

# الإشكالية المنهجية والإجرائية لبحوث "الإعلام والرأى العام" (\*)

د. صابر حارص محمد

مدرس بقسم الصحافة - كلية آداب سوهاج  
جامعة جنوب الوادى

## المقدمة النظرية والمنهجية للبحث:

رغم أن الصحافة المصرية على المستوى المهني والأكاديمي كانت أسبق من الإذاعة، إلا أن البداية الأولى لدراسات الرأى العام فى المجال الإعلامى جاءت فى مجال الإذاعة فى منتصف الستينيات، ولكنها كانت بداية متواضعة اقتصر فقط على إستخدام الأطر النظرية للتدليل على بحوث تطبيقية، فضلاً عن عدم ملاءمة هذه الأطر للتدليل على الرأى العام نظراً لإرتباطها بأراء الأفراد نحو برامج الإذاعة وليس بأراء الأفراد نحو قضايا خلافية عامة وهامة ساهمت فى مناقشتها الإذاعة .

ويتضح ذلك من عدم ملاءمة محتوى أول دراسة فى الرأى العام لعنوانها "دور الإذاعة فى توجيه الرأى العام مع التطبيق على ج.م.ع"، حيث يشير العنوان إلى وجود بعد مكانى للمجال التطبيقى، إلا أن الدراسة نفسها لم تقدم دراسة تطبيقية فى زمن معين لا على الجمهور ولا على الرسالة الإعلامية، واكتفت بالتدليل على ذلك بعرض ملحقين، الأول خاص بنتائج الاستفتاء الذى قام به طلبة وطالبات قسم الصحافة بكلية الآداب جامعة القاهرة فى نوفمبر ١٩٦١ لمعرفة "إتجاهات الرأى العام فى برامج الإذاعة" والثانى قام به معهد إيمند لأبحاث السوق عن المستمعين فى القاهرة والاسكندرية فى أغسطس وسبتمبر ١٩٦٢ عن "عمادات الاستماع".

ثم خطت دراسات "الإعلام والرأى العام" فى السبعينيات خطوة متواضعة حيث لم تناقش إلا أربع رسائل علمية لم تراعى فى تطبيقاتها الميدانية والتحليلية المفهوم العلمى الصحيح للرأى

---

(\*) تم إلقاء البحث ضمن أعمال الحلقة الثانية لبحوث الإعلام التى نظمتها كلية الإعلام فى مايو ١٩٩٦ تحت عنوان "مشكلات المنهج فى بحوث الإعلام والصحافة". وقبل نشره بالخطبة تم تحكيمه فى كلية الإعلام مرة أخرى .

العام، واستخدمت مفهوم الجمهور بدلا منه، ومفهوم الجمهور لا يشترط قضايا خلافية تمس مصالح أو قيم إحدى المجتمعات أو الجماعات، ولا يرتبط بتوقيت محدد يستوجب تطبيق الاستبيان فيه - وهو الأمر الذى يتطلبه مفهوم الرأى العام.

فضلا عن أن هذه الرسائل استبينت رأى الجمهور فى قضايا غير محددة بطريقة عامة لم تتناول فيها كل جوانب القضية محل التطبيق واقتصرت على قياس التعرض الإعلامى والتعرف على مصادر المعلومات واعتبرتها دليلا على أثر الإعلام فى الرأى العام، كما أنها ربطت ربطاً غير صحيح بين إتجاه رأى الفرد ومصدر معلوماته فى قضايا معينة واعتبرت هذا الربط دليلا على التأثير فى الآراء .

وفى أواخر الثمانينيات وحتى الآن لم تقدم المكتبة المصرية إلا دراستين حاولتا أن تلتزم بالمفهوم العلمى للرأى العام فى إجراءاتهما التطبيقية غير أن كل منهما قد شابه القصور فى إجراءات اختيار النماذج البشرى المناسب لعينات بحوث " الإعلام والرأى العام" . وإن كانت الدراسة الأخيرة قد قدمت جديدا على مستوى الإطار النظرى والأدوات البحثية حيث عادت إلى استخدام أسلوب المناقشة الجماعية بالإضافة إلى الاستبيان، وهو الأسلوب الذى استخدمه فى الأربعينيات مؤسس علم الإتصال : بول لازارسفيلد وكارل هوفلاند .

ومشكلات المنهج عموما تعتبر إحدى المشكلات الأساسية التى تواجه تطور البحوث والدراسات الإعلامية فى العالم العربى، حيث يتوقف كثير من دقة وسلامة هذه البحوث على صحة المناهج والإجراءات المتبعة فى استخدامها، وفى هذا الصدد تبرز كثير من الخلافات والتداخلات التى تعكس إشكاليات منهجية وإجرائية تستوجب البحث والدراسة، ولا تزال هذه الخلافات والتداخلات مطروحة فى قاعات الدرس النهجى "والسيمنارات" العلمية ومناقشة الأطروحات والندوات والمؤتمرات غير المتخصصة فى المنهج ولكن دون التوصل إلى نتائج واقترحات تدفع البحوث الإعلامية خطوة إلى الأمام رغم أهمية ما يقال، وقد يرجع ذلك إلى عاملين:

- عدم تدوين ما يقال ويتضح ذلك من قلة الإسهامات المنهجية فى مجال الإعلام .
  - قلة المؤتمرات العملية المتخصصة فى مناهج البحث الإعلامى حيث لم يعقد فى مصر إلا حلقتين بحثيتين بكلية الإعلام تمثل هذه الدراسة إحدى إسهامات الحلقة الثانية منهما .
- وإذا كانت هذه الحلقة اعتبرت أن التراث العلمى هو أفضل مجتمع لدراسة مشكلات المنهج وصفته إلى محاور أساسية تعكس نوعية البحوث الإعلامية، فإن الباحث رأى أن بحوث "العلاقة بين الإعلام والرأى العام" هى أكثر البحوث تعقيدا فى مشكلات المنهج وإجراءات استخدامه . ومن هنا تتبلور المشكلة البحثية فى ماهية المشكلات المنهجية والإجرائية التى واجهت بحوث العلاقة بين الإعلام والرأى العام فى مصر وكيفية تجاوز هذه المشكلات؟ .

ولذلك فإن هدف الدراسة يتحدد فى تطوير البحوث التى تتعرض لعلاقة الإعلام بالرأى العام وذلك من خلال تشخيص واقع هذه البحوث على المستوى المنهجى والإجرائى ورصد إيجابياتها وسلبياتها والخروج بمقترحات منهجية أكثر صحة ودقة .

ولتحقيق أهداف الدراسة يسعى الباحث إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات المرتبطة بسبع إشكاليات منهجية وإجرائية، يجتهد الباحث فى مناقشتها ولا يدعى لنفسه حسم النقاش فيها فى ضوء خبرات منهجية أكثر تنوعا من الخبرة التى توافرت للباحث .

وهذه الإشكاليات هى :

- أولا : إشكالية "الأطر النظرية" .
- ثانيا : إشكالية "القضايا موضع التطبيق" .
- ثالثا : إشكالية "محتوى الاستبيان الذى يعكس الأهداف والتساؤلات أو الفروض" .
- رابعا : إشكالية مفهوم " الأثر" أو " الدور" .
- خامسا : إشكالية " العينة" .
- سادسا : إشكالية "الأدوات البحثية" .
- سابعا : إشكالية اختبار "الثبات" .

وتتنمى هذه الدراسة إلى نوعية البحوث الوصفية التى إهتمت بتصنيف وتوصيف وتحليل الجوانب المنهجية والإجرائية لبحوث العلاقة بين الإعلام والرأى العام، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامى مستخدمة التحليل الكيفى كأداة بحثية نظراً لملاءمتها مع هدف البحث القائم على المناقشة الرأسية التعمقة لمشكلات المنهج وإجراءات استخدامه فى بحوث العلاقة بين الإعلام والرأى العام .

وقد تمثل مجتمع الدراسة فى مجموعة رسائل الماجستير والدكتوراه التى تناولت العلاقة بين الإعلام والرأى العام فى المكتبة الإعلامية المصرية والتى بلغ عددها سبع رسائل فقط، وقد استبعد الباحث دراسات الصورة الذهنية من بحوث الرأى العام نظراً لطبيعة الإشكاليات المنهجية والإجرائية الخاصة بها والتى تحتاج إلى بحث مستقل .

وقيل الدخول فى مناقشة إشكاليات الدراسة السبع يود الباحث :لتماس العذر من اصحاب هذه الدراسات التى خضعت للتقييم وكانت أداة لمناقشة إشكاليات المنهج . لأن الباحث يعلم جيدا أن الالتزام بتطبيق ما ينتقده شخصيا أمر بالغ الصعوبة فى الوقت الذى يسهل فيه توجيه النقد للآخرين، خاصة فى ظل حساسية هذا النقد فى المجتمعات النامية عموما واتصاله بإسهامات أشخاص يعملون فى أرقى مؤسسات المجتمع .

كما يود الباحث الإشارة إلى ان كثيرا من هذه الانتقادات جاءت دون مراعاة للسياق الزمني الذي تمت فيه هذه الدراسات والتي لولا تواجدها في المكتبة الإعلامية ما كانت هناك إفادة للدراسات اللاحقة، وما كان هناك تواجد للدراسة الحالية من أصله .

ولذلك فإن الدراسات التي اقترنت من منهجية بحوث "الإعلام والرأي" العام انما هي في الحقيقة قامت على الدراسات الأولى واستفادت منها في تلافي الأخطاء المنهجية التي وقعت فيها بحكم ريادتها في ذلك الوقت .

### أولا : إشكالية الأطر النظرية :

يمكن بلورة الإشكالية المنهجية الوحيدة التي تثيرها الأطر النظرية في السؤال التالي: "هل الأطر النظرية لبحوث الإعلام والرأي العام تعكس بالفعل العلاقة بينهما كما تشير إلى ذلك عناوين هذه البحوث؟"

وبالنظر إلى واقع هذه الأطر يمكن توزيعها في اتجاهين:

١- أطر نظرية لم تعكس بالفعل العلاقة بين الإعلام والرأي العام : لأنها لم تقدم أية محاولة لربط العملية الإعلامية بعملية الرأي العام، باعتبار أن هذه العلاقة تمثل جوهر الدراسة النظرية انطلاقاً من ضرورة أن يكون الإطار النظري في خدمة الدراسة التطبيقية حتى يتحقق التماسك العضوي للبحث بأكمله، واكتفت الأطر النظرية لدراسات هذا الإتجاه بالحدوث عن الإعلام أو الرأي العام أو كليهما كل على حدة .

فقد تضمنت دراسة "الإعلام الديني وأثره في الرأي العام المحلي"<sup>(١)</sup> إطاراً نظرياً قاصراً على الإعلام الديني تناولت فيه : مكانة الإعلام في الدين الإسلامي وعوامل نجاحه/ وتطوره في عصر منذ العصر الطولوني وحتى الحملة الفرنسية / أجهزة الإعلام الديني في مصر ثم الأجهزة الإعلامية العامة التي تعالج القضايا الدينية .

كما اقتصر الإطار النظري أيضاً لدراسة "دور الإذاعة في توجيه الرأي العام"<sup>(٢)</sup> على البعد الإعلامي فقط تضمن ستة فصول : الأول: عن نشأة الإذاعة الصوتية وتطورها - نظم الإذاعة وأهدافها وطرق تمويلها - أهمية الإذاعة في الدول النامية - نشأة الإذاعة الصوتية في مصر وتطورها . الثاني: الإذاعة الصوتية سلاح سياسي من أسلحة الحرب الباردة والدعاية . الثالث: الإذاعات الموجهة وبرامج جمهورية مصر العربية الموجهة . الرابع: الإذاعات السرية والتكتلات الإذاعية . الخامس: مقاومة الإذاعات المعادية . السادس: مدى شرعية حرب الأثير .

بينما تضمن الإطار النظري لدراسة "الإعلام الاقليمي وأثره على الرأي العام المحلي"<sup>(٣)</sup>

ثلاثة فصول . تناولت فى الأول : تطور الرأى العام ووظيفته وتكوينه وأنواعه والعوامل التى تسهم فى تكوينه وتطور الرأى العام السودانى والعوامل التى أسهمت فى تكوينه . وفى الفصل الثانى تناولت: نشأة وتطور الإعلام الإقليمى فى السودان ومحافظة الجزيرة مع دراسة عامة للإعلام ووسائل الإتصال الجماهيرى بالمجتمع السودانى ، وتناول الفصل الثالث : الخصائص الاقتصادية والاجتماعية بمحافظة الجزيرة .

وبنفس الأسلوب أيضاً جاء الإطار النظرى لدراسة " الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام المحلى" (٤) حيث إهتم الفصل الأول : بمتغير الإعلام فتناول : تاريخ الإعلام ومفهومه وأهدافه وعناصر العملية الإعلامية وعنصرها الأخير " أثر العمل الإعلامى فى الرأى العام" ولكنه تحدث عن الأثر دون ربطه بالرأى العام كما أشار العنوان . وإهتم الفصل الثانى بالرأى العام، فتعرض إلى : ماهية الرأى العام وعلاقته بالحكومات وتطور ظاهرة الرأى العام فى العالم وتطور الرأى العام فى مصر، وأنواع الرأى العام وعوامل تكوينه وأهمية قياسه ومراحل استقصائه ثم للعلاقة بين العمل الإعلامى وعملية تشكيل الرأى العام فحدث فيها عن الاعتبارات التى يجب أن يراعيها رجل الإعلام فى إختيار الوسيلة المناسبة، ودراسة الجمهور وإعداد المواد الإعلامية المناسبة والالتزام بالحقيقية ومراعاة العوامل المتداخلة فى عملية التأثير كقيادة الرأى والعوامل الانتقائية ومراعاة اختلاف التأثير باختلاف النظم السياسية وكلها نقاط تتعلق بالمتغير الإعلامى . والعوامل المتداخلة معه ولا تعكس علاقة الإعلام بالرأى العام بالمفهوم العلمى .

٢- أطر نظرية عكست بالفعل فى أجزاء منها وبدرجات متفاوتة العلاقة بين الإعلام والرأى العام : فقد تضمن الإطار النظرى لدراسة " إتصال القيادة بالجماهير كمنظ إمتصال بالرأى العام" (٥) فصلين . الأول : عن المفاهيم النظرية للرأى العام والدعاية، ودور وسائل الإتصال فى التأثير على الرأى العام ودور الزعامة السياسية أيضاً . والثانى عن : النموذج البريطانى الألمانى لإتصال الزعامة السياسية بالرأى العام . ورغم أن الإطار النظرى لهذه الدراسة يتسق مع عنوانها كدراسة رأى عام، إلا أن إطارها التطبيقى يعكس "ترتيب الأولويات" كما سيتضح فيما بعد .

وتضمن الإطار النظرى لدراسة " تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى" (٦) أربعة من الأبعاد الخمسة الواجب توافرها فى دراسات الإعلام والرأى العام . جاءت فى خمسة فصول هى : . الأول والثانى عن : مفهوم وسمات الرأى العام المحلى ، والعوامل المؤثرة فيه، والثالث عن : الأبعاد المختلفة لعلاقة الصحافة بالرأى العام، والرابع عن : الفنون الصحفية كعناصر تأثير فى الرأى العام (التحرير والإخراج وتكاملهما معاً) والخامس عن : العوامل التى يتوقف عليها مدى تأثير الصحافة فى الرأى العام .

بينما ركزت دراسة " دور الإعلام المصرى فى تكوين الرأى العام " (٧) فى إطارها النظرى على متغير الرأى العام أكثر من تركيزها على العلاقة الارتباطية بينه وبين الإعلام التى لم يرد الحديث عنها الا فى جزئية من الفصل الثانى . . . فقد تضمن الإطار النظرى خمسة فصول تحدث أولها عن : تعريف الرأى العام من منظور تاريخى مقارن وتحدث ثانياً عن دراسات التأثير الإعلامى ومن بينها ما يتعلق بتكوين الآراء، وتحدث ثالثاً عن أهم الإتجاهات والنماذج التى تصدت لعملية تحليل تكوين الرأى العام، وتحدث رابعاً عن: إشكاليات قياس الرأى العام فى مصر، وتحدث خامساً عن: المستوى الذى وصل اليه قياس الرأى العام فى مصر ودول الجنوب .

ويلاحظ أن بحوث الإعلام والرأى العام التى اعتمدت فى دراساتها التطبيقية على قضايا لم تقدم تعريفاً نظرياً بالقضية أو القضايا موضع التطبيق باستثناء دراسة واحدة خصصت فى إجراءاتها المنهجية أربعة صفحات لذلك (٨) .

والباحث يقترح أن يتضمن الإطار النظر لهذه النوعية من الدراسات المركبة خمسة أبعاد:

- ١- بعد خاص بالإعلام ( أو أى وسيلة من وسائله ) ويتضمن الخصائص الفنية للوسيلة الإعلامية وعلاقة هذه الخصائص بالتأثير فى الأفراد والجماعات ومدى ملاءمة هذه الوسيلة فى مناقشة قضايا معينة ومخاطبة جماهير معينة فى ظل إمكانات مادية وبشرية معينة أيضاً وهذه النوعية من المعلومات تتوافر فى البحوث والمداخل العامة للإتصال والإعلام والعلاقات العامة والإعلان والدعاية ، وينتمى معظمها إلى مصادر أجنبية .
- ٢- بعد خاص بالرأى العام وأهم ما يتضمنه البحث عن مفهوم أكثر ملاءمة لبيئة المجتمع المصرى والعربى ، الإتجاهات والنماذج التى تحلل عملية الرأى العام، إشكاليات القياس التى تطرحها طبيعة المجتمع المصرى وخصوصيته بين المجتمعات العربية والإسلامية .
- ٣- بعد خاص بالقضية مجال التطبيق ويتضمن تعريفاً بالقضية وأبعادها وحفانقها وتطورها خلال الفترة الزمنية المحددة لها ،
- ٤- بعد خاص بعلاقة الإعلام بالرأى العام ويمثل جوهر الإطار النظرى وأهم ما يتضمنه تداخل مراحل العملية الإقناعية للإعلام مع مراحل وخطوات عملية تكوين وتوجيه الرأى العام، بالإضافة إلى أدوات وأساليب وعناصر الإعلام فى علاقته بالرأى العام بحيث تنشأ إسهامات نظرية جديدة تحدد أهمية كل من إعلامى الرأى العام (الأخبار فى مقابل المقالات على مستوى الصحيفة) (البرامج الثقافية فى مقابل الاخبارية، والمنوعات فى مقابل الدراما على مستوى الإذاعة مثلا) . . . . . وهكذا .

٥- بعد خاص بالعوامل المؤثرة على الإعلام فى علاقته بالرأى العام ويتضمن خصائص ومستوى ثقافة الإعلاميين وإتجاهاتهم الفكرية ومهاراتهم الإعلامية ومدى التزامهم القيمي والاختلافى فى الممارسة المهنية وعلاقاتهم بالمصادر والرؤساء والزلاء فى العمل، الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية السائدة، علاقة الإعلام بالسلطة والمالك ومدى مساحة الحرية التى يمنحها كل منهما، كفاءة القيادات الإعلامية ومدى اقتناعها بقيم المهنة وأهمها الحرية الإعلامية، التشريعات المنظمة للمهنة الإعلامية فى علاقتها بالمجتمع والأفراد والجماعات والمسئولين والمصادر وزملاء المهنة داخل المؤسسة وخارجها، الرقابة بأشكالها المتعددة، المصادر الإعلامية الداخلية والخارجية، والسياسات التحريرية والإعلانية .

وعلى الرغم من أن المعلومات الواردة فى الأبعاد الأولى والثانية والثالثة معلومات قديمة ومستهلكة بالنسبة للوقت الحالى والمستقبلى، إلا أنها قد تكتسب أهمية فى الإطار النظرى إذا توافرها شرطان :

- إذا كان هناك جديد يؤكد القديم أو يضيف إليه بغض النظر عن مصادر هذا الجديد لأنه فى الغالب لا يأتى إلا من الإسهامات الغربية التى تتيح إمكاناتها المادية والبشرية والحضارية إجراء العديد من البحوث واستخلاص إتجاهات وتصميمات نظرية منها .
- إذا كانت هذه المعلومات ترجمة نظرية لنتائج بحوث تطبيقية فى البيئة العربية العامة والإعلامية .

### ثانيا : إشكالية القضايا موضع التطبيق :

أول عامل من العوامل التى لا بد من توفرها فى الدراسات التى تربط بين الرأى العام والإعلام هو وجود قضية أو قضايا تكون موضعا للتطبيق سواء كان هذا التطبيق على الجمهور أو الرسالة أو القائم بالاتصال .

ويشترط فى هذه القضايا ما يشترط فى قضايا الرأى العام<sup>(١)</sup> :

- أن تكون قضايا عامة وهامة بالنسبة لجمهور معين .
- أن تمس المصالح المادية أو القيم الانسانية لهذا الجمهور .
- أن تكون قضايا خلافية ينقسم آراء الجمهور بصددها ويحتمد حولها الجدل والنقاش .
- أن تتطلب هذه القضايا إتخاذ إجراء أو رد فعل حيالها

غير أن الدراسات التى تربط الرأى العام بالإعلام تتطلب شرطا آخر وهو : أن تكون القضية مثارة فى وسائل الإعلام بكافة أبعادها وإتجاهاتها بحيث تتوفر حولها البيانات والمعلومات والحقائق اللازمة لمناقشة الجمهور لها مناقشة واعية . . إذ أن هذه الدراسات لاتهدف إلى قياس

إتجاه الرأى العام حىال هذه القضاىا فحسب بل تسعى إلى ربط هذه الإتجاهات بالمتغىرات الإعلامىة سواة بهدف تحدىد الدور أو قىاس الأثر والتأثر .

#### وللقضاىا أهملية قصوى فى دراسات الرأى العام والإعلام نظرا لما لىلى:

• تحدد القضية حجم العىنة المختارة بناء على حجم الجمهور المهتم بهذه القضية، لأن الجمهور يقل أو يزاداد حسب كل قضية عامة على حدة، فهناك قضاىا الحرب والسلام وسباق التسلح والىئة والارهاب التى تهتم شعوب العالم أجمع فتدخل فى نطاق دراسات الرأى العام العالمى، وبالتالي يمكن قىاسها فى أى مجتمع من المجتمعات، أو فى كل المجتمعات أو بعضها . وهناك قضاىا الوحدة العربىة والصراع العربى الاسرائىلى التى تهتم الشعوب العربىة فتدخل فى نطاق دراسات الرأى العام الإقليمى . وهناك أيضاً قضاىا الانتماء والمشكلة السكانىة والبطالة وارتفاع الأسعار وانخفاض الأجور وبيع القطاع العام وتطوير التعلیم التى تهتم الشعب المصرى فتدخل فى نطاق دراسات الرأى العام المخلى . وهناك أيضاً قضاىا خاصة بكل فئة من فئات المجتمع المصرى كالمعلمین، الأطباء ، المهندسین، الخامین، الفلاحین، الحرفیین، التجار، الأطفال، النساء، الكبار . . الخ من التصنيفات التى تقسم الجمهور إلى فئات نوعیة فتدخل فى نطاق دراسات الرأى العام النوعى .

وعلى سبىل المثال لا الحصر فقد بلغ حجم عىنة ممثلة للرأى العام المصرى نحو زیارة السادات للقدس ٤٥٧<sup>(١٠)</sup> ، ونحو قضية وصول الدعم إلى مستحقه ٤٦٨<sup>(١١)</sup> ، بینما بلغ حجم عىنة ممثلة للرأى العام العربى نحو مسألة الوحدة ستة آلاف عربى<sup>(١٢)</sup> .

• تحدد القضية نوعیة المجال البشرى الذى يتم التظىق علیه، فقضية استخدام الطاقة النوویة فى مصر تفرض على الدراسة أن تفتصر على استطلاع رأى النخبة كراى عام نوعى<sup>(١٣)</sup> ، بینما ینبغى أن يتم التظىق على معظم فئات المجتمع المصرى فى قضاىا عامة تتعلق بالإسكان أو التعلیم أو الصحة أو مایة الشرب<sup>(١٤)</sup> .

• ترتبط القضية بنوعیة الوسیلة الإعلامىة التى تهتم بدراستها بحوث الرأى العام، فقضاىا الفساد الحکومى لا تخظى باهتمام الرادىو والتلفىزیون فى مصر، بینما تجده هذه القضاىا صدى واسعا فى الصحف الخزیة المعارضة، فى الوقت الذى تهتم فى كل وسائل الإتصال بقضاىا مثل المخدرات والارهاب والبطالة والانتماء وتنظیم الأسرة والتعلیم وغیرها . ولذلك فان الوسیلة الإعلامىة المستهدف تحدىد علاقتها بالرأى العام تفرض على الدراسة إختیار قضاىا مناسبة للتظىق علیها ، وفى هذا الإطار أيضاً یتزاید الإهتمام الإعلامى بالقضاىا القومیة أكثر من القضاىا المخلیة .



• يرتبط بالقضية أيضاً حجم وفاعلية الدور أو التأثير الإعلامى أو الإتصالى المستهدف تحديده والتعرف عليه فى بحوث الرأى العام ، فالتأثير يتزايد فى القضايا المحددة ذات البداية والنهائة كالانتخابات مثلاً بينما يقل فى القضايا غير المحددة كالبطالة وسوء الإدارة . ويتزايد التأثير أيضاً فى القضايا التى لا يعايشها الفرد ولا تتوافر عنده خبرة شخصية عنها مثل القضايا الخارجية التى تكون فى متناول الصحافة والإعلام فقط كأزمة الخليج الأولى والثانية (العراق / ايران - العراق - الكويت) بينما يقل التأثير فى القضايا الداخلية التى يعايشها الأفراد فى مصر، وعلى مستوى القضايا الداخلية يتزايد التأثير فى القضايا السياسية التى يتلقى الفرد معظم معلوماتها عنها من وسائل الإعلام، بينما يقل فى القضايا الاجتماعية التى يلمسها الأفراد من الواقع المحيط بهم<sup>(١٥)</sup> .

• تحدد القضية أيضاً توقيت العمل الميدانى فى بحوث الرأى العام حيث لا يصح استقصاء الجمهور فى بداية عرض القضية لأن مناقشتها مناقشة وافية تقوم فيها وسائل الإعلام بتزويد الجمهور بالمعلومات والآراء والحقائق والأدلة فضلاً عن اكتمال أحداثها أمر ضرورى لتكوين الرأى العام المطلوب قياسه . بينما ينبغى أن يتم القياس بعد اكتمال القضية وانتهاء أحداثها وتضاؤل الإهتمام الإعلامى بها حتى نضمن وجود الجمهور الواعى والمهتم بكافة أبعاد القضية محل النقاش . كما أنه لا يصح القياس بعد انتهاء القضية بفترة طويلة تضعف فيها ذاكرة الجمهور نحو ما أثارته وناقشته وسائل الإعلام المطلوب تحديد دورها أو قياس تأثيرها .

وتأسيساً على ذلك تعتبر القضية هى المحور التى تدور حوله دراسات "الإعلام والرأى

العام".

وقد طرحت دراسات "الإعلام والرأى العام" فى مصر عدة إتجاهات بشأن إختيارها للقضايا أو القضية موضع التطبيق .

١ - إتجاه نظرى لم يقدم دراسة تطبيقية وبالتالي لم يعتمد على قضايا فى دراسة الرأى العام: رغم ما يشير اليه عنوان الدراسة التى تمثل هذا الإتجاه من ضرورة وجود إطار تطبيقى لها "دور الإذاعة فى توجيه الرأى العام مع التطبيق على جمهورية مصر العربية" <sup>(١٦)</sup> واكتفت هذه الدراسة بتقديم مجموعة من الملاحق فى إطار تدليلها على دور الإذاعة فى توجيه الرأى العام وهى :

- نتائج استفتاء "إتجاهات الرأى العام فى برامج الإذاعة" الذى قام به طلبة وطالبات قسم الصحافة بكلية الآداب جامعة القاهرة فى نوفمبر ١٩٦١ .
- نتائج البحث الذى قام به معهد إيمند لأبحاث السوق عن "عادات الاستماع فى القاهرة والاسكندرية" أغسطس - سبتمبر ١٩٦٢ .

- ملحق عن البرامج الموجهة من إذاعة الجمهورية العربية المتحدة .
- ملحق عن نماذج من إذاعات دول العدوان الثلاثي .
- ملحق عن برنامج أكاذيب وحقائق من الإذاعة الاسرائيلية العربية الساعة ٣٠، ٢٠ يوم ١٩٦٢/١٠/٤

ومن الملاحظ هنا أن افتقاد الدراسة لإطارها التطبيقي على قضايا خلافية يخرجها من جوهر دراسات الرأي العام، وحتى نتائج الاستفتاء والبحث التي استندت بهما ارتبطا بقياس آراء الأفراد نحو برامج الإذاعة وليس بآراء الأفراد نحو قضايا خلافية عامة وهامة ساهمت في مناقشتها ومعالجتها الإذاعة، وبالتالي فانهما يقعان خارج نطاق الرأي العام بمفهومه العلمي .

#### ٢- إجماع تطبيقي "تحليلي"

اعتمدت الدراسة التي تمثله على تحليل مضمون برنامج لقاء المكاشفة الشهري الذي يذاع في الراديو والتلفزيون السوداني ويتضمن ردود من رئيس الجمهورية على بعض رسائل المواطنين التي تصل إلى البرنامج وتتناول موضوعات ذات طبيعة عامة مع مقارنة نتائج هذا التحليل بنتائج تحليل آخر على عينة من هذه الرسائل قبل إذاعتها والرد عليها وذلك بهدف تحديد مدى إتفاق مراكز الإهتمام وزوايا الإبراز في الرسائل مع مثلتها في البرنامج وبالتالي مدى إشباع البرنامج للحاجات الإعلامية للمواطنين<sup>(١٧)</sup> .

وكما هو واضح من الهدف الرئيسي للدراسة أنها خلطت بين "ترتيب الأولويات Agenda setting و " الرأي العام Public opinion فاعتبرت أن العلاقة المتبادلة بين إهتمامات القيادة من خلال البرنامج الإعلامي وإهتمامات الجمهور من خلال الرسائل مؤشرا لدراسة العلاقة بين القيادة والرأي العام . غير أن هناك فارقاً واضحاً بين دراسات " الإعلام والرأي العام " التي تتجاوز حدود إثارة القضايا وتحديدها ومناقشتها دون تحديد أية شروط لشكل ومضمون هذه المناقشة، كما هو الحال في دراسات "ترتيب الأولويات" إلى البحث في التأثيرات الإقناعية لوسائل الإعلام في مجال الآراء والإتجاهات للتعرف على علاقة الإعلام بالرأي العام تكويناً أو تشكيلاً أو توجيهاً أو إلى أي شكل من أشكال العلاقة ، إذ أن المفهوم الصحيح للرأي العام يرتبط " برأي سائد بين أغلبية جمهور واع في فترة معينة ازاء قضية أو أكثر يستخدم فيها الجدل والنقاش ويمس مصالح هذه الأغنية أو قيمها الانسانية مسا مباشراً"<sup>(١٨)</sup> .

بينما لا تشترط بحوث "ترتيب الأولويات" الآراء مجالاً تأثيرياً لها ، ولا القضايا الخلافية العامة التي تهتم الجمهور وتمس مصالحه وقيمه مساً مباشراً مجالاً موضوعياً لها، ولا الجمهور الواع مجالاً بشرياً لها، فهي تبحث في كل الموضوعات وعلى أي فئات من الجمهور في مجال الترتيب والجوانب المعرفية دون الإهتمام بالآراء والإتجاهات<sup>(١٩)</sup> . كما أن دراسات " ترتيب

الأولويات" لا تبحث في المناقشة الرأسية والأفقية الشاملة والمتعمقة للقضايا بهدف ربط كل فرعية من فروعيات هذه القضايا شكلا ومضمونا وأسلوبا واتجاها ومصدرا بالفرعيات المرتبطة بوسائل الإعلام أيضاً كما هو الحال فى دراسات "الإعلام والرأى العام".

ولذلك فإن "ترتيب الأولويات" ليست بحوث تأثير أو رأى عام، وان كانت تمثل جزءاً منها لأنها تفترض أن لوسائل الإعلام قدرة فى تنبيه الجمهور للتفكير فى قضايا معينة يمكن أن يتشكل حولها الرأى العام، فضلا عن إهتمامها بالقضايا الظاهرة أكثر من توزيع الآراء بين مؤيد ومعارض كما تذهب بحوث الرأى العام<sup>(٢٠)</sup>.

ومن هنا كانت إمكانية استخدام "ترتيب الأولويات" فى أول مرحلة من مراحل تكوين الرأى العام التى تبدأ بوجود القضية أو الموضوع الذى يهتم الجمهور<sup>(٢١)</sup>، وكذلك فى أول مرحلة من مراحل دور الإعلام فى تكوين الرأى العام والتى تبدأ بإثارة وسائل الإعلام للقضايا الهامة على نطاق واسع<sup>(٢٢)</sup>.

ولذلك كان بسيونى حماده موفقا فى صياغة عنوان رسالته للماجستير حين قال " العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور فى إثارة وتحديد أولويات القضايا العامة فى مصر"<sup>(٢٣)</sup> ولم يقل " العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والرأى العام" بينما لم يوفق: محمد النور محمد حبوب حينما قال " إتصال القيادة بالجمهور كنمط إتصال بالرأى العام"<sup>(٢٤)</sup> لأن هناك فارقاً بين مفهوم الجمهور ومفهوم الرأى العام الذى يشترط مجموعة من العناصر أو الأركان لا يمثل الجمهور إلا واحدا منها<sup>(٢٥)</sup>.

### ٣- إبتجاه تطبيقى "ميدانى"

وهو الإبتجاه الغالب فى دراسات "الإعلام والرأى العام" ويعتمد على استطلاع أو استقصاء الجمهور نحو قضية أو قضايا تختلف فى طبيعتها وأسلوب دراستها وتوقيت قياسها، وبناء على ذلك يتواجد داخل هذا الإبتجاه.

(أ) بديل طبق على قضايا متعددة تصل إلى تسع قضايا تتسم من حيث طبيعتها بأنها قضايا داخلية غير محددة البداية والنهاية بالنسبة للدراسة، ويتوافر لدى الجمهور عنها خبرة شخصية نتيجة معاشته لها. مما يجعل دراسة علاقتها بالإعلام أمرا صعبا وغامضا نتيجة تزايد عدد المتغيرات الإعلامية وغير الإعلامية المتداخلة فيها. وقد وردت هذه القضايا فى ثلاث دراسات تمثل هذا التيار. وهى:

- دراسة لمحى الدين عبد الحليم عن " الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام المحلى " وقد تعرضت لقضايا: تنظيم الأسرة - المساواة بين الرجل والمرأة - محو الأمية - سندات الجهاد - التأمين على الماشية - زيادة الضريبة على الحدائق المثمرة<sup>(٢٦)</sup>.

• دراسة أخرى غمى الدين عبد الحليم أيضا عن " الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام المحلى " وتعرضت لقضايا : تنظيم الأسرة - تعليم المرأة وتوظيفها - حرية الفتاة فى إختيار شريك حياتها - عمل الأحجبة لمعالجة المشكلات - وجود القوى الخفية التى تسيطر على حياة الناس كالجن والشياطين - حلقات الذكر التى تقام فى بعض المناطق - التبرك بأولياء الله وتقديم النذور لهم - الشكوى لأولياء الله والرجاء منهم - تأدية الفروض الدينية<sup>(٢٧)</sup> .

• دراسة ليوسف محمد أحمد الخضر عن " الإعلام وأثره على الرأى العام المحلى " وتعرضت لقضايا وموضوعات : الارشاد الزراعى - مشروعات التكامل بين مصر والسودان - خطاب رئيس الجمهورية - الأمين العام للاتحاد الاشتراكى بالجزيرة - وزير الزراعة - تعليم البنات - عمل المرأة - علاقة الحجاب والبخور بمنع الحسد<sup>(٢٨)</sup> .

• ومن حيث أسلوب دراستها خضعت لأسلوب قياس عام أفقى وسطحى وسريع لا يتضمن مناقشة للقضية بكامل فرعياتها ولا مناقشة لعناصر التأثير فى الوسيلة الإعلامية، فقد سار أسلوب القياس على هذا النهج<sup>(٢٩)</sup> :

- أنت سمعت عن تنظيم الأسرة ؟

- ايه اللى سمعته بالضبط ؟

- وسمعت من مين ؟

( الإذاعة - التلفزيون - الصحف - مركز الإعلام - المدارس والجامعات - الوحدة

الصحية - مركز تنظيم الأسرة - الناس - أخرى تذكر )

- طيب وايه رأيك فى تنظيم الأسرة ؟

ثم انتقلت دراسات هذا الإتجاه إلى قضايا أخرى غير تنظيم الأسرة مع استخدام نفس

الأسئلة .

ويلاحظ هنا طبعاً أن قضية تنظيم الأسرة قضية عامة يتشعب منها العديد من القضايا الخلافية التى ترتبط بالاوضاع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والدينية والثقافية، وان دراسة هذه القضية دراسة علمية من منظور الرأى العام كان يستوجب تحليلها وتشريحها باعتبار أن مناقشة القضايا شرط أساسى لتكوين الرأى العام، ودليل على قيام الإعلام بدوره<sup>(٣٠)</sup> وبالتالى فهى شرط أساسى للدراسات "الإعلام والرأى العام" وما قيل على قضية تنظيم الأسرة يمكن أن يقال على كل القضايا الواردة ذكرها فى دراسات هذا التيار .

• أما عن توقيت قياس هذه القضايا فلم يتوافر له الزمن المناسب الذى يجعل القياس

- عقب انتهاء مناقشة وسائل الإعلام لهذه القضايا وذلك لأسباب منها:
- طبيعة هذه القضايا غير المحددة البداية والنهاية فقد أثرت في فترات سابقة على الدراسة وأثرت أيضاً في فترات لاحقة.
  - كثرة هذه القضايا موضع التطبيق مما يجعل توقيت اثارها في وسائل الإعلام في زمن محدد أمراً صعباً وغير متاح.
  - صعوبة استدعاء الجمهور لذاكرته أمام العديد من القضايا المفترض مناقشتها إعلامياً في توقيت الدراسة الميدانية.

يلاحظ هنا أيضاً أن الزمن ركن أساسى من أركان الرأى العام<sup>(٣١)</sup> لأن كل مشكلة أو حدث أو وضع معين له ظروفه المحددة بزمن وقوعه، وقد تتغير هذه الظروف بمرور الوقت<sup>(٣٢)</sup>.

ولذلك فإن قياس العديد من القضايا في توقيت واحد وباستبيان واحد يتعارض مع ركن أساسى من الأركان المكونة للمفهوم العلمى للرأى العام، كما يتعارض أيضاً مع طبيعة التغطية الإعلامية التى لا تركز عادة الا على قضية أو عدد قليل من القضايا بحيث تسمح لقضايا معينة أن تحظى باهتمام واسع لدى الرأى العام.

ومن هنا كان توقيت قياس القضية عاملاً مهماً فى منهجية دراسات "الإعلام والرأى

العام".

(ب) بديل اعتمد على إختيار قضية واحدة كمجال للتطبيق ولم يستطع الإشارة إليها فى عنوان الدراسة نظراً لعدم قدرته على تحديد أى من القضايا التى تصلح للدراسة فى زمن لاحق، وقد توافرها التوقيت المناسب أثناء قياس الرأى العام حيالها، فضلاً عن طبيعتها المحددة ببداية ونهاية وأسلوب قياسها الراسى الذى اتسم بالشمولية والعمق، فتضمن أبعاداً للقضية بكامل فرعياتها كما تضمن أيضاً أبعاداً خاصة بمتغير الإعلام.

وقد جاء ذلك فى دراستى :

- صابر حارص محمد " تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى " حيث اختيرت انتخابات مجلس الشعب لعام ١٩٨٧ الذى جمعت بين نظام الانتخاب بالقائمة ونظام الانتخاب الفردى<sup>(٣٣)</sup>.
- محمد على شومان " دور الإعلام المصرى فى تكوين الرأى العام " حيث اختيرت أزمة الخليج الثانية (العراق - الكويت - أمريكا والحلفاء)<sup>(٣٤)</sup>.

فقد تحدد السياق الزمنى لإهتمام وسائل الإعلام والجمهور باحداث وموضوعات انتخابات مجلس الشعب منذ ١٩٨٦/١٢/٢ حينما تحدثت الأهرام عن إخلاء كشوف

الانتخابات من المتوفين والأسماء المتكررة ثم تحدث الأهالي عن قيام الحزب الحاكم باستخراج بطاقات انتخابية دون علم أصحابها لتسليمها لمؤيدي الحزب قبل إجراء الانتخابات وحتى آخر يونيو ١٩٨٧ موعداً تتناول اهتمام الإعلام بهذه القضية .

بينما تحدد السياق الزمني لإهتمام وسائل الإعلام والجمهور بأحداث وموضوعات أزمة الخليج منذ ١٨/٧/١٩٩٠ حينما تحدث الأهرام عن وجود خلافات بين العراق والكويت وحتى ٢/٣/١٩٩١ موعداً هزيمة القوات العراقية وقرار مجلس الأمن بوقف العمليات وردود الفعل العربية والعالمية .

وبلاحظ تقارب الفترة الزمنية لكلا الدراستين حيث بلغت في الانتخابات سبعة شهور تقريبا وفي أزمة الخليج سبعة أشهر ونصف تقريبا .

ومن الموضوعات الفرعية التي تناولتها دراسة الانتخابات وما يرتبط بالتغيرات الصحفية مثل مدى تأثير الرأي العام بأشكال التحرير الصحفي، وبأسماء بعض من الكتاب والصحفيين، وبأساليب الصحفية المستخدمة في العرض، وبفن الكاريكاتير، وبالعناوين، وما يرتبط بالقضية نفسها مثل : دستورية نظام الانتخاب، إشراف حكومة محايده أم هيئة قضائية مستقلة، تحالف الاخوان المسلمون مع حزب العمل وحزب الأحرار في قائمة واحدة، نزاهة الانتخابات وحيدتها، المقولات التي عكستها البرامج الانتخابية<sup>(٣٥)</sup> .

أما الموضوعات الفرعية التي تناولتها دراسة " أزمة الخليج " فمنها ما ارتبط بالتغيرات الإعلامية مثل : نوعية وسائل الإعلام التي اعتمد عليها الباحثون في متابعة أحداث الأزمة، الحكم على مصداقية كل وسيلة، مدى الاعتماد على شبكات الإتصال الشخصى الموازي وتفتهم فيها، ومنها ما ارتبط بالقضية نفسها مثل : أسباب ضم العراق للكويت - دعوة العراق لاعادة توزيع الثروة العربية - الربط بين الانسحاب من الكويت وحل المشكلة الفلسطينية - مؤتمر القمة العربي وفرض الحصار على العراق، الاستعانة بقوات التحالف الدولي في مواجهة العراق - المكاسب والخسائر للقضية الفلسطينية واسرائيل وأمريكا ومصر - مشاركة القوات المصرية في العمليات العسكرية<sup>(٣٦)</sup> . وقد تم العمل الميداني خلال خمسة ايام في دراسة أزمة الخليج بدأت بعد قرار مجلس الأمن بوقف العمليات بعشرين يوما (من ٢٢/٣/١٩٩١ - ٢٦/٣/١٩٩١) بينما لم تذكر دراسة الانتخابات موعد العمل الميداني .

ورغم هذا التشابه بين قضايا الدراستين<sup>(٣٧)</sup>، إلا أن " أزمة الخليج " كانت أكثر ملاءمة لبحوث " الإعلام والرأي العام " لأنها من القضايا التي لم يعايشها الأفراد من قرب ولم تكن لديهم خبرة شخصية عنها لأنها في متناول وسائل الإعلام وتعتبر من الموضوعات الجديدة التي

يملك الإعلام معظم معلوماتها، حيث أثبتت الدراسات أن تأثير وسائل الإعلام على آراء واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخلافية يكون أوضح بالنسبة للموضوعات الجديدة، وأنه كلما توافرت معلومات أكثر لدى الأشخاص عن موضوع ما كلما كان من الصعب تحديد تأثير وسائل الإعلام على هذا الموضوع<sup>(٣٨)</sup>.

بينما كانت الانتخابات من القضايا التي عايشها الأفراد أكثر من مرة وتوافرت لديهم خبرة شخصية عنها من وسائل كثيرة وأشكال إتصال متعددة بالإضافة إلى وسائل الإعلام، غير أن هناك بعداً جديداً في انتخابات هذه الدراسة (١٩٨٧) حولتها إلى موضوع جديد بالنسبة للأفراد وهو إجراء الانتخابات وفقاً للجمع بين نظام القائمة الحزبية والنظام الفردي الذي أصبحت فيه الصحافة والإعلام المصدر الرئيسي في تعريفه وتوضيحه للجمهور.

والباحث في هذا المجال يقدم اقتراحين :

- ١- أن يتم التطبيق على قضية واحدة . إذ أن لكل قضية طبيعة خاصة وظروف معينة وتخضع في علاقتها بالرأى العام والإعلام لتغيرات عديدة منها ما هو إعلامي ومنها ما هو غير إعلامي وتتصل بمؤسسات المجتمع الأخرى والظروف المحلية والدولية فى مجالات مختلفة، ومنها ما يتصل بالجمهور وخصائصه الدولية والنفسية والعوامل الانتقائية المتصلة به .
- ٢- أن يتم التطبيق على قضيتين متباينتين فى إحدى الزوايا على الأقل شرط أن يجمع بينهما الشروط الواجب توافرها فى قضايا الرأى العام (عامية وهامة وخلافية وتمس مصالح الجمهور المادية والثقافية المعنوية).

تباين جغرافى : داخلية فى مقابل خارجية

تباين معرفى : سياسية فى مقابل اجتماعية . . . الخ .

تباين فكرى : وطنى مصرى / قومى عربى / عقائدى إسلامى / عربى ، علمانى

تباين إتصالى : تمس مصالح من بطريقة مباشرة : الجمهور، القسامم بالإتصال، السلطة،

المالك .

وقد تتداخل هذه التصنيفات مع بعضها البعض لتشترك فى قضية واحدة مثل : القانون ٩٣ لسنة ١٩٩٥ الخاص بالعقوبات الصحفية فهو يعكس قضية داخلية مصرية سياسية وتمس مصالح الصحفيين مباشرة، ومهما قيل عن أهمية القانون بالنسبة للمجتمع المصرى ككل إلا أن إتصاله مباشرة بمصالح الصحفيين وحرمتهم وتهديده مهنتهم هو الذى حول القانون إلى قضية رأى عام .

ولا شك أن التباين فى قضيتين يتيح للدراسة إجراء مقارنة على أبعاد ومتغيرات متعددة ، تؤدى إلى مزيد من الوضوح فى دراسة العلاقة بين الإعلام والرأى العام ، كما تساهم فى سهولة التوصل إلى صياغات نظرية أكثر وضوحاً فى تفسير العلاقة بين الإعلام والرأى العام .

## ثالثا : إشكالية محتوى الاستبيان الذى يعكس الأهداف والتساؤلات أو

### الفروض :

نظرا لأن محتوى الاستبيان أو استمارة التحليل ينبغي أن يعكس أهداف الدراسة وتساؤلاتها أو فروضها، فإن الدراسة فضلت أن تتعامل مع العناصر الثلاثة فى خطوة واحدة، ومن الإشكاليات المنهجية التى برزت فى هذا المجال هى مدى ملاءمة أهداف الدراسة ومحتوى الاستبيان لبحوث " الإعلام والرأى العام " ، كما أشارت عناوين هذه البحوث؛ ومدى التوازن فى دراسة المحاور المختلفة التى ينبغي أن يتشكل منها بحوث " الإعلام والرأى العام " ، وأخيرا مدى ملاءمة الفروض أم التساؤلات مع بحوث الرأى العام فى مصر .

وقد كشفت هذه البحوث عن :

١- إتجاه نظرى لم يعتمد على دراسة تطبيقية وبالتالي ليست له أهداف أو تساؤلات أو فروض للدراسة الواقع الإعلامى مما أفقده الحاجة إلى تصميم أدوات بحثية لجمع البيانات والمعلومات من الجمهور، كما هو الحال فى دراسة " دور الإذاعة فى توجيه الرأى العام" (٣٩) وبالرجوع إلى الإطار النظرى لهذه الدراسة الذى اقتصر فقط على البعد الإعلامى ولم يتضمن شيئا يذكر عن الرأى العام، يمكن اقتراح صياغة أخرى لعنوان هذه الدراسة يتلاءم مع محتواها وهو " دور الإذاعة فى توجيه المجتمع : دراسة نظرية فى جمهورية مصر العربية " .

٢- إتجاه تطبيقي "تحليلي" ولكنه افتقد فى أهدافه ومحتوى استمارتى التحليل الملاءمة مع بحوث "الإعلام والرأى العام" ، كما أشار إلى ذلك فى عنوان الدراسة التى تمثله " إتصال القيادة بالجمهور كنمط إتصال بالرأى العام" (٤٠) حيث تمثلت أهداف الدراسة ومحتوى استمارتى التحليل فى المحاور التالية:

- مراكز الإهتمام فى مضمون البرنامج الإذاعى التلفزيونى السودانى " لقاء المكاشفة الشهرى" الذى يتضمن رد رئيس الجمهورية على الشكاوى والمشاكل العامة التى تصل عن الجمهور ومدى ارتباطها بالظروف السائدة وإتجاه البرنامج نحو القضايا أهم مراكز الإهتمام .
- مراكز الإهتمام فى مضمون الرسائل ومدى إتفاقها مع مثيلتها فى البرنامج بهدف التعرف على مدى إشباع البرنامج للحاجات الإعلامية للمواطنين .

وبهذه المحاور تبعد الدراسة عن بحوث " الإعلام والرأى العام" التى تشترط التطبيق على قضايا خلافية يكون للإعلام دور فى مناقشتها وتأثير على الجماعات المهتمة بها فى مجال الآراء والإتجاهات، وتدخل فى نطاق دراستى " ترتيب الأولويات " و " الحاجات والإشباع" والتى يمكن استخدامها فقط فى التمهيد لدراسات "الإعلام والرأى العام"



باعتبار أن المرحلة الأولى فى علاقة الإعلام بالرأى العام ينبغى أن تتضمن إهتماما إعلاميا بالقضايا التى تهتم الجمهور .

وعلى هذا الأساس يمكن اقتراح صياغة أخرى لعنوان هذه الدراسة يتلاءم مع أهدافها ومحتوى إطارها التطبيقي وهو " إتصال القيادة بال جماهير كنمط ترتيب للإهتمامات وإشباع الحاجات" مع ملاحظة أن الإطار النظرى لهذه الدراسة - كما أشرنا سابقا - يتلاءم مع بحوث "الإعلام والرأى العام".

٣- إتجاه تطبيقي "ميداني" تلاءمت أهداف بحوثه واستبياناته من حيث الشكل مع دراسات "الإعلام والرأى العام" غير أنه لم يحقق التوازن فى دراسة الأبعاد المختلفة فأسرف فى التركيز على المحور الذى يقيس مدى تعرض العينة للوسيلة الإعلامية على حساب المحاور الخاصة بقياس دور الإعلام فى تزويد العينة بالمعلومات والتأثير على الآراء بينما تجنب تماما الإهتمام بعناصر الرسالة الإعلامية فى ارتباطها بالتأثيرات المعرفية والإقناعية لأفراد العينة . وعلى الرغم من ضعف الإهتمام بالجوانب الأساسية التى تعكس جوهر هذه الدراسات إلا أنها لم تلتزم بالتطبيق على قضايا خلافية محددة . يتضح فيها علاقة الإعلام بالرأى العام فضلا عن إتباع أساليب قياس مباشرة وعامة توقفت عند حد سؤال البحوث عن مصدر المعلومة ورأيه فى القضية دون ربط الرأى بالإعلام<sup>(٤١)</sup>.

ويتضح ذلك من خلال عرض أهداف ومحتوى هذه الاستبيانات :

• قدراة "الإعلام الإقليمي وأثره فى الرأى العام المحلي"<sup>(٤٢)</sup> ركزت على تعرض الباحثين لوسائل الإعلام المتاحة بمحافظة الجزيرة السودانية (الراديو ، التلفزيون، السينما، الصحف، المجلات، النشرات، المسرح) فجاءت فى ستة وأربعين سؤالاً ثم جاءت الأسئلة الخاصة بدور الإعلام الإقليمي فى نشر المعلومات والأفكار فى اثنا وعشرين سؤالاً خلقت تماما من قياس الآراء والإتجاهات واقتصر على سؤال مصدر المعلومة . وبيان ذلك تقدم بعض الأمثلة :

س : سمعت عن مشروعات التكامل بين مصر والسودان ؟

س : من وين ؟

س : تعرف الارشاد الزراعى ؟

س : من وين ؟

س : من هو الأمين العام للاتحاد الاشتراكى بالجزيرة ؟

س : من وين ؟

س : من هو وزير الزراعة ؟ من وين ؟

وهكذا الحال فى شأن العديد من الأشخاص والقضايا التى ورد ذكرها سابقا عند

الحديث عن جزئية القضايا موضوع التطبيق .

وعلى هذا الأساس يمكن اقتراح صياغة أخرى لعنوان هذه الدراسة يتلاءم مع محتوى استبيانها وأسلوب قياسها وهو " الإعلام الاقليمي ودوره فى نشر المعلومات والأفكار" .

• وقد ركزت دراسة " الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام المحلى" (٤٣) على ثلاثة محاور ركزت فيها أيضاً على محور تعرض العينة لوسائل الإعلام الحكومى كالإذاعة والتلفزيون والهينة العامة للاستعلامات والارشاد الزراعى والثقافة الصحية : فجاءت أسئلة هذا المحور فى سبعين سؤالاً (من ١-١٩ ، ومن ٣٩-٨٠ )

وتناول المحور الثانى (١٩ سؤالاً) لقياس مدى تغير الرأى نتيجة سماع الراديو أو التلفزيون ولكنه قياس عام لا يرتبط بقضايا مثارة فى زمن محدد فضلاً عن استخدام أسئلة مباشرة وإيجابية وتبتعد كثيراً عن منهجية الصدق . ومن أمثلة ذلك :

س : لو كان لك رأى فى موضوع وسمعت رأى ثانى من الراديو بتغير رأيك الأولانى؟

س : طيب فاكر حاجة لك رأى فيها وغيرته بعد ما سمعت الراديو ؟

س : زى ايه مثلاً

وتناول المحور الثالث (٥٧ سؤالاً) عن مصدر معلومات العينة ورأيهم فى العديد من القضايا .

ولذلك يمكن اقتراح صياغة أخرى لعنوان هذه الدراسة يتلاءم مع منهجية تطبيقاتها وهو " الإعلام الحكومى وأثره فى تزويد الأفراد بالمعلومات والآراء فى مجتمع محلى" .

• كما سارت على نفس النهج دراسة " الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام المحلى" (٤٤) حيث جاءت معظمها عن تعرض العينة لوسائل الإعلام الدينى كالبرامج الدينى بالراديو والتلفزيون ، والجواند والمجلات ، وخطبة الجمعة ، بينما خصصت (٢١ سؤالاً) من (٩٥ سؤالاً) اجمالى اسئلة الاستبيان لأثر الإعلام الدينى على معلومات وآراء وتصرفات الأفراد ثم مصدر معلومات العينة فى العديد من القضايا ومن الأمثلة التى اتبعتها الدراسة فى قياس التأثير على أفراد العينة .

س : هل ساعدت البرامج الدينى أن تودى العبادات بشكل أفضل؟

س : هل ساعدت البرامج الدينى على تغيير بعض تصرفاتك أو تصرفات

أسرتك؟

س : هل ساعدت البرامج الدينية على تزويدك بمعلومات دينية لم تكن تعرفها؟

س : هل يؤثر فيك خطيب المسجد؟

وعلى هذا الأساس أيضاً تتحول هذه الدراسة من دراسات التأثير فى الرأى العام إلى التأثير فى الأفراد ليكون عنوان الدراسة المقترح الذى يتوافق مع الإجراءات المنهجية للقياس هو " الإعلام الدينى وأثره فى تزويد الأفراد بالمعلومات والآراء فى مجتمع محلى "

٤ - إجماع تطبيقي " ميداني " تلاءمت أهداف بحثه واستبياناته من حيث الشكل والمضمون مع دراسات "الإعلام والرأى العام" وإهتم باخوار الرئيسية التى تعكس جوهر الدراسة .

حيث ركزت دراسة " تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى " (٤٥) على التأثيرات المعرفية والإقناعية للصحافة بشكل عام (من السؤال ١-١٢) ثم التأثيرات المعرفية والإقناعية للقائم بالإتصال والتحرير الصحفى والأسلوب الصحفى والكاريكاتور (من السؤال ١٣-٢٣) تأثير كل صحيفة مصرية على حدة، والفرق بين تأثير الصحف القومية وصحف المعارضة (من السؤال ٢٤-٢٥) بتفريعاتهما التى تصل إلى (٣٧ سؤالاً) وذلك بالتطبيق على قضية الانتخابات بفرعاتها وأبعادها المختلفة .

بينما تجاوزت دراسة " دور الإعلام فى تكوين الرأى العام " حدود استخدام الاستبيان إلى استخدام تحليل المضمون أيضاً فى التوصل إلى ترتيب أولويات صحفتى الدراسة (الأهرام والشعب) ومقارنتها بأولويات الجمهور، وكذلك مدى التوازن بين الصحفيتين فى التغطية الاخبارية لأزمة الخليج .

ثم انفرد الاستبيان بقياس مصداقية الصحف لدى أفراد العينة وأرائهم فى جوانب أزمة الخليج كمجال للتطبيق وربطها بمتغيرات الإعلام .

ويلاحظ هنا أن تحليل المضمون تم استخدامه كعامل مساعد لأن ترتيب الأولويات تمهيد علمى لدراسة الرأى العام، وكان يمكن استخدامه بشكل أساسى شأنه شأن الدراسة الميدانية لو أنه إهتم بدراسة القنوات التى تعكس دور الإعلام فى تكوين الرأى العام، فهل تناولت الصحف أبعاد الأزمة ؟ وهل ناقشت كل بعد مناقشة وافية؟ وهل قدمت الحقائق والمعلومات اللازمة لتكوين الرأى المستنير؟ وهل عرضت الآراء والمواقف المختلفة المطروحة حول الأزمة؟ إذ أن الاجابة على هذه التساؤلات تعكس فى حد ذاتها " دور الإعلام فى تكوين الرأى العام " من خلال مؤشر تحليل المضمون .

كما أن الجمع بين مؤشرين (التحليلي والميداني) لقياس دور الإعلام في تكوين الرأي العام تجاه أزمة الخليج من شأنه أن يقدم إضافة منهجية جديدة لم تستخدمها بحوث الإعلام والرأي العام في مصر من قبل، وإن كانت قد استخدمتها بحوث ترتيب الأولويات أو بحوث العلاقات العامة أو بحوث "الإعلام وقضايا المجتمع".

أما بالنسبة لملاءمة الفروض أم التساؤلات في بحوث "الإعلام والرأي العام" في مصر . فإنه إذا تصورنا قلة هذه البحوث وصعوبة التنبؤ بقضايا الرأي العام موضع التطبيق لأنها قضايا آنية معظمها يتفجر فجأة نتيجة حدث غير متوقع (كأزمة الخليج مثلاً) والقليل منها معلوم توقيت اثراته (كالانتخابات مثلاً)، فضلاً عن ضرورة قياس الآراء قبل تلافى إهتمام الجمهور بالقضية وما يستتبع ذلك من متطلبات السرعة في إنجاز الاستبيان وتطبيقه .

إذا تصورنا ذلك . . فإنه يصبح من الأفضل تبني الدعوة إلى استخدام صيغة التساؤلات في صياغة أهداف دراسات "الإعلام والرأي العام".

ولم تخرج من هذه الدعوة الا دراسة "دور الإعلام المصرى في تكوين الرأي العام" التى استخدمت "صيغة الفروض" دون التزام بالإتجاه الذى يرى ضرورة استقاء الفرض الإعلامى من قاعدة معرفية قد تكون إحدى نتائج دراسات سابقة أو نتيجة لدراسة استطلاعية قام بها الباحث نفسه<sup>(٤٦)</sup>، ولذلك فإن هذه الدراسة وقعت فى شبه تناقض أو مأزق عدم الاطمئنان إلى نتائجها (اختبار الفروض) حين ذكرت "أنه يمكن استخدام نتائج اختبار الفروض فى مناقشة تساؤلات البحث أو اختبارها فى بحوث قادمة"<sup>(٤٧)</sup> علماً بأن اختبار الفروض ينبغى أن يصل إلى نتائج لا تحتاج إلى اختبار آخر مثلما يحدث مع نتائج "التساؤلات" لأن الفروض كانت نتائج قبل اختبارها .

وعلى هذا الأساس ينبغى أن تتضمن صحف الاستقصاء واستمارات التحليل التى تعكسها بحوث "الإعلام والرأي العام" المحاور الرئيسية التالية:

- ١- مدى أهمية القضية أو القضايا بالنسبة للإعلام أو الجمهور .
- ٢- مدى المام الإعلام والجمهور بأبعاد القضية ومصادر كل منهما .
- ٣- موقف الإعلام وموقف الجمهور من الجوانب المختلفة للقضية أو القضايا موضع التطبيق .
- ٤- ربط هذه المواقف بالتغيرات الإعلامية وغير الإعلامية بهدف تحديد الدور أو الأثر الإعلامى تجاه هذه القضية أو القضايا .
- ٥- ربط هذا الدور الإعلامى بالعوامل المؤثرة عليه سواء كانت عوامل ذاتية فى داخل البيئة الصحفية كسياسات التحرير والسياسات الإعلانية والقائم بالإتصال فى علاقاته مع الزملاء والرؤساء والمصادر وجوانبها القيمية والثقافية والمهنية، أو عوامل موضوعية

خارج بيئة العمل الصحفى كالملكية وعلاقة الصحافة بالسلطة والرقابة والتشريعات الإعلامية ومصادر الأنباء والمعلومات ويتطلب هذا إجراء دراسات من نوع جديد على القائم بالإتصال، ويفضل أن يكون من أولئك الذين تدخل القضية فى دائرة إهتماماتهم الإعلامية.

ويلاحظ أن الاغراق فى الإهتمام بدراسة المحاور الثلاثة الأولى دون توظيفها للهدف الأساسى (المحور الرابع أو الخامس) يعتبر خطأ منهجياً لأنه يحول قطاعاً كبيراً من الدراسة إلى قياس لإتجاهات الأفراد نحو القضية ومستوى معرفتهم بها بدلا من التركيز على قياس علاقة الإعلام بالرأى العام والعوامل المؤثرة على هذه العلاقة.

وفى هذه الحالة يتم متابعة الباحث لطرح القضية فى الإعلام بهدف الوقوف على معلومات يشكل منها محاور استبيانة المذكورة سلفاً ثم يسرع فى تطبيقها على الجمهور قبل تلافى القضية من دائرة إهتمامه وذاكرته، ثم يسرع فى نفس الوقت لتصميم استبيان القائم بالإتصال للتعرف على العوامل المؤثرة على علاقة الإعلام بالرأى العام ثم يعود ليصمم استمارة التحليل وإجراء الدراسة التحليلية على مهل نظراً لأن المادة محفوظة فى أرشيف الصحف.

#### رابعا : إشكالية مفهوم "الأثر" أو "الدور":

ومن خلال النظر إلى ما اثير حول أساليب القياس فى خطواتى : القضايا، ومحتوى الاستبيانات أو استمارات التحليل التى تعكسها أهداف الدراسة وفروضها أو تساؤلاتها . يمكن تصنيف الدراسات إلى الإتجاهات التالية:

١- إتجاه اعتبر مجرد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام مؤشرا لقياس أثر هذه الوسائل فى الرأى العام، بينما قد لا يكون التعرض الإعلامى بمفرده دليلا على ذلك، نظرا لارتباط الرأى العام بخطوات أخرى كالمنافشة والافتتاح بأحد الآراء السائدة والتعبير عنه، كما أن دراسات هذا الإتجاه ربطت أيضاً بين مصدر المعلومة وتبنى المبحوث لرأى معين، وهذا ليس كافيا لإقامة الدليل على أن رأى المبحوث بالتأييد أو المعارضة انما جاء نتيجة تعرضه لوسيلة إعلامية ما، فقد يكون رأى أحد الأفراد معارضا لتنظيم الأسرة رغم تعرضه للإعلامى المضاد لهذا الرأى، أو قد تكون أحد الآراء معارضة للسلام مع اسرائيل رغم تعرضها للإعلامى المضاد فى هذا الإتجاه وهكذا.

#### ومن دراسات هذا الإتجاه :

- دراسة " الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام المحلى" (٤٨).
- دراسة " الإعلام الاقليمى وأثره على الرأى العام المحلى" (٤٩).
- دراسة " الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام المحلى" (٥٠).

٢- اتجاه حدد ثلاثة مجالات لمفهوم الأثر أو الدور في بحوث " الإعلام والرأى العام " أوفها :  
التعرض الإعلامى والإهتمام بالقضية، ثانيها : مدى الامام بجوانب القضية الناجم من  
التعرض الإعلامى، ثالثها : آراء العينة فى جوانب القضية الناجمة من التعرض الإعلامى  
أيضاً .

وقد التزمت بهذا الإتجاه كل من دراسة " تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام  
المحلى" (٥١) ودراسة " دور الإعلام المصرى فى تكوين الرأى العام" (٥٢) .

ورغم إتفاق الدرستين فى نظرتهم المنهجية الصحيحة لمفهوم الأثر أو الدور الذى  
تضمن مجال المعلومات والآراء أو بكلمات أخرى المستوى المعرفى والإقناعى . إلا أنهما  
اختلفا فى كيفية تحديد أو قياس هذا الدور الإعلامى أو التأثير الإعلامى فى الرأى العام .

ففى حين اعتمدت الدراسة الأخيرة (٥٣) على المعالجات الاحصائية فى إيجاد العلاقة  
بين الإعلام والرأى العام من خلال العلاقات الارتباطية التى تكشف ما إذا كان هناك  
ارتباط ذو دلالة أم لا بين إتجاه الرأى (مؤيد أم معارض) ووسائل الإعلام (صحافة -  
راديو - تليفزيون) أو شبكات الإتصال الشخصى (٥٤) .

اعتمدت الدراسة الأولى (٥٥) على القياس المباشر الذى يكشف عن دور أو تأثير  
الإعلام من خلال بناء معين للأسئلة . . مثال:  
س : رغم كل ما قيل عن نزاهة الانتخابات وحيدتها هذه المرة إلا أنها لم تسلم من  
التزوير؟

صح ( ) خطأ ( ) لا أعرف ( )

س : وليه ؟

س : وحصلت على هذه المعلومة من مين ؟ (٥٦)

هذا النموذج تم تكراره مع بقية القضايا الفرعية الخلافية المنبثقة من الانتخابات كقضية

عامة .

وبلاحظ هنا أن السؤال الأول يكشف عن مدى اقتناع العينة بتزوير الانتخابات،  
ويكشف السؤال الثانى عن شواهد العينة فى ذلك، بينما يحدد السؤال الثالث مصدر  
اقتناع العينة بتزوير الانتخابات، ما إذا كان الإعلام أم غيره من أشكال الإتصال  
الأخرى . وبالتالي يتحدد دور أو تأثير الإعلام فى آراء الأفراد تجاه قضية معينة .

ورغم بساطة هذا الأسلوب إلا أنه قد لا يتلاءم مع كل قضايا الرأى العام التى يخلو

الكثير منها من طرح مقولات معينة بطريقة متكررة ومكثفة كما حدث فى انتخابات مجلس الشعب لعام ١٩٨٧ والتي استفادت منها هذه الدراسة فى استخدام هذه المقولات فى التوصل الى طريقة بناء معين لقياس دور الإعلام أو تأثيره فى الرأى العام .

ولذلك يبقى لأسلوب المعالجات الاحصائية أهميته المستقبلية فى هذه النوعية من البحوث .

٣- إنجاء اعتبر مجرد التوافق فى ترتيب إهتمامات الإعلام مع ترتيب إهتمامات الجمهور مؤشرا لقياس علاقة الإعلام بالرأى العام، وكما أوضحنا سابقا إذا كانت هذه الخطوة تمثل بداية للعلاقة فانها لا تكفى وحدها لإقامة الدليل على وجود رأى عام الذى يتطلب مناقشة شاملة ومتعمقة للقضايا الخلافية يعقبها تكوين للآراء نحوها .

وقد مثلت هذا الإنجاء دراسة " إتصال القيادة بالجمهور كمنط إتصال بالرأى العام" (٥٧)

وتقترح الدراسة أن يتسع مفهوم الأثر أو الدور فى بحوث " الإعلام والرأى العام" ليشمل ثلاثة مجالات ويستبعد مجالين حيث يتضمن :

- مجال كسب إهتمام الجماهير نحو القضايا العامة (التعرض الإعلامى)
- مجال تزويد الجماهير بالمعلومات الشاملة لأبعاد أو جوانب القضية (المعرفة والفهم) .
- توجيه الجماهير إلى تبنى مواقف وآراء نحو القضايا المطروحة (الاقتناع والتبنى) .

ويستبعد :

- مجال المعتقدات أو القيم وتتصل بالمعتقدات الدينية والقومية والاجتماعية والغايات والأهداف الكبرى التى يؤمن بها الفرد والتى يطلق عليها لفظ الأيديولوجية أو "النظرة الكلية" فى حالة اتساقها وترابطها (٥٨) .
- مجال الإتجاهات العامة أو الاجماع العام ويتصل باتفاق الجماهير على ما يرون فيه صيانة لتقاليدهم أو محافظة على تراثهم (٥٩) أى ما أجمعت عليه الأمة من عادات وتقاليد وعرف ارتضاها الأفراد بحكم توارثها من الأجيال السابقة وأصبحت لها قوة أقوى من القانون ذاته فحظيت باحترام وتقديس المجتمع وأصبحت مخالفتها من الأمور الشاذة .

وهى مجالات تؤثر فى الرأى العام من ناحية وتؤثر فى الإعلام من ناحية أخرى ، وبالتالى لا يمكن دراسة دور الإعلام أو تأثيره فيها بوضوح ، كما أنها لا تدخل ضمن نطاق دراسات الرأى العام، " لأنها من الأمور التى توشك أن تكون ثابتة ثبوتا دائما فى الأفراد والجماعات" (٦٠) ، بينما يهتم الرأى العام بدراسة حالات تفكيرية موقفية مرنة تجاه قضايا معينة

في فترة زمنية محددة، وهو أكثر قابلية للتغير من الاتجاهات، كما أن الاتجاهات أقل ثباتاً من المعتقدات<sup>(٦١)</sup>.

فالرأى العام يدور حول مسائل عامة موضوع جدل ونقاش بعكس المعتقدات والاتجاهات التي رسخت عبر العصور في أذهان الجماهير ولم تعد مشار نقاش عام، اللهم الا في وقت الثورات والتغيرات الاجتماعية الجذرية، والاتجاه العام يتكون بطيئاً ويتغير بطيئاً. أما الرأي العام فيستمر باستمرار القضية وما أن تتغير أو تنتهي انصرف الرأي العام إلى قضية أخرى.

غير أن الرأي العام هو الذي شارك منذ القدم في تكوين الاتجاهات العامة نفسها، حيث كانت العادات والتقاليد موضع خلاف قبل الإتفاق عليها<sup>(٦٢)</sup>.

### خامساً : إشكالية العينات في بحوث "الإعلام والرأى العام"

الإشكاليات المنهجية والإجرائية المتصلة بالعينات عموماً سواء في الدراسات التحليلية أو الميدانية كثيرة وتحتاج إلى بحوث مستقلة، خاصة إذا استحضرننا الخطوات المتعددة لهذه العينات، حيث تصاحب كل خطوة منها مشكلاتها الخاصة بدءاً من تحديد المجال الجغرافى وإطار العينة ومروراً بحجم العينة وتحديد المجال البشرى أو المادة الصحفية الخاضعة للتحليل وانتهاءً بنوع العينة وطريقة إختيارها . . .

ولذلك فإن المقام هنا ليس مناسباً للتحدث عن مشكلات العينة عموماً، ولكنه ضرورى لإختيار أهم الإشكاليات التي تواجه عينات بحوث "الإعلام والرأى العام" وهى:

مدى ملاءمة إختيار المجال البشرى لطبيعة ونوعية القضايا موضع التطبيق، ومدى ملاءمته أيضاً للمفهوم العلمى للرأى العام؟ فضلاً عن ضرورة مراعاة الفارق بين عينات تمثل أى مجتمع دراسة، وعينات أخرى تمثل مجتمع دراسة الرأى العام فى علاقته بالإعلام.

وعلى هذا الأساس يمكن تصنيف بحوث "الإعلام والرأى العام" إلى إجتاهين:

١- إجتاه لم يراع فى إختياره للمجال البشرى المفهوم العلمى للرأى العام ولا نوعية القضية مجال الدراسة التطبيقية، فجاءت العينة ممثلة للمجتمع وليست للرأى العام،

ومن دراسات هذا الإجتاه :

• دراسة " الإعلام الاقليمي وأثره فى الرأى العام المحلى"<sup>(٦٣)</sup> حيث اختير المجال البشرى من الأفراد البالغ أعمارهم ١٨ سنة فأعلى بطريقة عشوائية من ثلاث قرى تم إختيارها عشوائياً من القسم الوسط الذى تم إختياره عمدياً من بين الأقسام الستة عشر تحافظة الجزيرة السودانية نظراً لكثرة النشاط الإعلامى فيه.



• ودراسة "الإعلام الحكومي وأثره فى الرأى العام المخلى" (٦٤) حيث تم إختيار المجال البشرى بالأسلوب العشوائى المنتظم من الأفراد البالغ أعمارهم ١٥ سنة فأعلى وذلك من "كفرين" بمحافظة المنوفية تم إختيارهما عمديا لتوافر شروط يتطلبا البحث .

• ودراسة "الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام" (٦٥) حيث اختير المجال البشرى بنفس الطريقة المتبعة فى الدراسة السابقة وذلك من ثلاث قرى تمثل الريف المصرى فى المنوفية والجزيرة وأسبوط .

وهذه النوعية من العينات التى تم بها إختيار المجال البشرى فى الدراسات الثلاث هى عينات عشوائية وعشوائية منتظمة تدرج تحت العينات الاحتمالية (٦٦) ، أما المجال الجغرافى لهذه العينات فقد تم إختياره بطريقة عمدية .

وهذه العينات فى إختيارها للمجال البشرى لم تراعى خصائص جماهير الرأى العام التى تأتى فى مقدمتها صفة الوعى أو المتابعة للقضية والاحساس بتأثيرها عليهم وعلى حياتهم مما يدفعهم إلى الاستعداد للتعبير عن آرائهم إزاء هذه القضية ولذلك فإن العرف الحديث قد جرى فى العلوم الاجتماعية على تعريف الرأى العام بأنه " الجماهير المهتمة بمسألة تمس مصالحها أو معتقداتها بدرجة أو بأخرى وبالتالي تعبر عن رأيها فى هذه المسألة إذا ما أتيحت لها فرصة (٦٧) ويتأكد هذا أيضاً إذا استدعينا مرة أخرى مفهوم الدكتور/ مختار التهامى الذى اشترط أيضاً صفة الوعى فى الجمهور حينما عرف الرأى العام " بأنه الرأى السائد بين أغلبية الشعب الواعية . . . " (٦٨) .

وعلى هذا الأساس فإن جمهور الرأى العام ليس بالضرورة شاملا لكل من يعيش فى المجتمع، كما أنه ليس ثابتا بل يتغير بتغير القضايا موضوع الإهتمام .

وبالرجوع إلى نوعية القضايا التى طرحتها استبيانات (٦٩) هذه الدراسات نجد أنها تتطلب قدرا من الوعى الذى يدفع الباحث إلى تحديد شرائح اجتماعية بعينها أو إختيارها وفق المستوى التعليمى مثلا . . . وما كان من الصحيح منهجيا أن يكون إطار هذه العينات هو كل من بلغ عمره ١٥ أو ١٨ سنة يتم إختيارها بطريقة عشوائية لأن هذا معناه أن الأغلبية العظمى من هذه العينة قد تكون من الأميين بحكم أنهم يشكلون الغالبية العظمى فى الريف الذى يعتبر المجال الجغرافى لهذه الدراسات جميعا .

وإذا كان هناك من يرى أن تحديد عينة الجمهور تتوقف أيضاً على نوع الوسيلة الإعلامية (٧٠) ، حيث يمكن ملاءمة الأميين كعينة من دراسات الراديو والتلفزيون ، إلا أن ذلك يتوقف على نوعية القضية أيضاً، فمادام يفهم الأميون فى انتشار الأسلحة النووية كتقضية يشترك

فى مناقشتها الراديو والتليفزيون؟ غير أن قطاعا كبيرا من الأيمن الذين يعملون بالزراعة يمكن أن يفهموا فى قضايا خاصة بالزراعة .

ولذلك فإن إختيار فئات بشرية غير واعية بالقضية داخل عينات الرأى العام من شأنه أن يضلل النتائج، ويجعل الاحتكام إلى الرأى العام غير صحيح ولا يعبر عن الحقيقة رغم تعبيره عن الأكتريية العددية فى المجتمعات النامية عموما . . إذ أن العامة فى هذه المجتمعات لا يهتمون بالقضايا ولا يملكون القدرة على مناقشتها وبالتالي لا يستطيعون تكوين رأى صائب حيالها ومن ثم لا تؤثر آرائهم فى الرأى العام إذا توفر المناخ الديمقراطى السليم، فضلا عن تكوين آرائهم فى كثير من الأحيان بالتضليل وحذف بعض الحقائق<sup>(٧١)</sup> . فإن " من لا علم له لا رأى سديد له، بل ينجح أحيانا إلى التعصب والتطرف القائمين على الوهم وتصور أشياء لا نصيب لها من الحقيقة"<sup>(٧٢)</sup> .

٢ اتجاه حاول فى إختياره للمجال البشرى مراعاة المفهوم العلمى للرأى العام رنوعية القضية مجال التطبيق، إلا أنه شابه القصور فى بعض الجوانب . ومن دراسات هذا الإتجاه:

• دراسة " تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام الخلى" ، حيث اختير المجال البشرى من اساتذة الجامعات وعلماء الدين والقيادات النقابية وكبار المعلمين وكبار الموظفين . . وهم الذين يمثلون شريحة النخبة فى محافظة سوهاج مجتمع الدراسة . ولم تتضمن العينة الشرائح الوسطى التى تدخل ضمن نطاق جماهير الرأى العام، حيث يتوافر لديها صفة الوعى والإهتمام بالقضايا فضلا عن أن الخريطة الطبقية للمجتمع المصرى تشير إلى أن هذه الشرائح (الفئات المتعلمة والقادرة اقتصاديا) هى التى تقرأ الصحف وتتولى قيادة العمليات الإعلامية<sup>(٧٣)</sup> كما أن هذه الشرائح من الفئات التى تفهم فى "الانتخابات" قضية الدراسة .

• دراسة " دور الإعلام المصرى فى تكوين الرأى العام "<sup>(٧٤)</sup> حيث اختير المجال البشرى على أساس المستوى التعليمى من حى الدقى وقرية المتانيا بمركز العباط / الجيزة ، وشمل المجال البشرى الفئات التالية ( أمى / يقرأ ويكتب/ ابتدائى/ مؤهل أقل من المتوسط/ مؤهل متوسط/ مؤهل فوق المتوسط/ الدرجة الجامعية الأولى/ الدراسات العليا) .

ورغم أن هذه الدراسة حاولت بهذا التقسيم أن تعطى أهمية لمؤشر التعليم نظرا لارتباطه بمدى الفهم فى أزمة الخليج قضية الدراسة ، إلا أنها لم تستبعد الأيمن الذين وصلت نسبتهم (٤٧,٧٪) من اجمالى عينة قرية المتانيا و (١٥,٥٪) من اجمالى عينة حى الدقى و (٣٢,٥٪) من عينة الدراسة التى تشمل العينتين<sup>(٧٥)</sup> .

وكما ذكرنا سابقا أن تمثيل كل الفئات أمر ضرورى بالنسبة للعينات عموما، لكن

عينات الرأى العام لا يشترط فيها أن تكون شاملة لكل المجتمع لأنها متغيرة بتغير القضايا . فماذا يفهم الأميون فى أزمة الخليج ؟ وحتى مستوى الفهم الذى أظهره أو إتجاه الرأى الذين صرحوا به من شأنه أن يضلل النتائج العامة التى تعبر عن الرأى العام، لأن المفهوم العلمى للرأى العام كما ذكرنا يشترط صفة الوعى فى جماهيره .

ولذلك فإن هذه الدراسة نفسها استبعدت ٤٧ أميا من ١١٧ اجمالى عدد الأميين فى العينة ككل البالغ عددها ٣٦٠ فردا ، وجاء سبب استبعادهم متصلا بعدم إهتمامهم بموضوع الاستبيان . وقد تبين ذلك من اجابتهم بالنفى على السؤال الأول الخاص بالانشغال بأزمة الخليج .

ومما تقدم يلاحظ أن دراسات هذا الإتجاه اعتمدت على العينات الطبقية العشوائية غير أن احداها لم تتدخل مسبقا فى تحديد مفردات العينة تحديدا عمليا (قصديا) ولكنها اختارت من كل مستوى تعليمى حسبما أتاحت شروط وظروف موقف المقابلة<sup>(٧٦)</sup>، بينما تدخلت الأخرى مسبقا فى تحديد مفرداتها من اساتذة الجامعات وعلماء الدين وكبار الموظفين . . . الخ<sup>(٧٧)</sup> .

ولذلك كانت عينة الأولى "عشوائية طبقية احتمالية"<sup>(٨٧)</sup> بينما كانت الأخرى "عمدية طبقية عشوائية"<sup>(٧٩)</sup>

ومما تقدم تقترح الدراسة أن تكون عينة المجال البشرى فى بحوث "الإعلام والرأى العام" عينات عمدية<sup>(٨١)</sup> فى التحديد المسبق للفئات المهمة ثم استخدام الأسلوب العشوائى البسيط أو المنتظم فى إختيار النسبة المحددة من كل فئة سواء يتم هذا بالتوزيع المتناسب أو بالتوزيع المتساوى أو بالتوزيع الأمثل<sup>(٨١)</sup> حسب حجم الفئات ، وأهداف الدراسة ، ويمكن التعرف على الفئات المهمة من خلال استطلاع رأى مكون من سؤال واحد يكشف فيه الباحث عن الفئات المشغلة بمتابعة القضية مجال التطبيق .

### سادسا : إشكالية الأدوات البحثية المستخدمة فى جمع المعلومات :

اعتمدت بحوث "الإعلام والرأى العام" التى استخدمت الدراسات الميدانية مجالا لها أربع أدوات أساسية فى جمع المعلومات هى : الاستبيان، المقابلة الفردية، المقابلة الجماعية، والملاحظة، بينما اعتمدت البحوث التى استخدمت الدراسات التحليلية سواء بشكل مستقل أو بشكل مكمل للدراسة الميدانية على "استمارة تحليل المضمون" ونموذج الموقف المشكل<sup>(٨٢)</sup> .

ورغم أن العديد من الإشكاليات المنهجية المتصلة بالأدوات البحثية ، إلا أن معظم هذه الإشكاليات ليست قاصرة على بحوث "الإعلام والرأى العام" وإنما هى مشكلة عامة بالنسبة

لجميع البحوث الميدانية، ومن أهم هذه الإشكاليات العامة التي تنسحب أيضاً على بحوث الرأى العام هي أغلب أن الاستبيانات تقيس الآراء الظاهرة فقط ولا تكشف عن الآراء الحقيقية التي يقتنع بها المبحوثون داخليا إما نتيجة الخوف المتوارث من الادلاء بالبيانات، أو الخوف من قضايا سياسية حساسة، أو من إمكانية أن تصل البيانات بشكل أو بآخر إلى جهات ادارية أو أمنية يخشاها الفرد، حيث تزايدت في الآونة الأخيرة - رغم تزايد حجم الديمقراطية في مصر - نغمة الشعور يافتقاد الأمن وضرورة الحذر والحيلة نتيجة للاعتقاد بأن كثيرا من الأمور الخاصة بالعمل والترقيات وتولى المناصب القيادية تتوقف في جانب منها على الإنجاه السياسى للأفراد .

بينما تتعلق إشكاليات أخرى بمميزات وعيوب كل أداة بحثية ، غير أن الإشكالية التي تخص بحوث الرأى العام دون غيرها هي أن الاستبيانات تقيس الرأى الشخصى وليس الرأى العام لأنها تعتمد على سؤال الأفراد كل على حده، مما يعكس أخطاءً منهجية لاسباب عديدة :

- إن الرأى الشخصى يختلف عن الرأى العام لأن الرأى الشخصى هو رأى الشخص الذى تعنيه المشكلة ويفكر فيها من وجهة نظره فقط . . أما الرأى العام فهو رأى الجماعة الواعية الذى تتخذه نحو المشكلة بعد مناقشة وافية لها وتقليب وجهات النظر المختلفة والآراء المتعارضة حولها<sup>(٨٣)</sup> .
- إن الأساس الأول فى تكوين الرأى الشخصى هو الفرد نفسه<sup>(٨٤)</sup> بينما يمثل الأساس الأول فى تكوين الرأى العام الحوار الحر الذى يترك الباب مفتوحا طيلة الوقت لاختلاف الآراء وإمكانية التعبير عن هذه الاختلافات<sup>(٨٥)</sup> .

- إن الرأى العام ليس حاصل جمع الآراء الفردية كما يراه تشيلدرز " مجرد مجموعة من الآراء الفردية"<sup>(٨٦)</sup> ، أو كما يراه جيمس برايس فى كتابه (الديمقراطيات الحديثة) بأنه اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التى يدين بها الناس ازاء المسائل العامة<sup>(٨٧)</sup> ، ولكن الرأى العام هو حاصل ضرب الآراء الفردية بعضها فى بعض بحيث يصل اليه الناس نتيجة للبحث والدرس والمناقشة والتجربة والفحص، كما يراه العالم الأمريكى " دوب" بأنه " اتجاهات الناس نحو موضوع ما، حينما يكونون أعضاء فى نفس الجماعة الاجتماعية"<sup>(٨٨)</sup> ، أو كما يراه " وليم البيج" بأنه " الناتج عن عملية تفاعل الاشخاص فى أى شكل من أشكال الجماعة نتيجة نقاشها لموضوع معين"<sup>(٨٩)</sup> .

- اختلاف النتائج نتيجة اختلاف رأى الفرد من حالة قياسه على حدة إلى حالة قياسه وسط الجماعة باعتباره أحد أعضائها .
- تساوى كل الآراء مع بعضها البعض دون تفرقة لما هو رأى النخبة أو رأى العوام أو رأى الشرائح الوسطى، بينما تتيح المناقشة وسط الجماعة تأثيرا وتأثرا بين هذه الفئات بحيث يأتى الرأى العام معبرا عن الجماعة الواعية أو المجتمع الواعى .

ولذا تقترح الدراسة العودة إلى " أسلوب المناقشة الجماعية"<sup>(٩٠)</sup> حيث تتلافى كل الأخطاء السابقة ولا تعارض مع المفاهيم العلمية الصحيحة للرأى العام . كما أن كثيرا من بحوث الإعلام والرأى العام أثبتت أن عملية الإتصال تتم من خلال جماعات، بل أن الجماعات الصغيرة تعتبر شكلا من الإتصال الذى يربط ثلاثة أشخاص أو أكثر ، كما أن معظم ما نقوم به من إتصال يتم من خلال جماعات صغيرة<sup>(٩١)</sup> .

والمناقشة الجماعية نوع من المقابلة التى تتم بين الباحث وعدد من الأفراد فى مكان واحد ووقت واحد، على ألا يكون حجم الجماعة كبيرا إلى الدرجة التى يتعذر فيها على بعض الأعضاء الإشتراك فى المناقشة الجماعية، بحيث لا يزيد عن ١٢ شخصا، بينما يعتبر العدد النموذجى خمسة اشخاص - من وجهة نظر الذين استخدموا هذا الأسلوب- كما ينبغى أن يتوافر أكبر قدر ممكن من التجانس بين أعضاء الجماعة سواء من ناحية النوع أو السن أو المستوى الاقتصادى أو الثقافى .

وعلى القائم بالمقابلة الجماعية تحديد جميع الموضوعات الفرعية التى تعكس جوانب قضية الرأى العام، ويعمل على تحفيز الأعضاء للمناقشة وابداء الرأى، ويراعى محاولات احتكار البعض للمناقشة ليعالجها بلباقة ولا يسمح بوجود مناقشات جانبية .

ويمكن أن يتفرع من المناقشة الجماعية، المناقشة المقننة والمناقشة غير المقننة ويتفرع من غير المقننة: البؤرية "والاكليينكية" والمتمركزة حول العميل<sup>(٩٢)</sup> .

### سابعاً : إشكالية اختبار " الثبات "

ظلت إجراءات الصدق والثبات التى تختبر استمارات التحليل أو الاستقصاء فترة طويلة تحظى بأهمية كبيرة فى البحوث الإعلامية دون مراعاة لطبيعة المجالات التى تنتمى إليها هذه البحوث، فدراسات الجمهور أو الرأى العام التى تتصل بالآراء أو المعلومات قد لا يناسبها اختبار الثبات ولا تحتاج اليه لأنها تعمل فى مجالات متغيرة أصلا كالآراء والمعلومات . . . بينما قد يكون هذا ملائما فى دراسات خاصة بالإتجاهات والمعتقدات التى تتسم بالثبات النسبى أو شبه الدائم ويصعب تغييرها الا فى حالات كبيرة كالثورات والتغيرات الاجتماعية الجذرية .

ومن مظاهر الصدق التى يغفلها الباحثون فى دراسات الرأى العام هى تحديد مفهوم اجرائى صحيح علميا للرأى العام واستخدامه أيضاً بشكل صحيح فى الدراسة الميدانية، بحيث يتطابق المفهوم مع عينة القضايا والعينة البشرية والزمنية لها<sup>(٩٣)</sup> .

ولذلك فإن الدراسة تقترح استمرارية الإهتمام باختبار الصدق وتجنب اختبار الثبات مادامت الدراسة مرتبطة بآراء ومعلومات قد تتغير من لحظة لأخرى نتيجة الفارق الزمني الذى تتم فيه مقارنة الاختبار الأول مع الاختبار الثانى، خاصة وأن انسياب المعلومات والآراء من وسائل الإعلام إلى الجماهير أصبحت تقاس بالدقائق فى الراديو والتليفزيون، وبالساعات فى الجرائد والمجلات .

وقد كانت دراسة " دور الإعلام المصرى فى تكوين الرأى العام " <sup>(٩٤)</sup> هى الدراسة الوحيدة فى بحوث الإعلام والرأى العام فى مصر التى تجنبت استخدام اختبار الثبات فى استمارة الاستبيان الخاصة بها، بينما استخدمته دراستا: " الإعلام الاقليمي وأثره فى الرأى العام المحلى " <sup>(٩٥)</sup> و " تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى " <sup>(٩٦)</sup> . ولم تشر بقية الدراسات مطلقا إلى هذا الاختبار أو اختبار الصدق .

### الخاتمة : نتائج الدراسة ومقترحاتها

ومن خلال هذا التحليل الكيفى للجوانب المنهجية والإجرائية لبحوث "الإعلام والرأى العام" فى مصر يمكن التوصل إلى النتائج والمقترحات التالية:

١- إن أكثر الإشكاليات الإجرائية التى تواجه بحوث "الإعلام والرأى العام" فى مصر هى تحديد المجال البشرى المناسب لهذه البحوث، حيث كشفت الدراسة عن وجود رسالتين بنسبة (٥٧, ٢٨٪) لم تستخدم مطلقا عينات الرأى العام واكتفت إحدهما بالتدليل النظرى، والثانية بتحليل المضمون، وأن هناك خلطا ساد ثلاث رسائل بنسبة (٤٢, ٨٦٪) بين العينات التى تمثل أى مجتمع دراسة والعينات التى تمثل مجتمع الرأى العام . إذ أن عينات الرأى العام ليست بالضرورة شاملة لكل شرائح المجتمع، كما أنها ليست ثابتة بل تختلف بتغير القضايا موضع الإهتمام، كما كشفت الدراسة أيضا أن هناك رسالتين بنسبة (٥٧, ٢٨٪) حاولت أن تأخذ فى اعتبارها ملاءمة العينات للمفهوم العلمى للرأى العام وللقضايا موضع التطبيق ولكن القصور قد شابهما حيث تجاهلت إحدهما الشرائح الوسطى فى قضية الانتخابات واستقصت الثانية رأى الأميين فى أزمة الخليج الثانية .

ولذلك فإن الباحث يقترح أن تراعى هذه العينات فى إختيارها للمجال البشرى أهم خاصية لجماهير الرأى العام وهى صفة الوعى والمتابعة للقضية حتى لا تأتى النتائج مضللة ويصبح الاحتكام إلى الرأى العام غير صحيح، ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال استطلاع رأى (مكون من سؤال أو أكثر) يكشف عن الأفراد المهتمة بالقضية .

٢- إن إشكاليه "الأطر النظرية" تعكس إحدى السلبيات المنهجية الواضحة فى بحوث "الإعلام

والرأى العام" فى مصر، حيث كشفت الدراسة عن وجود أربع رسائل بنسبة (٥٧,١٤٪) تفتقد أطرها النظرية إلى ربط العملية الإعلامية بعملية الرأى العام وأن ثلاث رسائل بنسبة (٤٢,٨٦٪) حاولت أن تعكس بالفعل العلاقة بين الإعلام والرأى العام ولكن دون استيفاء لكل أبعاد هذه العلاقة بينما خلت الأطر النظرية فى جميع الرسائل من التعريف بالقضايا موضع التطبيق باستثناء رسالة واحدة وجاء تعريفها بالقضية غير كافى .

ولذلك فإن الباحث يقترح أن يتضمن الإطار النظرى علاقة الإعلام بالرأى العام والعوامل المؤثرة على هذه العلاقة ولكن فى ضوء نوعية القضية أو القضايا المدروسة وارتباطها بنوعية الوسيلة الإعلامية المدروسة أيضا .

٣- إنه على الرغم من أن القضية أو القضايا موضع التطبيق هى المحور الذى تدور حوله بحوث "الإعلام والرأى العام" إلا أن الدراسة كشفت عن وجود رسالتين فقط بنسبة (٢٨,٥٧٪) اعتمدا على قضايا ملائمة لهذه النوعية من البحوث وحددت الأسلوب والزمن المناسب للقياس .

ولذلك فإن الباحث يقترح أن يتم التطبيق على قضية واحدة أو عدد من القضايا حسب مجال البحث مع مراعاة أن يتضمن القياس مناقشة راسية للقضايا بكامل فرعياتها فى إطار ارتباطها بعناصر الوسيلة الإعلامية فى التأثير على الرأى العام حيال هذه القضايا على أن يتم القياس بعد تضاؤل الإهتمام الإعلامى بها .

٤- إنه من الصعب تبنى صيغة الفروض فى بحوث "الإعلام والرأى العام" بالدول النامية عموما، نظرا لما يتسم به البحث العلمى عموما فى هذه الدول من ضعف الإمكانيات والخبرات، ولما تحتاج إليه بحوث الرأى العام بشكل خاص من مناخ ديمقراطى غير "بيروقراطى" يسمح بسرعة الأداء وبالعامل الجماعى الذى يغطى الاستطلاعات الأولية الصانعة للفروض العلمية فى توقيت مناسب لا يترتب عليه تأخير فى تطبيق العمل الميدانى الأساسى .

٥- لم تتفق بحوث "الإعلام والرأى العام" على مفهوم إجرائى محدد لعملية "الأثر أو التأثير أو الدور" فقد كشفت الدراسة عن وجود ثلاث رسائل بنسبة (٤٢,٨٦٪) اعتبرت مجرد التعرض لوسائل الإعلام مؤشرا لقياس أثرها فى الرأى العام، بينما حددت رسالة واحدة بنسبة (١٤,٢٨٪) أن مجرد التوافق بين إهتمامات الإعلام وإهتمامات الجمهور دليل على وجود رأى عام، ورسالة واحدة أيضاً بنسبة (١٤,٢٨٪) لم تتعرض مطلقا لدراسة الأثر أو الدور، فى حين حددت رسالتان بنسبة (٢٨,٥٧٪) مفهوم التأثير أو الدور فى ثلاثة مجالات هى:

- كسب إهتمام الجماهير نحو القضايا العامة (التعرض الإعلامي).
- تزويد الجماهير بالمعلومات الشاملة لأبعاد القضية (المعرفة والتهم).
- توجيه الجماهير التي تبنى مواقف وآراء نحو القضايا (الاقتناع والتبنى).

والباحث يتفق مع هذا المفهوم ولكنه يوصى بضرورة إستبعاد مجال العادات والتقاليد والقيم لأنها من العوامل المؤثرة في الرأي العام وليست جزءاً منه.

٦- أن قياس رأى الفرد بعيداً عن المناقشة الجماعية هي الأداة الأساسية التي لا تزال تعتمد عليها بحوث الرأي العام، حيث كشفت الدراسة عن وجود أربع رسائل بنسبة (١٤, ٥٧٪) اعتمدت على الاستبيان والمقابلة الفردية والملاحظة، وأن رسالة واحدة بنسبة (٢٨, ١٤٪) لم تقدم إطاراً تطبيقياً، وأن رسالة واحدة أيضاً بنسبة (٢٨, ١٤٪) اعتمدت على "استمارة تحليل المضمون"، بينما تميزت رسالة واحدة أيضاً بنسبة (٢٨, ١٤٪) باعتمادها على أسلوب المناقشة الجماعية من خلال أداة "المقابلة الجماعية".

والباحث يقترح المقابلة الجماعية كأداة لجمع المعلومات، مع مراعاة تصنيف المجال البشري إلى فئات تتشابه أفرادها في المستوى التعليمي ونوع المهنة على الأقل وذلك حرصاً على ضمان مناقشة جماعية في مستوى معظم أفراد الجماعة أو الفئة.

٧- على الرغم من أهمية اختبار الصدق للأدوات المستخدمة في بحوث الرأي العام إلا أن الدراسة كشفت عن وجود ست رسائل بنسبة (٧١, ٨٥٪) لم تعتمد مطلقاً على إجراء الصدق لضمان صحة النتائج، وإنه على الرغم أيضاً من عدم ثبات الرأي العام نظراً لارتباطه بقضية معينة وزمن محدد إلا أن بحوث الرأي العام باستثناء بحث واحد لم تناقش هذا في إجراء الثبات واتجهت هذه البحوث إما إلى إجراء اختبار الثبات أو التخصيص في إجراءاته دون ذكر السبب

والدراسة توصي الدولة والهيئات والمراكز العلمية والباحثين بنظرة منهجية وأخلاقية جادة إلى دراسات الرأي العام وعلاقته بوسائل الإعلام بشكل خاص نظراً لتطور تكنولوجيا الإتصال وتعاظم دور الإعلام كأحد أدوات التأثير والتوجيه والتغيير في المجال السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي سواء على المستوى المحلي أو الاقليمي أو العالمي وسواء كان أيضاً في زمن الحرب أو زمن السلم.



المراجع والمواشم

- (١) محى الدين عبد الحليم ، الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام : دراسة ميدانية فى الريف المصرى، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، ١٩٧٨
- (٢) نبيل أحمد حنفى، دور الإذاعة فى توجيه الرأى العام مع التطبيق على جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الآداب ١٩٦٧ .
- (٣) يوسف محمد أحمد الخضر، الإعلام الاقليمى وأثره على الرأى العام اخلى : دراسة تطبيقية على إعلام محافظة الجزيرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٧٨ .
- (٤) محى الدين عبد الحليم، الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام اخلى، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الآداب ، ١٩٧٣ .
- (٥) محمد النور محمد حبوب، إتصال القيادة بال جماهير كنمط إتصال بالرأى العام: دراسة تحليلية للقاء المكاشفة الشهري فى السودان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٨٠ .
- (٦) صابر حارص محمد ، تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام اخلى : دراسة ميدانية على محافظة سوهاج، رسالة ماجستير غير منشورة، سوهاج، كلية الآداب، ١٩٨٩ .
- (٧) محمد على شومان ، دور الإعلام المصرى فى تكوين الرأى العام: دراسة نظرية وميدانية مع تحليل لنماذج من استطلاعات الرأى العام التى قام بها المركز القومى للبحوث الاجتماعية حتى عام ١٩٩٠، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٩٤ ص ٢١٠ .
- (٨) صابر حارص محمد ، مرجع سابق، ص ٤٠-٤٣ .
- (٩) انظر :
- ناهد صالح " إمكانية قياس الرأى العام فى الدول النامية" فى ندوة : قياس الرأى العام (القاهرة : المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٠-١٢ مارس ١٩٨١) ص ١٠٩
- مختار التهامى، الرأى العام والحرب النفسية ، ط ٣ ( القاهرة : دار المعارف، ١٩٨٢)
- ص ٢١ .

- (١٠) انظر :
- جهاز قياس الرأى العام، إتجاهات الرأى العام نحو زيارة السادات إلى القدس (القاهرة : المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٧٧) .
- (١١) انظر :
- جهاز قياس الرأى العام، استطلاع للرأى العام حول قضية وصول الدعم إلى مستحقيه (القاهرة : المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٨٣) .
- (١٢) انظر :
- سعد الدين ابراهيم، إتجاهات الرأى العام العربى نحو مسألة الوحدة (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٠) .
- (١٣) انظر :
- جهاز قياس الرأى العام، استطلاع رأى النخبة حول استخدام الطاقة النووية فى مصر (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٨٦) .
- (١٤) انظر :
- جهاز قياس الرأى العام، استطلاع للرأى العام حول ظاهرة الدروس الخصوصية (القاهرة : المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٧٨) .
- (١٥) قياسا على ما ورد فى إحدى الدراسات الأجنبية :
- B. Becker Lee and et. al. " The developmentof political cognitions" In stevn H. Chaffee (ed.), Political communication issues and strategies for Research (London: Beverly Hills, sage publications, 1975) p. 15.
- (١٦) نبيل أحمد الحنفى ، مرجع سابق .
- (١٧) محمد النور محمد حبوب ، مرجع سابق .
- (١٨) مختار النهامى، مرجع سابق، ص ٢١ .
- (١٩) استفاد الباحث فى ذلك من :
- بسيونى إبراهيم حمادة، العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجماهير فى إثارة وتحديد أولويات القضايا العامة فى مصر : دراسة ميدانية وتحليل مضمون، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة : كلية الإعلام، ١٩٨٦ .
- محمد على شومان ، مرجع سابق، ص ٢٠٣ - ٢١١ .
- (٢٠) محمد على شومان، مرجع سابق، ص ٢١٠ .

- (21) Leo. Bogart, Silent politics: Polls and the Awareness of public opinion (Canda: wily - Interscience, 1972), p. 58
- (22) David L. Protes and Moxwell E. Mccombs (eds.), Agenda-settin: Readings on Media, Public opinion, and policy-makig, (New Jersey: Lawrence Erlhaum Associates pub., 1992), p.3

(٢٣) بسيونى ابراهيم حمادة، مرجع سابق .

(٢٤) محمد النور محمد حبوب: مرجع سابق .

(٢٥) انظر : سعيد سراج ، الرأى العام : مقوماته وأثره فى النظم السياسية المعاصرة، (القاهرة:

المهنة المصرية العافة للكتاب، ١٩٨٥) ص ٣٣-٣٨ .

(٢٦) محى الدين عبد الحلیم ، الإعلام الحکومى وأثره فى الرأى العام المحلى، مرجع سابق .

(٢٧) محى الدين عبد الحلیم ، الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام : دراسة ميدانية فى الريف

المصرى، مرجع سابق .

(٢٨) يوسف محمد أحمد الخضر، مرجع سابق .

(٢٩) انظر الملحق الخاص باستبيان الدراسة الميدانية فى :

محى الدين عبد الحلیم، الإعلام الحکومى وأثره فى الرأى العام المحلى، مرجع سابق .

(٣٠) أنظر العديد من المراجع التى تحدثت عن أهمية المناقشة فى تكوين الرأى العام، وكذلك

أهمية الإعلام فى هذه المرحلة منها .

- لويس كامل مليكة ، سيكولوجية الجماعات والقيادة (القاهرة، مكتبة النهضة المصرية،

١٩٧٠) ص ٧٩ .

- سمير حسين ، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، ( القاهرة : عالم الكتب،

١٩٨٤) ص ٣٦٣ .

- إسماعيل على سعد : الإتصال والرأى العام: مبحث فى القوة والأيدولوجية، ط ٢

(الاسكندرية : دار المعارف الجامعية، ١٩٨١) ص ٦٨ .

- مختار التهامى ، الإعلام والتحول الاشتراكى، (القاهرة: دار المعارف، ١٩٦٦) ص ٣

- شون ماكبرايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد (الجزائر : الشركة الوطنية للنشر

والتوزيع، ١٩٨١) ص ٤١٦ .

- إبراهيم امام، الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨١)  
ص ١٩٧ .
- علي عجوة ، دراسات في العلاقات العامة والإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٥)  
ص ١٦١ .
- (٣١) أنظر تفصيلاً لأهمية "الزمن" في دراسة القضايا العامة التي تدخل في نطاق بحوث الرأي العام أو ترتيب الأولويات في :
- James W. Dearing, setting The polling Agenda for The Issue of Aids, Public opinion Quarterly, Vol. 53, pp. 309-329.
- (٣٢) مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية ، مرجع سابق، ص ٢٢ .
- (٣٣) صابر حارص محمد، مرجع سابق .
- (٣٤) محمد علي شومان، مرجع سابق .
- (٣٥) صابر حارص ، مرجع سابق، ص ٤١-٤٣ .
- (٣٦) محمد علي شومان، مرجع سابق، ص ٣٦-٣٧ .
- (٣٧) ومن التشابه أيضاً أن الدراساتين أشرف عليهما الدكتور/ مختار التهامي صاحب أفضل تعريف علمي للرأي العام حتى الآن، رغم الإسهامات التي قدمت بعد إسهامه الرائد في هذا المجال " الرأي العام والحرب النفسية" .
- (٣٨) انظر :
- أحمد بدر، صوت الشعب: دور الرأي العام في السياسة العامة (الكويت: وكالة المطبوعات، ١٩٧٣) ص ٢٩٥-٢٩٦ .
- وليرشرام، أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية ، ترجمة محمد فتحى (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، ١٩٧٠) ص ١٨٤-١٨٦ .
- Vladimir Orlando Key, Public opinion and American Democracy (New York: Alfred A. Knopf, 1961), p. 354.
- (٣٩) نبيل أحمد الحنفى، مرجع سابق .
- (٤٠) يوسف محمد أحمد الخضرم، مرجع سابق .
- (٤١) ارجع إلى الجزء الخاص بالقضايا .
- (٤٢) يوسف محمد أحمد الخضرم، مرجع سابق .
- (٤٣) محيى الدين عبد الحليم، الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام المحلى ، مرجع سابق .

- (٤٤) محبى الدين عبد الحليم، الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام ، مرجع سابق .
- (٤٥) صابر حارص محمد، مرجع سابق .
- (٤٦) تبينى هذا الإتجاه الدكتور/ه عواطف عبد الرحمن منذ عام ١٩٨٥ وحتى الآن .
- (٤٧) محمد على شومان، مرجع سابق، ص ٣٠ .
- (٤٨) محبى الدين عبد الحليم، الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام المخلى ، مرجع سابق .
- (٤٩) يوسف محمد أحمد الخضصر، مرجع سابق .
- (٥٠) محبى الدين عبد الحليم، الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام ، مرجع سابق .
- (٥١) صابر حارص محمد، مرجع سابق .
- (٥٢) محمد على شومان، مرجع سابق .
- (٥٣) المرجع السابق نفسه .
- (٥٤) استخدمت الدراسة كالأ للتعرف على وجود علاقة بين بعض متغيرات وخصائص مفردات العينة والإجابات التى قدموها . كما استخدمت معامل سيرمان لحساب الارتباط بين ترتيب أولويات القضايا للمبحوثين ولكل من صحيفتى الأهرام والشعب، كما ارتضت الدراسة مستوى دالة احصائية (٠,٠٠٥) واستعانت فى استخدام الأساليب الإحصائية السابقة بمجموعة برامج التحليل الإحصائى فى العلوم الاجتماعية المعروف بـ SPSS
- انظر : محمد على شومان، مرجع سابق، ص ٥٤ .
- (٥٥) صابر حارص محمد، مرجع سابق .
- (٥٦) انظر ملحق الاستبيان المرفق بآخر الرسالة فى : صابر حارص محمد، مرجع سابق .
- (٥٧) محمد النور محمد حبوب، مرجع سابق .
- (٥٨) سعد الدين إبراهيم، مرجع سابق ، ص ٤٦ .
- (٥٩) عبد اللطيف حمزه ، الإعلام والدعاية (القاهرة : دار الفكر العربى، ١٩٨٤) ص ١٧ .
- (٦٠) المرجع السابق نفسه، ص ١٤ .
- (٦١) سعد الدين إبراهيم، مرجع سابق، ص ٤٧ .
- (٦٢) انظر :
- فؤاد دياب، الرأى العام وطرق قياسه (القاهرة : مطابع الدار القومية، ١٩٦٢) ص ١١-٩
- محمد أحمد ابو زيد، سيكولوجية الرأى العام ورسائله الديمقراطية (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٦٨) ص ٧٥ .

- عبد الوهاب كحيل، السياسات الإعلامية والرأى العام (القاهرة: مكتبة المدينة

١٩٨٧)، ص ٣١ - ٣٤ .

(٦٣) يوسف محمد أحمد الخضر، مرجع سابق .

(٦٤) محيى الدين عبد الخليم ، الإعلام الحكومى وأثره فى الرأى العام المحلى، مرجع سابق .

(٦٥) محيى الدين عبد الخليم، الإعلام الدينى وأثره فى الرأى العام، مرجع سابق .

(٦٦) انظر :

- عاطف عدلى العبد وزكى أحمد عزمى، الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث

الرأى العام والإعلام، ط١ (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٩٣) ص

١٤٦ .

(٦٧) سعد الدين ابراهيم، مرجع سابق، ص ٤٧-٤٨ .

(٦٨) مختار التهامى، الرأى العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص ٢١-٢٢ .

(٦٩) انظر هذه القضايا فى إشكالية "القضايا ومحتوى الاستبيانات" .

(٧٠) انظر :

- محمد منير حجاب وسحر محمد وهبى، المداخل الأساسية للعلاقات العامة: المدخل

الإتصالى (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٥) ص ٩٠

- جيهان رشتى، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٨٧)

ص ٣٦٥ .

(٧١) انظر :

- عبد اللطيف حمزه، مرجع سابق، ص ٢٤ .

- حسنين عبد القادر، الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة (القاهرة: مكتبة الانجلو

المصرية، ١٩٧٧) ص ٣٢ .

(٧٢) مختار التهامى، الرأى العام والحرب النفسية، مرجع سابق، ص ٢٢ .

(٧٣) انظر :

- عواطف عبد الرحمن، دراسات فى الصحافة المصرية المعاصرة (القاهرة: دار الفكر

العربى، ١٩٨٥)، ص ٣٢٠-٣٢٧ .

- حسن الحسن، الإعلام والدولة (بيروت، مجهول الناشر، ١٩٦٥) ص ٥٨-٦٢ .

(٧٤) محمد على شومان، مرجع سابق، ص ٤٦ .

(٧٥) المرجع السابق نفسه، ص ٤٦-٤٧ .

(٧٦) المرجع السابق نفسه، ص ٤٥-٤٦ .

- (٧٧) صابر حارص محمد، مرجع سابق، ص ٥٧-٦٠ .
- (٧٨) محمد على شومان، مرجع سابق، ص ٤٥ .
- (٧٩) صابر حارص محمد، مرجع سابق، ص ٦٠ .
- (٨٠) العينات العمدية إحدى أنواع العينات غير الاحتمالية التى تتسم بالتحيز لأنها لا تمثل المجتمع المأخوذة منه تمثيلاً صحيحاً ولذلك فإن نتائجها لا تصلح للتعميم على المجتمع كله . ولكنها من - وجهة نظرنا - تصلح للتعبير أو للتمثيل عن الرأى العام الذى لا يمثل المجتمع بطبيعته بل يمثل "وعى المجتمع" فقط، حيث يضم المجتمع فى العالم الثالث أغلبية أمية لا تشارك فى تكوين الرأى العام وبالتالي لا يصح تمثيلها فيه .
- انظر : عاطف عدلى العبد وزكى أحمد عزمى، مرجع سابق، ص ١٤٢ .
- (٨١) انظر أيضاً تفصيلاً لأنواع هذه التوزيعات فى المرجع السابق نفسه ، ص ١٥٢ .
- (٨٢) كانت دراسة " محمد على شومان" هى الوحيدة من بحوث "الإعلام والرأى العام" التى استخدمت المقابلة الجماعية، ونموذج الموقف المشكل الذى يوفر أداء منهجية تتكون من ثلاث جوانب هى : نتائج المشكلة، وأسبابها، والحلول المقترحة لها . واستخدمها الباحث فى تحليل عينة من استطلاعات الرأى التى قام بها جهاز قياس الرأى العام بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية، وذلك بهدف تقييم مدى توازن استطلاعات الرأى فى تناول جوانب المشكلة، كما استخدمها أيضاً فى دراسة مدى توازن التغطية الاخبارية فى صحف الدراسة .
- انظر فى ذلك : - محمد على شومان، مرجع سابق، ص ٤٢ .
- (٨٣) انظر : عبد اللطيف حمزه، مرجع سابق، ص ١٧ .
- (٨٤) B. Kuppusswamy, An Introduction to social psychology (London: Asia publishing Company, 1961). p. 223.
- (٨٥) أحمد محمد ابو زيد، الإعلام والرأى العام، مجلة عالم الفكر، المجلد الرابع عشر، العدد الرابع (الكويت: وزارة الإعلام، ١٩٨٤) ص ٤ .
- (٨٦) فى : حسين عبد القادر، مرجع سابق، ص ٧ .
- (٨٧) دانييل كاتز وآخرون، الإعلام والرأى العام، ترجمة محمود كامل المحامى ( القاهرة: دار نهضة مصر للطبع والنشر، ١٩٨٢) ص ٥٠ .
- (٨٨) فى : محى الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية، ط ٢ (القاهرة: مكتبة الحانجى، ١٩٨٤) ص ١٠٥ .

(٨٩) انظر :

- سعيد سراج، مرجع سابق، ص ٥٥  
 - عبد اللطيف حمزه، المدخل فى فن التحرير الصحفى، ط ٤ (القاهرة : دار الفكر  
 العربى، ١٩٦٨) ص ١٩

(٩٠) عاد علماء الاجتماع والإعلام والرأى العام إلى استخدام أسلوب المناقشة الجماعية بعد أن هجره لسنوات طويلة، حيث كان بول لازار سفيلد وروبورت ميرتون وكارل هوفلاندا قد استخدموا فى الأربعينيات المناقشة الجماعية فى دراسة التأثير الإعلامى .

انظر : محمد على شومان، مرجع سابق، ص ٤٠ .

(٩١) محمد على شومان، مرجع سابق، ص ٤٠

(٩٢) الحديث عن هذه الأدوات يتطلب بحثاً مستقلاً فى كيفية إجراء هذه المقابلات وعملية استئارة دوافع الأعضاء للمناقشة ونهية جو المناقشة وطريقة توجيه الأسئلة والحصول على الإجابة وتسجيل إجابات الباحثين . أنظر فى ذلك:

- عبد الباسط حسن، أصول البحث الاجتماعى، ط ٩ (القاهرة : مكتبة وهبة،  
 ١٩٨٥) ص ٣٣٦-٣٤٦ .

- نجوى خليل، أسلوب المناقشة الجماعية، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثلاثون،  
 العدد الأول، يناير ١٩٩٣، ص ٩٩-١٢٣

- L. A. Stewar Tubbs, Systems approach to small  
 group intersetion (Wesley: Reoding, 1988)  
 p. 8.

نقلا عن : محمد على شومان، مرجع سابق، ص ٣٩-٤١ .

(٩٣) انظر :

- انشراح الشال، إشكاليات منهج البحث العلمى، ط ١، (القاهرة : دار الفكر

العربى، ١٩٩١) ص ٧٥-٧٧ .

(٩٤) محمد على شومان، مرجع سابق، ص ٣٨ .

(٩٥) يوسف محمد أحمد الخضر، مرجع سابق .

(٩٦) صابر حارص محمد، مرجع سابق .