لأن قيادة الرأي ليست علامة ظاهرة يعرف بها أصحابها ، لكنها إدراك لدور معين في عملية الاتصال، ^(٢) إذ يتبين أثرهم في التفاعل الاتصالي داخل المجتمع، ^(٣) وإن ذهب بعض الباحثين إلى القول بأن قادة الرأي يمارسون تأثيرهم في الآخرين بحكم وظائفهم الرسمية ، أو ثقة الآخرين بهم أو تمتعهم بمصداقية عالية. ^(٤)

والخلاصة أن قادة الرأي في مفهوم نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين هم الأشخاص المؤثرون في الرأي العام ، والذين يمثلون المتغير الأهم في البناء المعرفي لهذه النظرية باعتبارهم 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 باعتبارهم مؤثرين في القضية التي يتحدثون عنها ، ومؤهلين علمياً ومعرفياً بطريقة تكسبهم المصداقية وتساعدهم على إحداث الأثر المطلوب .

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

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

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

(٤) تعريف الحزب الوطني الديمقراطي المصري www.ndp.org

وحيث إن هذه النظرية نشأت من خلال دراسات ذات طبيعة سياسية،^(١) فإن وصف (قادة الرأي) ينصرف غالباً - إلى (الرأي السياسي) في التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين .

المبحث الثاني: مفهوم قادة الرأي في المجتمع السعودي :

في ظل ندرة الدراسات الإعلامية المحلية في مجال الاتصال السياسي ، فإن مهمة الباحث في تحديد مفهوم قادة الرأي السياسي في المجتمع السعودي تواجهها الكثير من المعوقات الأكاديمية والثقافية .

فأما المعوقات الأكاديمية فإن مجال الدراسات الإعلامية المحلية ذات الطبيعة السياسية يبدو أقل مجالات البحث والدراسة اهتماماً من قبل أساتذة الإعلام في الجامعات السعودية أو المتخصصين في المؤسسات الحكومية ذات العلاقة بمثل هذه المجالات البحثية مثل وزارتي الإعلام و الخارجية ، وما هو موجود من رسائل علمية في برامج الدراسات العليا في الجامعات السعودية - على ندرته^(٢) - إنما يمثل بدايات للتراكم العلمي في مجال الاتصال السياسي في المجتمع السعودي . أما موضوع قادة الرأي في المجتمع السعودي فلم يعثر الباحث على دراسات علمية متخصصة في هذا الموضوع .

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

(٢) يتصدر قسم الإعلام في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية أقسام الإعلام الأخرى في هذا المجال بحكم أسبقيته في برامج الدراسات العليا ، وقد سجل فيه عدد من رسائل الماجستير والدكتوراه في مجال الاتصال السياسي.

وأما المعوقات الثقافية فإن المجتمع السعودي حديث عهد بالمشاركة السياسية ، وهو المصطلح الذي يتردد كثيراً في دراسات المتخصصين في الإعلام السياسي ، ومن بيئة المشاركة السياسية يظهر قادة الرأي وتوسع دائرة تأثيرهم .

إن مفهوم (المشاركة السياسية) لم يعرفه المجتمع السعودي - نسبياً - إلا في السنوات الخمس الماضية تحديداً ، بعد أن شهدت مجالات حرية الرأي والتعبير الإعلامي في المجتمع عدة تطورات ، منها ما يرتبط باستيعاب التنظيمات الحديثة للعمل الإعلامي في المملكة للتغيرات التي عرفها مجال الاتصال مهنيًا وتقنيًا وتنظيميًا ،^(١) ومن ذلك التوجه نحو تحويل المؤسسات الإعلامية الحكومية (الإذاعة التلفزيون ، وكالة الأنباء) إلى مؤسسات عامة ، ما يمنحها قدرًا مقبولاً من الحرية.^(٢) إلى جانب تعدد البدائل الاتصالية المتاحة في المجتمع السعودي حالياً ، ومنها الانترنت ، التي أسهمت في ظهور أنماط اتصالية قادرة على تخطي الحدود الجغرافية وتجاوز الرقابة المحلية .

كما أن من بين العوامل التي أثرت في اتساع هامش الحرية الإعلامية تنامي حركة الإصلاح السياسي والإداري في المملكة التي جاءت استجابة لزيادة الوعي السياسي في المجتمع ، إلى جانب الرغبة في مسايرة التغيرات الدولية ذات العلاقة بحقوق الإنسان ، والحريات المدنية والمشاركة السياسية ، ومن ذلك تأسيس مركز

(١) العسكر ، فهد بن عبدالعزيز. معالجة مواد الرأي في الصحف السعودية لقضايا الإرهاب المحلي. بحث مقدم لمؤتمر: موقف الإسلام من الإرهاب. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض ، ١ - ٣/٣/١٤٢٥هـ

(٢) صدر قرار مجلس الوزراء عام ١٤٢١هـ بالموافقة على توصية مجلس الشورى بتاريخ ٢٥/٣/١٤١٩هـ بتحويل الإذاعة و التلفزيون و وكالة الأنباء إلى مؤسسات عامة تكون لها مرونة مالية و تدار على أسس استثمارية.

الملك عبدالعزيز للحوار الوطني،^(١) وهيئة حقوق الإنسان الحكومية والأهلية،^(٢) وإنشاء مجالس بلدية نصف مقاعدها منتخبة من المواطنين.^(٣)

وتبعاً لهذه التغيرات التي شهدتها المجتمع السعودي في السنوات الخمس الماضية وبخاصة في مجال حرية الرأي والتعبير الإعلامي وتعزيز المشاركة السياسية، فقد بدأ مفهوم قادة الرأي السياسي يتشكل وتتضح مرتكزاته الأساسية وفقاً لثقافة المجتمع السعودي وطبيعة خصوصيته الدينية المحافظة. والمتبع لاتجاهات الرأي العام في المملكة يلحظ أن أكثر من يؤثر فيه هم الأشخاص الذين لهم القدرة والثقة في أنفسهم وعلمهم وتجاربهم لإنتاج خطاب عام في المجتمع بقصد التأثير في الرأي العام وحمله على الاستجابة لهم، أو هم: الأشخاص المؤهلون علمياً الذين يلجأ إليهم الرأي العام بحثاً عن معلومة أو طلباً لموقف تجاه قضية محددة من قضايا المجتمع. ويأتي في صدارة هؤلاء: العلماء، الدعاة، الإعلاميون الذين لهم قنوات اتصال فاعلة في المجتمع.

وهذا المفهوم الأخير مركب من عنصرين أساسيين: الأول: أن يكون الشخص مؤهل علمياً بحيث يكون مصدر ثقة ومصداقية لدى الرأي العام مثل العلماء والدعاة، أو أن يصل إلى الرأي العام من خلال قناة اتصال فاعلة ومؤثرة. والعنصر الأخير مشروط بصفة الديمومة، بمعنى أن يكون قادة الرأي على اتصال دائم بالمجتمع من خلال هذه القناة أو تلك مثل رؤساء تحرير الصحف والكتاب.

(١) تأسس مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني في ١٤٢٤/٥/٢٤ هـ بهدف إقامة حوار بين فئات المجتمع المختلفة بهدف تعزيز الوحدة الوطنية.

(٢) صدرت الموافقة السامية على تأسيس الجمعية الوطنية لحقوق الإنسان في ١٤٢٥/١/١٥ هـ، كما صدر قرار مجلس الوزراء رقم ٢٠٧ بتاريخ ١٤٢٦/٨/٨ هـ على قيام هيئة حقوق الإنسان (حكومية).

(٣) الجمعية، أحمد بن محمد. حرية الرأي والتعبير الإعلامي في المجتمع السعودي. ١٤٢٧ هـ. ص ٦-٧.

والمتابع لمسيرة التطور الثقافي في المجتمع السعودي يلحظ الأثر الكبير للفئة الأولى من قادة الرأي غير الرسمي، وهم العلماء و الدعاة. وسبب ذلك ظاهر وجلي ، وهو أن المجتمع السعودي مجتمع متدين ومحافظ ، بل إن الدولة تأسست على منهج الإسلام، وشريعته مهيمنة على كل أنظمة الدولة ، والتنشئة السياسية للمواطن قامت على أسس من العقيدة والشريعة في كل مجالات حياته المختلفة ، ولذلك كان للعلماء والدعاة القبول من الرأي العام باعتبارهم المرجعية الأولى لما يحظون به من مصداقية وثقة . وإذا كان العامل الديني يمثل متغيراً أساسياً في تشكيل الرأي العام الغربي تجاه القضايا التي يطرحها قادة الرأي هناك،^(١) فإن هذه الحقيقة تتأكد في المجتمعات التي يتصف مجتمعها بالتدين كما هو الحال في المجتمع السعودي .

المبحث الثالث: سمات قادة الرأي في المجتمع السعودي :

من تساؤلات هذه الدراسة تحديد سمات قادة الرأي في المجتمع السعودي بوصفها من الدراسات التأسيسية في موضوعها والتي من المؤمل أن تحدد الملامح العامة لقادة الرأي بحيث تبنى عليها الدراسات المستقبلية . والجهد التحليلي لاستنتاج هذه السمات مبني على معيارين علميين أساسين :

الأول : تتبع التراكم العلمي في مجال قادة الرأي المبني على نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين ، واستقراء ما فيه من سمات وخصائص ذكرها الباحثون في الدراسات السابقة ومحاولة تطبيقها على قادة الرأي في المجتمع السعودي .

الثاني : استصحاب الخصوصية الثقافية للمجتمع السعودي خلال مرحلة الاستقراء والتحليل . ذلك أن المجتمع السعودي مجتمع مسلم ، يتخذ من الشريعة الإسلامية المصدر الوحيد للتشريع ، ونظام العلاقة بين الشعب والحكومة قائمة

(١) Badaracco, Claire. (1992). Religious Lobbyists in the Public Square. P. 34

على مفهوم (البيعة) التي تحدد طبيعة العلاقة بين الحاكم والمحكوم ، وهو عامل مؤثر في إنتاج قادة الرأي ، وإدراك مدى تأثيرهم في المجتمع وطريقة تفاعلهم وحراكهم المجتمعي نحو الإصلاح المبرمج في مجالاته المختلفة .

وبناءً على هذين المعيارين ، ولما ذكر سابقاً في سياق مناقشة مفهوم قادة الرأي في المجتمع السعودي ، يمكن النظر إلى أهم سمات وخصائص قادة الرأي المؤثرين في المجتمع السعودي من خلال توافر السمات والخصائص التالية :

١ - الصفة الدينية : وهي سمة ذكرت في غير موضع من دراسات الباحثين في مجال نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين،^(١) وهي أبرز سمات قادة الرأي المذكورة في التراكم العلمي للنظرية والتي يمكن ملاحظتها بوضوح ظاهر في المجتمع السعودي ، بوصفة مجتمعاً متديناً يخرج المؤثرون فيه من أنساق المجتمع المرتبطة جميعها بالعامل الديني المهيمن على ثقافة المواطن السعودي . ولذلك كان للعلماء والدعاة في المملكة العربية السعودية أثر كبير في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا الداخلية أو الخارجية على حد سواء . فعلى المستوى المحلي نذكر - على سبيل المثال - الانتخابات البلدية التي أجريت في مناطق المملكة الإدارية.^(٢) فقد كان

(١) انظر :

Harik, Iliya F. (1971). *Opinion Leaders and the Mass Media in Rural Egypt: A Reconsideration of the Two-Step Flow of Communication Hypothesis.*

Fenton, James S. & Thomas R. Leggett. (1971). *A New Way to Find Opinion Leaders.*

Bockman, Sheldon; & William F. Gayk. (1977). *Political Orientation and Political Ideology.*

Badaracco, Calire. (1992). *Ibid*, P. 34

(٢) تُعدّ الانتخابات البلدية في المملكة أول خطوة حقيقة في الإصلاح السياسي والمشاركة السياسية الشعبية في إدارة الدولة ، صدرت بموجب قرار مجلس الوزراء رقم (٢٢٤) وتاريخ ١٧/٨/١٤٢٤هـ ، بهدف توسيع مشاركة المواطنين في إدارة الشؤون المحلية عن طريق الانتخاب وذلك بتفعيل المجالس البلدية

للشخصيات الدينية الأثر الكبير في تركية المرشحين ومن ثم فوزهم بمقاعد المجالس البلدية عبر وسائل الاتصال المختلفة.^(١) كما أن الأحداث الإرهابية التي وقعت في عدد من مدن المملكة شهدت بروز الخطاب الديني بوصفه خطاباً مؤثراً ومقنعاً في توجيه الرأي العام نحو اتخاذ موقف ديني وسطي معتدل تجاه هذه الأحداث ، وهو خطاب موجه إلى جمهور المواطنين بشكل عام بهدف الحفاظ على الأمن الفكري في المجتمع أو إلى الفئة التي ارتكبت أعمال الإرهاب والتفجير.^(٢) وعلى المستوى الخارجي أسهم العلماء والدعاة في مواجهة الحملة الإعلامية الغربية التي استهدفت المجتمع السعودي بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م ، وبخاصة ما له علاقة بالمؤسسات الدينية ومناهج التعليم ومؤسسات العمل الخيري التطوعي ، والقضايا الأخرى مثل المرأة وحقوق الإنسان وغيرها ما جعل الكثير من مراكز الدراسات الإستراتيجية ووسائل الإعلام الغربية تبحث في تأثير العامل الديني على قيادة الرأي في المجتمع السعودي .

وفقاً لنظام البلديات والقرى .. . انظر البند (أولاً) من (دليل انتخاب المجالس البلدية)، الرياض، وزارة الشؤون البلدية والقروية، ط ١، ١٤٢٥هـ.

(١) من هذه الوسائل، المحاضرات والندوات، الاتصال الشخصي المباشر، الاتصال الشخصي الموسط (عبر الهاتف بنوعيه الثابت والمحمول)، الإنترنت، وما عُرف بـ (القوائم الذهبية) للمرشحين الذين حصلوا على تزيكات من العلماء والدعاة. أما وسائل الاتصال المرئية والمسموعة فقد كان استخدامها محظوراً في الدعاية الانتخابية بنص المادة السادسة من الفصل الرابع من (دليل انتخاب المجالس البلدية).

(٢) اهتمت وسائل الإعلام السعودية المختلفة (الحكومية مثل الإذاعة والتلفزيون أو الخاصة مثل الصحف المحلية) بالحضور الديني ممثلاً في أعضاء هيئة كبار العلماء، وطلبة العلم الشرعي والدعاة في تنفيذ الفكر الذي كان سبباً في وقوع الأحداث الإرهابية في مدن المملكة المختلفة على مستوى الاتصال الجماهيري. أما على مستوى الاتصال الشخصي فقد تكونت لجان حوار ومناصرة في عدد من الوزارات الحكومية أغلبية أعضائها من طلبة العلم الشرعي والدعاة لهدف بيان موقف الإسلام من مثل هذه الأعمال الإجرامية.

الصفة الدينية لقادة الرأي في المجتمع السعودي لا تعني أن الشخص غير المنتمي لفئة العلماء والدعاة ليس مؤثراً في المجتمع ، بل تؤكد أن هذه الفئة من الأشخاص هم الأكثر تأثيراً في الرأي العام من غيرهم.^(١)

٢- الثقة والقبول الاجتماعي : وهي سمة أساس من سمات قادة الرأي ذكرها غير واحد من الباحثين المتخصصين في دراسات الرأي العام ، عبر عنها وإيمان (Wiemann, 1994) بمصطلح (الاعتراف والقبول الاجتماعي)^(٢) ، و (المصادقية)^(٣) ، ووصفها روبرت وزملاؤه (Robert, etal. 1991) بمكانة قائد الرأي المعتبرة في المجتمع.^(٤) ومن كانت هذه صفته فإن آحاد الرأي العام يتوجهون إليه لمعرفة آرائه ووجهات نظره تجاه القضايا العامة في المجتمع ، وهو بالتالي يؤدي وظيفته في محاولة صياغة الرأي العام والتأثير فيه.^(٥) ولذلك فإن قادة الرأي الذين يحظون بثقة أفراد المجتمع يُعدون مصادر مؤثرة عندما يكون هناك توجه جماهيري لمعرفة آرائهم ، والذين يبحثون عن المعرفة أو النصيحة تجاه قضايا معينة هم أكثر فئات الجمهور تأثيراً بقادة الرأي ، وبخاصة إذا كان الاتصال في مستواه الشخصي أو الجمعي ، كما أكدت ذلك نتائج دراسات قادة الرأي المبينة على التراكم المعرفي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.^(٦)

(١) انظر مثلاً التقرير الشامل الذي أعده اثنان و عشرون مراسلاً عالمياً لمجلة التايم الأمريكية بعنوان : (السعوديون مع من في الحرب ضد الإرهاب) ، في عددها الصادر بتاريخ ١٥ سبتمبر ٢٠٠٢م.

(٢) Wiemann, (1994), P. 88

(٣) Ibid

(٤) Robert, House; Spangler, William D., & Woycke, James, (1991), P. 366

(٥) Wiemann, ibid, P. 182

(٦) Ibid, P. 183

ولأن المجتمع السعودي يتميز بصفة التجانس والتكامل العقدي الذي يمتد تأثيره إلى جوانب الحياة المختلفة الاجتماعية والسياسية ، وهو عامل أساس في عملية ضبط السلوك المجتمعي وتوجيهه على المستويين الرسمي والشعبي فإن سمة (الثقة والقبول الاجتماعي) تبدو أكثر وضوحاً في التأثير على الرأي العام من غيره من المجتمعات الأخرى التي يظهر فيها الانقسام الأيديولوجي أو التباين الفكري أو التحزب السياسي ، ولذلك فإنه كلما كان الشخص أكثر ثقة وقبولاً من أفراد المجتمع كلما كان تأثيره في الرأي العام ظاهراً .

٣- التعرض لوسائل الاتصال : في هذا العصر الذهبي لوسائل الإعلام ، بعبارة كوهين Cohen^(١) ، الذي أصبحت فيه هذه الوسائل خاضعة للتنافس في إشباع حاجات الجمهور وباتت تعكس صوت المجتمع أكثر من كونها أداة سياسية للحكومات كما كان عليه الوضع قبل عقد التسعينيات الميلادية من القرن المنصرم ، فإن مهمة قادة الرأي تبدو أكثر وضوحاً في مراغمة هذه الوسائل والحد من تأثيرها على الرأي العام . ولذلك فإن من أهم سمات قادة الرأي في أي مجتمع أنهم يتعرضون لوسائل الإعلام أكثر من غيرهم كما أكد ليتل جون (Littlejohn, 1982) في وصفه لسمات قادة الرأي في نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.^(٢) وإذا كانت دراسات الرأي العام تشير إلى أن قادة الرأي لا يتعرضون كثيراً لوسائل الإعلام ، فإن قادة الرأي في مفهوم هذه النظرية هم (نشيطون) في البحث عن المعلومة والرسالة الإعلامية Active Media Seekers.^(٣)

(١)Cohen, Jeffery , (2004), P. 493

(٢) Littlejohn, ibid, P. 275

(٣) Infante, Rancer, Womack, ibid, P. 362

ويصف الباحثون في نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين قادة الرأي بأنهم يتعرضون لوسائل الاتصال المختلفة من أجل الحصول على المعلومات الضرورية التي يقومون بصياغتها أو إعادة تفسيرها ومن ثم نقلها إلى الجمهور المراد التأثير فيه.^(١)

وفي المجتمع السعودي نلاحظ أن من يصنفون على أنهم من قادة الرأي يتعرضون لوسائل الاتصال المختلفة عن طريقين : الأول ، التعرض المباشر لهذه الوسائل الاتصالية ، إذ يخصصون جزءاً كبيراً من وقتهم لمتابعة المضامين الإعلامية التي تعنى بالقضايا المحلية أو الخارجية ومن ثم يكونون وجهة نظر شخصية تجاهها . الثاني ، التعرض الوسيط لوسائل الاتصال، ويعني أن قادة الرأي المؤثرين في المجتمع تصلهم الرسالة الإعلامية عن طريق أشخاص آخرين ينقلون إليهم المعلومة كما هي من وسائل الاتصال ثم يكون قادة الرأي وجهة نظر متفقة أو مختلفة مع المعلومة الأصلية ثم ينقلونها بدورهم إلى الرأي العام. ويبدو التعرض الوسيط لمضامين وسائل الاتصال واضحاً بين فئة العلماء والدعاة^(٢) ، وهم الأكثر تأثيراً في المجتمع حيث تنطبق عليهم أيضاً الصفتان الأوليان (الصفة الدينية ، والثقة والقبول الاجتماعي) ، بالإضافة إلى صفة التعرض لوسائل الاتصال .

وبناء على ما سبق من استعراض لسمات قادة الرأي في نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين ، و التبع الاستقرائي لما يمكن وصفهم بقادة الرأي في

(١) Chan, Kenny; ibid, P. 56

(٢) لمشاهير العلماء و الدعاة في المملكة متعاونون (مستشارون غير رسميين ، أو طلاب و مريدون و نحوهم) يقدمون أهم ما نشيره وسائل الاتصال المحلية أو الخارجية ذات العلاقة بالشأن المحلي ، أو بالقضايا الخارجية العامة ، لإطلاعهم عليها و الحديث عنها عبر وسائل الاتصال المتاحة لهم.

المجتمع السعودي، فإنه يمكن بلورة رأي أولي، و صياغة توجه علمي يشير إلى أن من أهم صفات قادة الرأي المؤثرين في المجتمع السعودي هي: الصفة الدينية، و الثقة و القبول الاجتماعي، و التعرض المستمر لوسائل الإعلام. و هي سمات ثلاث تستصحب الطبيعة الثقافية للمجتمع مسنودة بشواهد من الواقع المعاش.

* * *

الخاتمة:

هذه دراسة مركزة، حاولت استقراء التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، وتتبع جهود الباحثين في استخلاص أهم سمات قادة الرأي في هذه النظرية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي الاستقرائي في النظر إلى التراكم العلمي لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين واستخلاص الحقائق المتعلقة بالسمات العامة لقادة الرأي المؤثرين و من ثم محاولة تطبيقها على ما يمكن وصفهم بقادة الرأي في المجتمع السعودي في ظل عدم وجود دراسات سابقة تؤسس للظاهرة موضوع الدراسة. و بناء على نتائج الدراسات الغربية في هذا الموضوع واستصحاب الطبيعة الثقافية للمجتمع ، التي تُعدّ من أهم العوامل المؤثرة على إنتاج قادة الرأي، فقد توصل الباحث إلى سمات ثلاث تستند إلى حقائق علمية وشواهد من الواقع المعاش يمكن أن تكون من أهم سمات قادة الرأي المؤثرين في المجتمع السعودي.

ومن المؤكد أن هذه الدراسة تمثّل توجهاً علمياً يمكن أن تُبنى عليه الفروض العلمية لدراسات مستقبلية تعتمد المناهج العلمية بشقيها الكيفي والكمي لبناء تراكم معرفي متخصص تشتد حاجة المجتمع السعودي إليه في ظل الانفتاح الإعلامي وتزايد مجالات المشاركة السياسية فيه.

* * *

فهرس المصادر والمراجع:

أولاً: المراجع العربية :

- ١- أبو الخير، مختار محمد فؤاد. الاتصال الشخصي بين التلقين و خلق الوعي لتنمية الإنسان بالريف: دراسة تجريبية على قريتين مصريتين. مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة. العدد الثامن، ديسمبر ١٩٩٢، ص ص ١١ - ٣١
- ٢- البشر، محمد بن سعود. مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض ، مكتبة العبيكان، ١٤١٨هـ ، ١٩٩٨م.
- ٣- حمدي ، حسن. الاتصال و بحوث التأثير في دراسات الاتصال الجماهيري. القاهرة، بدون ناشر، ١٩٩٣م.
- ٤- الجمعية، أحمد بن محمد. حرية الرأي و التعبير الإعلامي في المجتمع السعودي. بحث غير منشور، ١٤٢٧هـ.
- ٥- العسكر ، فهد بن عبدالعزيز. معالجة مواد الرأي في الصحف السعودية لقضايا الإرهاب المحلي. بحث مقدم لمؤتمر: موقف الإسلام من الإرهاب جامعة الإمام محمد ابن سعود الإسلامية، الرياض ، ١ - ٣/٣/١٤٢٥هـ.
- ٦- عرفة، محمد. الاتصال الشخصي و قيادة الرأي في مجال تنظيم الأسرة: دراسة نظرية و تطبيقية. مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن، ديسمبر ١٩٩٢م.
- ٧- عمر، محمد زيان. البحث العلمي: مناهجه و تقنياته، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٢م.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- Badaracco, Claire. (1992). "Religious Lobbyists in the Public Square." Public Relations Quarterly. Vol. 37, no. 1, P. 34.
- 2- Ball-Rokeach, Sandara.(1985). "The Origins of Individual Media-System Dependency." Communication Research. 12, PP. 485-510.
- 3- Brewer, John., & Hunter, Albert. (1989). *Multimethod Research: A Synthesis of Styles*. Sage; California.
- 4- Bockman, Sheldon; & William F. Gayk. (1977). Political Orientation and Political Ideology. Pacific Sociological Review. Vol. 20, No. 4, 536-552.
- 5- Brosius, Hans-Bernd; & Wiemann, Gabriel.(1996) "Who Sets the Agenda? Agenda-setting as a Two-step Flow." Communication Research, Vol. 23,no. 5., 561-580.
- 6- Buchalski, Robert M., Gibson, Jane Witney, & Tesone, Dana. (2000). "The Leader as Mentor." Journal of Leadership Studies. Vol. 7. No. 3.
- 7- Chan, Kenny K. & Misra, Shekar. (1990). Characteristics of the Opinion Leader: A New Dimension. Journal of Advertising. Vol. 19, No. 3, 53-60.
- 8- DeVito, Joseph. (1985). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Harber & Row Publishing.
- 9- Fenton, James S. & Thomas R. Leggett. (1971) "A New Way to Find Opinion Leaders." Journal of Advertising Research. Vol. 11, 21-25.
- 10- Harik, Iliya F. (1971). "Opinion Leaders and the Mass Media in Rural Egypt: A Reconsideration of the Two-Step Flow of Communication Hypothesis." American Political Science Review. Vol. 65, 731-740.
- 11- Littlejohn, Stephen W. (1983). *Theories of Human Communication*. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- 12- Lowery, Shearon A. & DeFleur, Melvin L. (1988). *Milestones in Mass Communication Research*. Longman: New York.

- 13- Mclean, Decker. (2003). "Determining what Constitutes Opinion." Communication and the Law. Vol. 25, No. 3.
- 14- McQuail, Denis.(1987). Mass Communication Theory: An Introduction. Sage, California.
- 15- Robert, House J., Spangler, William D., & Woycke, James (1991), "Personal Influence and Opinion Leadership." Administrative Science Quarterly. No. 3, PP. 366-378.
- 16- Silver, Diana; Weitzman, Beth & Brecher Charles. (2002). "Setting an Agenda for Local Action: The Limits of Experts." Policy Studies Journal. Vol. 30, No. 31.
- 17- Smith, K.A. (1987) "Newspapers Coverage and Public Concern About Community Issues." Journalism Monograph. Vol. 101, 1-34.
- 18- Wanta, W., & Wu, Y. (1992) "Interpersonal Communication and the Agenda-Setting Process." Journalism Quarterly. Vol. 69. 856-867.
- 19- Wiemann, G. (1991) "The Influentials: Back to the Concept of Opinion Leaders". Public Opinion Quarterly. 55, 267-279.
- 20- Wiemann, Gabriel.(1994). The Influentials: People Who Influence People. State University of New York Press, New York.

* * *